

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС  
ИНСТИТУТИ ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР  
БЕРУВЧИ DSc. 27.06.2017.1.18.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

---

**НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК-ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ**

**СОЛИЕВА ГУЛБАХОР АХМАДЖАНОВНА**

**ЎЗБЕКИСТОНДА КИТОБ САВДОСИНИНГ РИВОЖЛАНИШИ ВА  
УНИНГ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИГИНИ  
ОШИРИШ ОМИЛЛАРИ**

**08.00.05 – Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиёти**

**ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)  
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

**Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида В.2017.4.Phd/iqt411 рақам билан рўйхатга олинган.**

Диссертация Наманган муҳандислик - технология институтида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) Илмий кенгаш веб-саҳифасида ([www.sies.uz](http://www.sies.uz)) ҳамда «ZiyoNet» Ахборот таълим порталида ([www.ziynet.uz](http://www.ziynet.uz)) жойлаштирилган.

**Илмий раҳбар:**

**Пардаев Мамаюнус Каршибоевич**  
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

**Расмий оппонентлар:**

**Қурбонов Зиёд Ниязович**  
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

**Маҳкамов Бахтиёр Шухратович**  
иқтисодиёт фанлари доктори

**Етакчи ташкилот:**

**Тошкент давлат иқтисодиёт университети**

Диссертация ҳимояси Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ҳузуридаги DSc.27.06.2017.I.18.01.рақамли Илмий кенгашнинг 2018 йил \_\_ \_\_\_\_\_ соат \_\_:\_\_ даги мажлисида бўлиб ўтади. Манзил: 140100, Самарқанд шаҳри, Амир Темур кўчаси, 9-уй. Тел.:(998 66) 231-07-45; Факс:(998 66) 231-12-53; E-mail: ilm@sies.uz

Диссертация билан Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин ( \_\_ рақам билан рўйхатга олинган). Манзил: 140100, Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй. Тел.:(998 66) 233-34-76; Факс:(998 66) 231-12-53; E-mail: ilm@sies.uz

Диссертация автореферати 2018 йил «\_\_» \_\_\_\_\_ куни тарқатилди.  
(2018 йил «\_\_» \_\_\_\_\_ даги № \_\_\_\_\_ рақамли реестр баённомаси).

**М.Э.Пўлатов**

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш раиси, и.ф.д., доцент

**И.С.Тухлиев**

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш илмий котиби, и.ф.д., профессор

**М.М.Мухаммедов**

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш қошидаги илмий семинар раиси, и.ф.д., профессор

## КИРИШ (фалсафа доктори (PhD) диссертация аннотацияси)

**Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати.** Жаҳон аҳолиси интеллектуал салоҳиятининг ошиб бориши китобларни нашр этиш ва сотиш хизматларининг ташкил этилганлигига бевосита боғлиқдир. Шунинг учун бугунги кунда қатор ривожланган мамлакатлар китоблар нашри ва савдоси бўйича етакчи ўринларни эгаллаб келмоқда. Фақат АҚШ, Германия, Франция, Англия каби мамлакатлар китоблар савдосининг умумий ҳажми 100 млрд. АҚШ долларини ташкил этиб, жаҳонда етакчилик қилмоқда. Манбаларда таъкидланишича Россия аҳолиси бир ҳафтада ўртача 7,5 соат китоб ўқийди ва Ҳиндистон, Тайланд, Хитой, Филиппин, Миср ва Чехиядан кейин 7 ўринда туради<sup>1</sup>. Ушбу кўрсаткичлар даражаси мамлакатимизда анча пастлигича сақланиб қолаётганлиги мазкур соҳани тадқиқ қилиш ва такомиллаштириш заруратини кўрсатади.

Жаҳон миқёсида китоб савдосини ривожлантириш ва уни самарали ташкил этиш борасида илмий тадқиқотлар олиб борилмоқда. Буларга китоб савдосида инновацион усуллардан фойдаланган ҳолда медиа-технологияларни қўллаш, интернет ва электрон савдони йўлга қўйиш, почта орқали китоб савдосини ташкил этиш, аҳолида китоб ўқиш маданиятини ошириш, китобларни сотиш ва тарқатишда илғор коммуникация технологиялардан самарали фойдаланиш асосида соҳанинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини оширишга қаратилган илмий тадқиқотларни киритиш мумкин.

Мамлакатимизда мустақиллик йилларида ноширлик ва матбаа соҳалари корхоналарига илғор фан-техника ютуқлари жорий этилиб, замонавий даражага кўтарилди, нашр этилаётган китоблар ва барча босма маҳсулотлар сифати яхшиланди. Аммо барча савдо объектлари қаторида китоб дўконлари ва улгуржи савдо омборлари хусусийлаштирилиб, уларнинг ўз фаолиятини ўзгартириши, нашр қилинган китобларнинг дўконларга тарқатиш тармоқлари ишламаётганлиги, аҳолини китобга бўлган талабининг пасайишига сабаб бўлди. Шунингдек, ахборот-телекоммуникация тизимини ривожланиши, электрон китобларни чоп этилиши, интернетдан фойдаланиб ахборотлар олиш каби омиллар китоб савдосида ҳам рақобатни кучайишига олиб келди, натижада китобларни нашр этиш, тарқатиш ва сотиш муаммосини кескинлаштирди. Ушбу ҳолатлар китоблар нашри ва савдосини ривожлантиришга оид илмий тадқиқотнинг долзарблигини белгилаб беради.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон фармони, 2017 йил 13 сентябрдаги “Китоб маҳсулотларини нашр этиш ва тарқатиш тизимини ривожлантириш, китоб мутолааси ва китобхонлик маданиятини ошириш ҳамда тарғиб этиш бўйича комплекс чора-тадбирлар дастури тўғрисида”ги ПҚ-3271-сон қарори

---

<sup>1</sup>Дайжест исследования. “Книжный рынок России”. [www. Bookmix.ru](http://www.Bookmix.ru).

ва бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда мазкур диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

**Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланиши устивор йўналишларига мослиги.** Тадқиқот республика фан ва технологиялари ривожланишининг “Демократик ва ҳуқуқий жамиятни маънавий-ахлоқий ва маданий ривожлантириш, инновацион иқтисодий шакллантириш” номли устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

**Муаммонинг ўрганилганлик даражаси.** Китоб савдосини ривожланиши ва унинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини ошириш бўйича илмий-назарий жиҳатлари кўплаб хорижлик олимларнинг тадқиқот йўналишидир. Бу борада Hirschman E.C., Hjorth A., Robert A., Carter R.R., Kamakura W.A., Basuroy S.J., Weisspfenning K.S. кабиларнинг илмий ишлари классик ишларга айланган<sup>2</sup>. Санаб ўтилган тадқиқотчилар илмий ишларида китоб маркетингини ривожлантиришга қўшган салмоқли ҳиссасига қарамай, китоб савдосини ривожлантиришда унинг асосий аргументларини, муаллифнинг мақомини, китобнинг жанр ва мазмунини, китобнинг ҳажми ва нархи каби омилларнинг сотиш масаласига таъсирини ўрганиш муаммолари ўз ечимини топмаган.

МДҲ олимлари ичида Д.И.Правдин, В.Б.Рамзес, Н.В.Аверина, Н.А. Трухачева, А.Б.Берштадт, В.М.Усоскина ва бошқалар<sup>3</sup> хизматлар соҳаси бўйича катта илмий изланишлар олиб борганлар. Улар томонидан “китобга” жамиятни тарбиялаш ва ижтимоий-иқтисодий ривожланишида муҳим аҳамиятга эга бўлган аниқ мазмунли ахборотларни ўз аксини топган бўлиб, китоб сотишнинг замонавий усулларида фойдаланиш масалаларига етарлича эътибор қаратилмаган.

Ўзбекистонлик олимлардан Юсуф Хос Хожиб, Ё.А.Абдуллаев, Б.А.Абдукаримов, З.Н.Қурбанов, З.Дж.Адилова, М.Т.Алимова, М.Р.Болтабаев, Д.Р.Зайналов, Қ.Ж.Мирзаев, Б.Н.Наврўззода, И.Очилов, М.Қ.Пардаев, М.М.Мухаммедов, М.Э.Пўлатов, А.С.Солиев, Н.Т.Тухлиев, И.С.Тухлиев, К.Б.Уразов ва бошқалар<sup>4</sup> хизматлар соҳасининг илмий

<sup>2</sup>Hirschman, E.C., & Holbrook, M.B. 1982, Summer, Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions. Journal of marketing, 46, 92-101.; Hjorth Andersen, C. (2000). A model of the Danish book market. Journal of Cultural Economics, 24(1), 27-43.; Trade Book marketing, Arzactica guide. Edited by Robert A., Carter R.R. Company New York. London, 1983; Kamakura, W.A., Basuroy, S., & Boatwright, P. (2006). Is silence golden? An inquiry into the meaning of silence in professional product evaluations. Quantitative Marketing & Economics, 4, 119-141.

<sup>3</sup> Правдин Д.И. Развитие непроектной сферы: темпы, пропорции и перспективы. М. Экономика, 1976.; Рамзес В.Б. Социально-экономическая роль сферы услуг в современной Японии. М. 1975.; Аверина Н.В. Реклама в книжной торговле. современные стратегии и методы. автореферат дисс. у.ст.к.э.н. СПб., 2011.; Трухачева Н.А. Книжный рынок как предмет социологического анализа. дисс. у.ст.к.с.н. Москва. 2003.; Берштадт А.Б. Реклама книги в книговедении и издательском деле. дисс. у.ст.к.с.н. Москва. 2009.; Сфера услуг в США. Академия наук СССР. Институт Мировой экономики и международных отношений. Под ред. В.М.Усоскина. М. “Наука”, 1985.

<sup>4</sup>Юсуф Хос Хожиб. Қутадғу билиг (Саодатга йўлловчи билим). Тошкент, 1971.; Абдуллаев Ё. Бозор иқтисодиёти асослари. - Т.: «Меҳнат», 2002.; Абдукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик. - Т.: «Иқтисод-Мoliya», 2010.; Курбанов З.Н. Маълумот китоб савдоси фаолиятини бухгалтерия ҳисоби ва тахлилини такомиллаштириш. и.ф.н. даражасини олиш учун ёзилган диссерт.автореферати – М.:МКИ, 1992 й.-18 б., Адилова З.Дж. Халқаро бозорларга экспорт маҳсулотларини йўналтиришнинг маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм.дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. - Тошкент, 2008. – 358 б.; Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари.// Монография. – Т.: “Иқтисодиёт”, 2015. – 300 б.;

муаммоларини тадқиқ этганлар. Бироқ, мамлакатимиз олимлари томонидан мустақиллик йилларида китоб савдоси бўйича илмий изланишлар деярли олиб борилмаган.

**Диссертация тадқиқотининг бажарилган олий таълим муассасасининг илмий тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги.** Диссертация мавзуси Наманган муҳандислик-технология институтининг илмий-тадқиқот ишлари режасига мувофиқ бажарилган.

**Тадқиқотнинг мақсади** Ўзбекистонда китоб савдосининг ривожланиши ва унинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини оширишга қаратилган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

**Тадқиқотнинг вазифалари** қуйидагилардан иборат:

китоб савдоси билан боғлиқ хизматларнинг аҳоли интеллектуал салоҳияти ва маънавиятини шакллантиришдаги аҳамиятини илмий-назарий жиҳатдан тадқиқ қилиш;

нашриёт матбаа ижодий уйлари маркетинг бўлими иши самарадорлигини оширишга қаратилган китоблар бозорини тадқиқ этишнинг сегментлаш ва китобларни тақдимот қилиш, китобхонлар билан алоқани ривожлантириш усулларини ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этиш;

мамлакатимизда китоб савдоси билан шуғулланадиган субъектларининг ночор молиявий ҳолатларига аниқлик киритиб, уларнинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини таъминлаш учун давлат имтиёзлари берилиши бўйича таклифларни асослаш;

нашриёт иши ва китоб савдосининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини оширишда медиа-технологияларидан фойдаланиш асосида сотишни рағбатлантириш усуллари бўйича китобларни рекламаси, ҳамда аҳолига тақдимот қилиш йўллари ишлаб чиқиш;

китоб савдоси ва ноширлик ишларининг хусусийлаштирилганлигини инобатга олиб, “Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси миллий ассоциацияси” нодавлат-нотижорат ташкилоти сифатида ташкил этиш таклифини асослаш;

китоб дўконларидаги хизмат кўрсатиш маданиятини янада ошириш учун савдо технологиялари ва жараёнларини такомиллаштириш ҳамда улар фаолиятида янги медиа-технологияларидан фойдаланиш имкониятларини

---

Болтабаев М.Р. “Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси”. И.ф.д. дисс.автор. Т.2005; Зайналов Д.Р. Услуги сервиса, как экономическая категория. “Сервис” Ж №1, 2009.; Мирзаев Қ.Ж. Агросервис хизматлари самарадорлигини оширишнинг методологик масалалари. Монография. –Т.: “Iqtisod-Moliya”, 2010 й.; Наврўззода Б.Н. Маркетинг: Бозорни билиш маҳорати. Ўқув методик қўлланма. Бухоро, 2006.; Очилов И. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида самарадорликни ошириш йўллари. Монография. - Т.: “Iqtisod-moliya”, 2011.; Пардаев М.Қ., Очилов И.С. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида самарадорликни ошириш йўллари. Монография, Т.: “Iqtisod-Moliya”, 2011-172 б.; Пардаев М., Мирзаев Қ, Пардаев О. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. Т.: “Iqtisod-Moliya”, 2014. 384б.; Пардаев М.Қ., Мухаммедов М.М. Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш – устивор масала. “Сервис” Ж. №1, 2009.; Пўлатов М.Э. Интеллектуал капитал ҳисоби ва аудити методологиясини такомиллаштириш. И.ф.д. дисс. автореферати. Тошкент., ТДИУ. 2017 й. 63 б.; Солиев А.С. Marketing. Дарслик. - Т.: “Iqtisod-Moliya”, 2010.; Тухлиев Н.Т. Бозорга ўтишнинг машаққатли йўли. - Т.: “Ўзбекистон”, 1999.; Тухлиев И.С. ва бошқа муаллифлар. Туризмни режалаштириш. Дарслик. -Т.: “Iqtisod-Moliya”, 2010.; Уразов К.Б. Савдода бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортиш.-Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ”, 2007.

оширувчи ташкилий-иқтисодий механизмни ишлаб чиқиш ва амалиётга тадбиқ этиш;

чакана савдо шохобчаларнинг ривожланиш тенденцияларини тахлил қилиш, уларнинг самарадорлигини оширишга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва хизмат кўрсатиш маданиятини оширишнинг илмий-назарий ва услубий йўналишларини яратиш.

**Тадқиқотнинг объекти** сифатида нашриёт-матбаа ижодий уйлари ва китоб савдоси тизимида фаолият кўрсатаётган Тошкент шаҳри ва Наманган вилоятидаги тадбиркорлик субъектлари олинган.

**Тадқиқотнинг предмети** бўлиб, Ўзбекистонда китоб савдосининг ривожланиши ва унинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини ошириш жараёнларида юзага келадиган иқтисодий муносабатлар ҳисобланади.

**Тадқиқотнинг усуллари.** Тадқиқотда иқтисодий ва статистик таҳлил, эмпирик баҳолаш, иқтисодий-математик, эконометрик моделлаштириш, эксперт баҳолаш кузатув, анкета сўров усулларидан фойдаланилган.

**Тадқиқотнинг илмий янгилиги** қуйидагилардан иборат:

нашриёт-матбаа ижодий уйлари маркетинг бўлими самарадорлигини оширишга қаратилган китобларни тарқатиш ва аҳолини китобга қизиқишини янада ошириш учун очиқ оммавий тақдимотни кучайтириш ҳамда китоб бозорларида бўлажак китобхонларни гуруҳ (сегмент)ларга ажратиш таклиф қилинган;

нашриёт иши ва китоб савдосининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини оширишда медиа-технологияларидан ва интернет реклама воситаларидан фойдаланиш, сотишда сотувчилар ҳамда харидорларни моддий рағбатлантириш усуллари такомиллаштирилган;

китобхонликни ривожлантириш ва китоблар нашрини кўпайтириш мақсадида нашр қилинган китобларни ҳудудларга тарқатиш бўйича улгуржи савдосини ривожлантириш, дўконларда хизмат кўрсатиш маданиятини малакавий кадрларни тайёрлаш эвазига ошириш таклифи асосланган.

китоб савдоси ва китобхонликни ривожлантириш мақсадида “Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси миллий ассоциацияси”ни нодавлат-нотижорт ташкилоти сифатида ташкил этиш ва унинг мақсади, вазифалари ҳамда бошқаруви таркиби бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган.

**Тадқиқотнинг амалий натижалари.** Китоб дўконларидаги хизмат кўрсатиш технологиялари ва жараёнларини такомиллаштириш ҳамда улар фаолиятида янгича медиа-технологияларидан фойдаланиш механизми ишлаб чиқилган ва ушбу тавсия “Шарқ Зиёкори” китоблар маркази бошқарувига ва Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги тизимидаги субъектлар фаолиятига жорий қилинган;

“Шарқ Зиёкори” китоблар маркази дўконларининг технологик жараёнларини такомиллаштириш бўйича харидорларни ўз-ўзига хизмат қилиш усули, савдо залида китобларни янгича гуруҳлаш ва харидорларга намойиш қилиш таклифлари ишлаб чиқилган;

Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлигига қарашли нашриёт матбаа-ижодий уйларида маркетинг бўлими хизматларини янада самарадорлигини

оширишда китоблар нашри, улгуржи ва чакана савдо фаолиятини такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган ва амалиётда фойдаланилмоқда;

таклиф этилган “Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси миллий ассоциацияси” нодавлат-нотижорат ташкилотининг бошқарув модели амалиётга тадбиқ этилиб, жорий йилнинг май ойида иш бошлаган ва 2018 йил 2 июль куни Ўзбекистон Республикаси Адлия Вазирлигининг 246-тартиб рақами, 1704-сонли гувоҳномаси билан расман рўйхатга олинган.

**Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги.** Диссертацияда фойдаланилган назарий манбалар давлат нашриётларида чоп этилган адабиётлардан, амалий маълумотлар эса давлат статистика қўмитаси тўпламларидан, китоблар маркази, хусусий китоб дўконлари статистик ва бухгалтерия ҳисоботларидан, муаллифнинг анкета сўровларига нашриёт-матбаа ижодий уйларида онлайн тизими орқали олинган жавоблардан шакллانганлиги, хулоса, таклиф ва тавсияларнинг расмий кўриб чиқилганлиги ва ваколатли давлат тузилмалари томонидан тасдиқланганлиги билан изоҳланади.

**Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти.** Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти, мамлакатимизда китоб савдосини бозор шароитига мос ҳолда ташкил этиш ва китобларни сотишнинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини ошириш йўналишларини ишлаб чиқиш, китобхонликни ривожлантириш орқали аҳолининг маънавий савиясининг юксалишига қаратилган илмий тадқиқотларни амалга оширишда фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти, ишлаб чиқилган илмий-услубий таклиф ва амалий тавсиялар китоб савдоси ва аҳолининг китобхонлик маданиятини оширишга қаратилган комплекс чора-тадбирлар мажмуини ишлаб чиқишга хизмат қилиши билан белгиланади.

**Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши.**

Китоб савдосининг ривожланиши ва унинг иқтисодий-ижтимоий самарадорлигини ошириш омиллари бўйича олинган илмий натижалар асосида:

нашриёт-матбаа ижодий уйлари маркетинг бўлими самарадорлигини оширишга қаратилган китобларни тарқатиш ва аҳолини китобга қизиқишини янада ошириш учун очик оммавий тақдимотни кучайтириш ҳамда бўлажак китобхонларни гуруҳ (сегмент)ларга ажратиш йўллари амалиётга жорий қилинди (Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлигининг 2018 йил 24 апрелдаги 05-1506-сон маълумотномаси). Ишлаб чиқилган таклифлар агентлик тизимидаги нашриёт-матбаа ижодий уйларидаги китоб маҳсулотларини сотиш борасидаги фаолияти ривожланишига ижобий таъсир кўрсатиб, уларнинг рентабеллигини 2014 йилга нисбатан 2015 йилда ўртача 1,6 %га оширишга эришган;

нашриёт иши ва китоб савдосининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини оширишда медиа-технологияларидан ва интернет реклама воситаларидан фойдаланиш ҳамда сотишда моддий рағбатлантиришни

такомиллаштирилган усуллари амалиётга жорий этилди (Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлигининг 2018 йил 24 апрелдаги 05-1506-сон маълумотномаси). Илмий тавсия Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 13 сентябрдаги “Китоб маҳсулотларини нашр этиш ва тарқатиш тизимини ривожлантириш ва китоб мутолааси ва китобхонлик маданиятини ошириш ҳамда тарғиб этиш бўйича комплекс чора-тадбирлар дастури тўғрисида”ги ПҚ-3271-сон қарорининг 3-бандини тайёрлашда фойдаланилган;

китобхонликни ривожлантириш ва китоблар нашрини кўпайтириш мақсадида нашр қилинган китобларни ҳудудларга тарқатиш бўйича улгуржи савдосини ривожлантириш, дўконларда хизмат кўрсатиш маданиятини малакавий кадрларни тайёрлаш эвазига ошириш таклифи амалиётга жорий этилган. (Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлигининг 2018 йил 24 апрелдаги 05-1506-сон маълумотномаси). Мазкур тавсиянинг амалиётга жорий қилиниши Тошкент ва Наманган вилоятларидаги “Шарқ Зиёкори” китоб дўконлари савдо майдонларидан фойдаланиш коэффицентининг 1,3 мартага кўпайиши ва хизмат кўрсатиш маданиятининг оширилишини таъминлаган;

китоб савдоси ва китобхонликни ривожлантириш мақсадида “Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси миллий ассоциацияси”ни нодавлат-нотижорт ташкилоти сифатида ташкил этиш ва унинг мақсади, вазифалари ҳамда бошқаруви таркиби бўйича ишлаб чиқилган тавсиялар амалиётга жорий этилган (Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлигининг 2018 йил 24 апрелдаги 05-1506-сон маълумотномаси). Мазкур тавсиялар натижасида Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги ҳузурида янги “Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси миллий ассоциацияси” ташкил этилди ва 2018 йил май ойидан бошлаб фаолият кўрсатиб келмоқда.

**Тадқиқот натижаларининг апробацияси.** Мазкур тадқиқот натижалари 3 та ҳалқаро ва 1 та республика илмий-амалий анжуманларида муҳокамадан ўтказилган.

**Тадқиқот натижаларининг эълон қилиниши.** Диссертация мавзуси бўйича 9 та илмий иш, шундан 1 та монография, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 7 та мақола, жумладан, 6 таси республика ва 1 таси хорижий журналда нашр этилган.

**Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми.** Диссертация кириш, 3 та боб, 9 та параграф, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган бўлиб, унинг ҳажми 153 бетдан иборат.

## ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

**Кириш** қисмида диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати асосланган, тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари, объект ҳамда предметлари тавсифланиб, унинг республика фан ва технологияларини ривожлантиришнинг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган.



Тадқиқотнинг илмий янгилиги, амалий натижалари баён қилинган, олинган натижаларнинг илмий ва амалий аҳамияти очиб берилган, тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий этилиши, нашр қилинган ишлар рўйхати ҳамда диссертация тузилиши баён этилган.

Диссертациянинг биринчи боби **“Китоб савдосининг ривожланиши ва унинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини оширишнинг илмий-методологик асослари”** деб номланиб, унда аҳоли юксак маънавиятини шаклланишида китоблар савдосининг аҳамияти, Ўзбекистонда китоб савдосининг тарихи, хизматлар (сервис) соҳаларида китоблар чакана савдосининг ўрни ёритиб берилган.

Муаллиф фикрича, савдо маданияти ҳам умуминсоний маданиятининг бир қисми бўлиб, товарларни реклама қилиш, сотиш ва хизмат кўрсатиш жараёнларида харидорда озиқ-овқатларни истеъмол қилиш, кийимларни кийиш, уй-рўзғор товарларидан фойдаланиш, уйларни мебеллар ва бошқа товарлар билан жиҳозлаш маданиятини шаклланиши ва ривожланишига катта ҳисса кўшади. Шаҳарлар, қишлоқлар кўчалари ва гузарлари кўриниши – архитектураси ҳам юқори маданиятли савдо шохобчалари билангина кўркамлашади. Энг муҳими, аҳоли кайфиятини кўтаради, эртанги кунга ишончини оширади ва давлат сиёсати ҳақиқатда халқнинг фаровонлигига қаратилганлиги амалиётда ўз тасдиғини топади.

Савдода янги ишлаб чиқарилган товарларни аҳолига таклиф этиш ва сотиш орқали мамлакат ва жаҳондаги фан-техника ва технология ютуқлари ҳақида ахборот берилади ва уларни сотиб олиш учун ўз иш жойларида меҳнат унумдорлигини ошириш ва кўпроқ даромад олишга рағбатлантиради. Диссертацияда барча товарлар ва хизматлар бозори ўз хусусиятларига эга эканлиги ва “китоблар бозори эса, муаллифлар, ноширлар, матбаа корхоналари, китоб савдоси ва таълим муассасалари ҳамда китобсеварлар ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий жараёнларни ифодалайди”, деб таъриф берилган. Китоб оддий товар эмаслиги, у комил инсонлар тафаккури жавоҳирларини йиғиб, авлодларга меърос қилиб қолдирадиган хазиналиги таъкидланган. Ўзбекистонда китоблар наشري ва савдоси тарихи ўрганилиб, жаҳонда энг қадимий уч минг йил олдин яратилган китоб – «Авесто» бизнинг ҳудудимиз – Хоразмда топилганлигини инобатга олинса, китоб савдосини Ўзбекистонда ривожланиши тарихи ҳам қандай узоқ даврларни ўз ичига олиши аниқ ҳақиқат. Китоб савдосининг келиб чиқиши ва тараққиёти ҳам минтақалар ва давлатлараро иқтисодий – савдо муносабатларини ривожланиши билан боғлиқ жараёнлар деган хулоса қилинган.

Китоб интеллектуал товар бўлганлиги учун, китоб савдоси, сотиш жараёни, китобхонларга хизмат кўрсатиш ва рекламаси ҳам махсус билимли мутахассисларни талаб этади. Китоб ижодий меҳнат маҳсули сифатида савдога чиқарилади. Китоб ва унинг савдосини юқоридаги ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олганда, китобни сотувчиси ҳам қуйидаги алоҳида фазилатларга эга бўлиши керак:

энг аввало, китобсевар, сабр-бардошли ва юқори маданиятли;

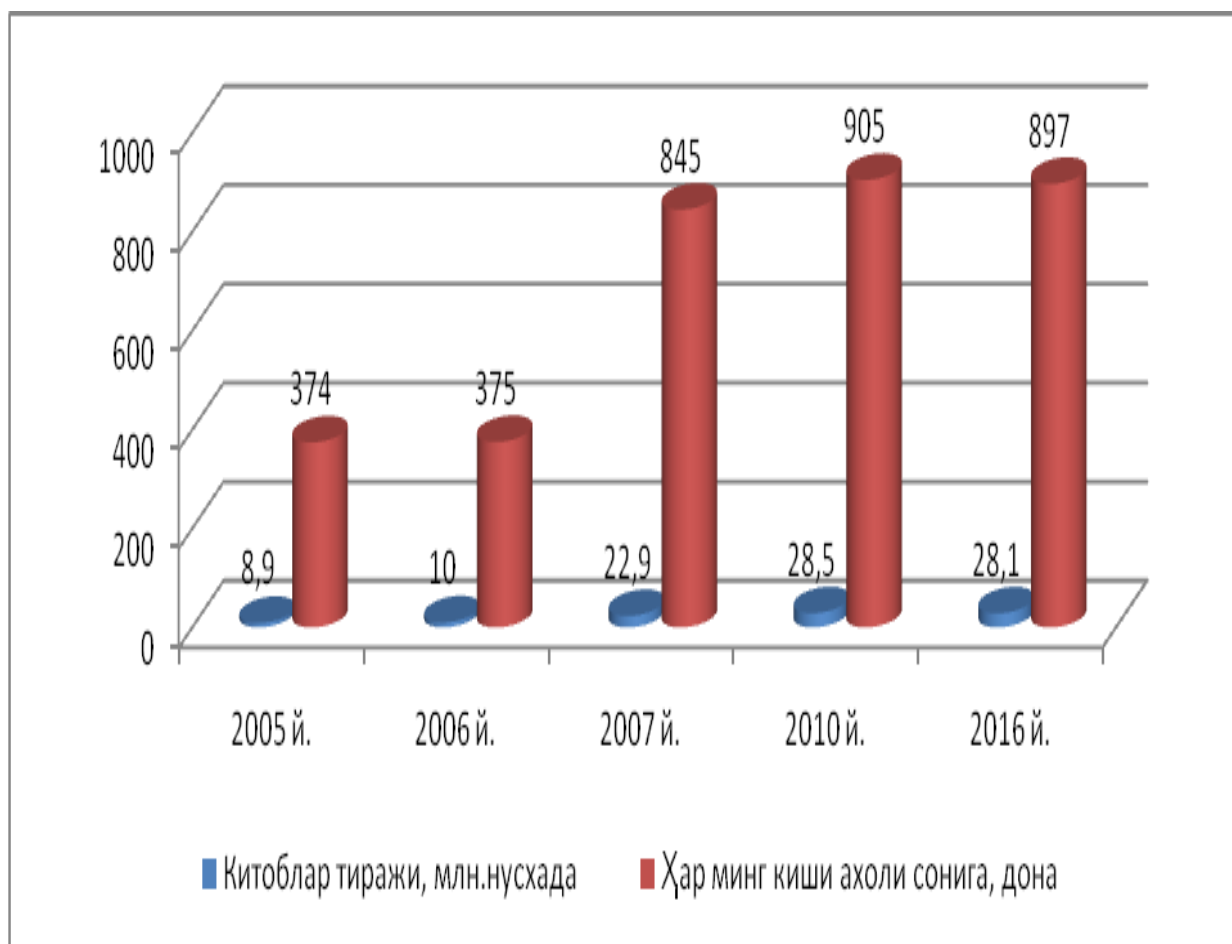
китоб бозоридаги барча ахборотларни билиши, нашриётлар

режаларидан ва чет эллардан келаётган китоблардан хабардор бўлиши;

китоб дўкони савдо залида ижодий муҳитни яратиши, харидорлар билан дўстона муносабатда суҳбатлашиши зарур. Диссертацияда хизматлар соҳаларида китоблар чакана савдосининг ўрни назарий ва амалий жиҳатдан асосланган. Китоблар бозори, китоб савдоси маданияти, китобхонлик маданияти тушунчаларига муаллифлик таърифлари берилган.

Диссертациянинг иккинчи боби «**Китоблар нашри ва савдосининг ривожланиш омиллари таҳлили**» деб номланиб, унда Ўзбекистонда нашриёт ва матбаа корхоналари фаолиятидаги сифат ўзгаришлари, китоб савдоси инфратузилмаси чакана савдо шохобчалари ҳамда китоблар чакана савдо айланмаси динамикаси тадқиқ этилиб, уларни режалаштириш ва прогнозлашнинг услубий асослари ишлаб чиқилган.

Ўзбекистоннинг мустақиллиги йилларида нашриёт ва матбаа корхоналари фаолиятидаги ўзгаришларни тадқиқ этиш жараёнида қуйидаги ҳолатлар аниқланди:



**1-расм. Ўзбекистонда китоблар нашри динамикаси<sup>5</sup>**

Республикада кейинги 2005-2010 йилларда нашр этилаётган адабиётлар тиражи 8,9 млн. нусхадан 28,5 млн. нусхагача кўпайган бўлса, аммо кейинги 6 йилда бу кўрсаткич 0,5 млн. нусхага камайган. Аҳоли жон бошига атиги 1

<sup>5</sup> Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика Қўмитаси йиллик ҳисоботлар тўплами асосида ҳисобланди.

нусхадан ҳам китоб нашр этилмаган, унинг ҳам 80% ўқув адабиётларини ташкил этади. Электрон китоблар ҳам дарслик ва ўқув қўлланмаларидан иборат. Шунинг учун сотувга чиқарадиган китобларни ўзи жуда кам, 2016 йилда фақат 2239 номда китоблар нашр этилган холос, ривожланган давлатларда эса ўртача бир киши йилига 10-12 та китоб сотиб олмоқда. Демак, китоб савдосининг ривожлантириш учун биринчи навбатда китоблар нашрини бир неча баробарга кўпайтириш талаб этилмоқда. Ана шу муаммолар ечимини топиш учун, аввало 2013 йилда Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги ёрдамида, махсус анкета сўровлари (35 та савол) орқали нашриётлар муҳаррирлари ва раҳбарлари фикрлари ўрганилди ва қуйидаги ечимини кутаётган масалалар аниқланди:

нашриётлар бизнес режалари маркетинг тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилмаган, уларнинг кўпчилигида маркетинг бўлимлари тўлақонли шаклланмаган, малакали маркетинглар етишмайди;

китоб нашр этишнинг янада кўпайтириш мақсадида унинг муаллифларини ижодий имкониятларини ўрганиш, камида 2-3 йил олдин бўлажак нашрларни аниқлаш, нашриётлар режасига киритиш учун иқтидорли муаллиф ва профессионал нашриётчиларнинг бевосита ҳамкорликларини тизимли йўлга қўйиш, муаллифларни иқтисодий рағбатлантириш тизимини янгидан яратиш;

ҳозир нашриётчилар ва китоб савдо шохобчаларининг маҳаллий ҳокимиятлар тазйиқидан ҳимоя қилувчи махсус идораси йўқлиги сабабли, уларнинг ўртача 10 фоизгача йиллик даромадлари бизнес-режаларида кўзда тутилмаган йўналишларга мажбуран сарф қилинмоқда. Натижада муаллифларни ва сотувчиларни рағбатлантириш, рекламани кўпайтиришга маблағлари етишмайди;

китоб савдоси ва рекламасини ўзига хос хусусиятлари давлат солиқ кодекси, банкнинг кредитлаш тўғрисидаги, телерадиокомпаниялари ва маҳаллий ҳокимиятлар тўғрисидаги норматив ҳужжатларда тўла эътиборга олинмаган. Китоб савдосига рухсатнома, аренда ҳақи, патент тўлови, кредит фоизи, солиқлар, реклама харажатлари барча истеъмол товарлари савдоси билан тенглаштирилган. Китобларни сотиш муддати ҳам кредит беришда 90 кун деб белгиланган, амалиётда эса 2-3 баробаргача кўп вақт талаб этиб, бир йилгача давом этади;

Ўзбекистон китоблар бозорини ривожланган мамлакатлар даражасида ташкил этиш, унинг субъектлари: нашриёт-матбаа ижодий уйлари ва савдо корхоналари бозор фаолиятини маркетинг тадқиқотлари асосида бошқаришни тақозо этмоқда.

Юқоридаги муаммолар ечимини аввало, нашриёт-матбаа ижодий уйлари маркетинг бўлимлари ишини такомиллаштириш асосида ҳал қилишни назарда тутиб, уларнинг маркетинг фаолияти мақсадлари ишлаб чиқилди (2-расм).

Маркетинг мақсадларига эришиш жараёни махсус маркетинг бўлими орқали ташкил этилади. Китоб маркетингларининг асосий вазифаси – бўлажак китобга бўлган талабни аниқлашдан иборат.

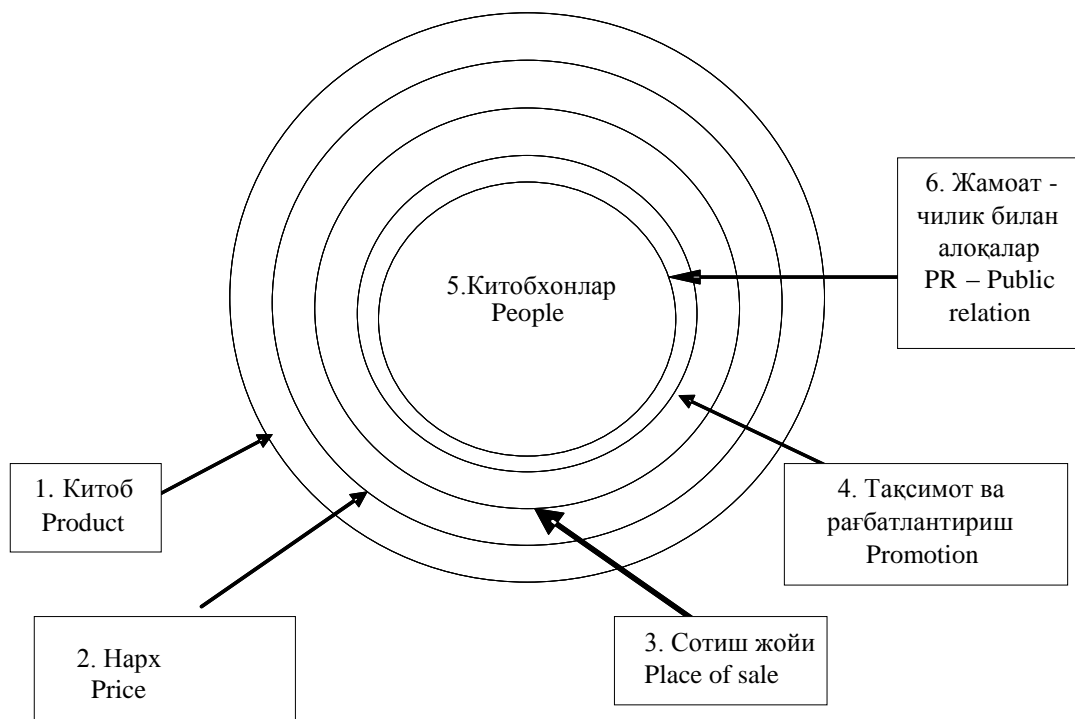


**2-расм. Нашриёт-матбаа ижодий уйлари маркетинг фаолияти мақсадлари<sup>6</sup>**

Бунинг учун эса маркетинг тадқиқотларини ўтказиш талаб этилади. Нашриёт-матбаа корхонаси маркетинг фаолиятини шакллантириш, унинг бозор стратегияси ва тактикасини ишлаб чиқишнинг илмий асоси маркетинг тадқиқотлари натижасида яратилади. Маркетинг тадқиқотларининг мақсади - китоблар бозори субъектлари бўлган нашриёт, матбаа ва савдо корхоналари фаолиятларини, истеъмолчилар талабига мувофиқлаштириш тамойили, услуги ва воситаларини аниқлашдан иборат.

Ана шу мақсадларга эришиш учун китоб маркетинги стратегиясининг 6 «Р» қисмлари аниқланди (3-расм).

<sup>6</sup> Муаллиф тадқиқотлари асосида шакллантирилган.



**3-расм. Китоб маркетинг стратегиясининг 6 «Р» қисмлари<sup>7</sup>**

Нашриёт-матбаа ижодий уйлари маркетинг бўлимлари ишида “паблисити”дан нашриёт имижини ва омма томонидан унга бўлган яхши муносабатни ташкиллаштиришга йўналтирилган тадбирларни ўтказиш воситаси сифатида фойдаланишни таклиф этилди.

Бунинг учун нашриёт-матбаа ижодий уйлари маркетинг бўлимлари томонидан жамоатчилик билан ишлаш - «Паблик рилейшнз»нинг қуйидаги ўнта асосий йўналишидан фойдаланиш тавсия этилди:

жамоатчилик билан – касаба уюшмалари, ёшлар иттифоқи, хотин-қизлар кўмиталари, ёзувчилар уюшмаси, истеъмолчиларни ҳуқуқини ҳимоя қилиш федерацияси, савдо саноат палатаси, маҳалла кўмиталари ва бошқалар билан алоқалар ўрнатиш;

жамоатчилик билан муносабатларни такомиллаштириб бориш;

ҳукумат бошқаруви билан алоқада бўлиш;

жамоатчилик фикрини таҳлил этиб бориш;

саноат корхоналари билан алоқалар боғлаш;

молиявий муносабатларни ривожлантириш;

халқаро алоқаларни ўрнатиш;

китобсеварлар-истеъмолчилар билан узоқ муддатли муносабатлар ўрнатиш;

тадқиқот ва статистик маълумотлардан фойдаланиш;

оммавий ахборот воситалари билан алоқани мустаҳкамлаш.

Китоблар бозорини тадқиқ этишда, китобхонларни-истеъмолчиларни қуйидаги сегментларга ажратиш ўрганиш усуллари таклиф этилди (4-расм).

<sup>7</sup> Муаллиф тадқиқотлари асосида шакллантирилган.



**4-расм. Китоблар бозорини сегментлаш усуллари<sup>8</sup>**

Китоблар чакана савдо айланмасининг ўсиши ва унга таъсир этувчи омиллар таҳлил этилганда қуйидаги ҳолатлар аниқланди (1-жадвал).

1-жадвал кўрсаткичларидан маълум бўлишича, 2000-2016 йилларда босма нашрлар чакана савдо айланмасининг ўсиш суръати жами товарлар чакана савдосига қараганда пастроқ. Аммо 2010-2016 йиллардаги мазкур кўрсаткичларни таққослаганда, жами товарларни сотиш ҳажми 4,03 баробарга ошган бўлса, босма нашрлар чакана савдоси 4,3 мартага ошган. Демак мамлакатимизда китобга ва бошқа нашрларга бўлган муносабат кескин ўзгармоқда, бу эса аҳолининг маънавий-маданий савияси ўсиб бораётганлигини тасдиқлайди.

Аҳоли жон бошига 2016 йилда Республика бўйича ўртача 2158 сўмлик китоб сотилган бўлса, Навоий вилоятида - 7242 сўм, Тошкент шаҳрида - 7110 сўм, Хоразм вилоятида - 4880 сўм, Тошкент вилоятида - 3576 сўмни ташкил этди. Вилоятлар ичида, аҳоли жон бошига китоб сотиш кўрсаткичлари Бухоро ва Сурхондарёда ҳамда Қорақалпоғистон Республикасида паст.

<sup>8</sup> Муаллифнинг тадқиқотлари асосида шакллантирилган.

**1-жадвал**

**Ўзбекистон Республикаси бўйича истеъмол товарлари ва босма нашрлар чакана савдо айланмаси динамикаси<sup>9</sup>**

млн.сўм

Кўрсаткичлар	2000 й.	2005 й.	2010 й.	2016 й.	2016 йилда ўсиш, марта	
					2000 й.га нисбатан	2010 й.га нисбатан
Жами товарлар чакана савдо айланмаси	1787530,0	5577409,1	21872831,4	88071600,0	49,3	4,03
Жумладан: босма нашрлар чакана савдо айланмаси-жами	5191,0	12156,6	50226,5	217351,1	41,9	4,3
Вилоятлар:	-	-	-	-	-	-
Андижон	170,8	345,2	1435,0	18442,9	108,0	12,9
Наманган	225,5	258,4	2465,9	11275,7	49,9	4,6
Самарқанд	753,3	1248,5	3386,3	28727,4	38,1	8,5
Фарғона	218,6	300,5	3622,3	12437,4	57,1	3,4
Тошкент ш.	2305,7	4849,9	15234,8	31715,5	13,8	2,1

Шу билан бирга Ўзбекистонда нашр этилаётган китоблар ҳажми озлигига қарамадан уларнинг 80% ўрта мактаблар орқали ижарага берилаётган дарслик ва ўқув қўлланмаларидан иборат.

Шунинг учун китоб магазинларини китоб таъминотини қийин аҳволга тушиши, сотиш харажатларини кўпайиши китоб савдосини банкротлик ҳолатига тушиб қолишига сабаб бўлмоқда (2-жадвал).

Китоблар марказини чакана савдо айланмаси 2016 йилда 2010 йилга нисбатан 15%га камайган бўлса, унинг давр харажатлари 2 баробаргача, сотиш харажатлари 40 мартагача, бошқа харажатлар 6 мартагача ошган. Сабаблари: сотиладиган китоблар тиражи камаймоқда, магазинлар ижара тўловлари, энг кам иш ҳақи ҳажми ҳам ошиб бормоқда (2-жадвал).

Китоблар чакана савдо ҳажмини қайси омиллар асосида ўсишини аниқлаш мақсадида корреляцион усул билан Наманган вилояти бўйича 2005-2016 йиллар кўрсаткичлари динамик қаторлар шакллантирилди. Натижада ҳар 1000 кишига тўғри келган китоблар магазинлари савдо майдонларини ўсиши умумий китоблар чакана савдо айланмаси 0,93 бирликка, аҳоли жон бошига даромадларининг ўсиши эса 0,41 бирликка ошишига таъсир кўрсатиши аниқланди.

<sup>9</sup>Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотларида китоблар чакана савдо айланмаси жами босма нашрлар савдоси ҳажмига киритилган, фақат 2016 йилдан алоҳида кўрсатилди. Манба. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг йиллик статистик тўпламлари.

**Ўзбекистонда энг нуфузли «Шарқ Зиёкори» китоблар марказининг асосий кўрсаткичлари таҳлили<sup>10</sup>**

№	Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 й.	2016 й.
1.	Чакана савдо товар айланмаси	млн.сўм	3243,0	2753,1
2.	Ялпи даромад	млн.сўм	819,92	958,3
3.	Давр харажатлари	млн.сўм	464,55	923,3
	шу жумладан:			
	бошқарув харажатлари	млн.сўм	56,61	109,7
	Сотиш харажатлари	млн.сўм	13,54	534,9
	Бошқа харажатлар	млн.сўм	43,07	278,7
4.	Молиявий фаолият харажатлари	млн.сўм	60,09	-
5.	Солиқ ва йиғимлар	млн.сўм	192,87	152,7
6.	Соф фойда (зарар)	млн.сўм	+102,41	-0,5
7.	Фойдалилик (рентабеллик)коэффициентлари:	-	-	-
	Ялпи фойдалилик	Фоиз	25,3	3,5
	Соф фойдалилик	Фоиз	3,2	-

Демак, китоблар ассортиментини аҳолига яқинлаштириш, яъни китоб дўконлари сонини кўпайиши – китоблар чакана савдо айланмаси ҳажмини оширишнинг бош омилига айланиб қолмоқда.

Шунинг учун китоблар чакана савдо айланмасини янада кўпайтириш мақсадида мамлакат миқёсида қуйидаги давлат имтиёзлари таклиф этилди, жумладан:

ҳар бир шаҳар ва туманларда китоб савдосига ихтисослашган магазинларни ташкил этиш, уларни қўллаб-қувватлаш мақсадида юридик шахс мақомидаги тадбиркорлик субъектларига фойдаланилмаётган давлат мулки объектларини текин фойдаланиш учун берилиши зарур;

савдо айланмасида китоб сотиш улушининг ҳажми 70 фоиздан кўп бўлган юридик шахс мақомидаги тадбиркорлик субъектларини молиявий қўллаб-қувватлаш учун 5-6 йилга умуман солиқлардан озод этиш.

Учинчи бобда **«Нашриёт ишлари ва китоблар савдосининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини ошириш омиллари»**ни аниқлаш мақсадида, китоб наشري ва савдосининг ташкил этиш ва бошқаришдаги ривожланган мамлакатлар тажрибаси ва ундан фойдаланиш йўллари, нашриёт ишлари ва китоб савдосида маркетинг тамойилларини қўллаш, китоблар савдосида ахборот коммуникация технологияларини ривожлантириш йўналишлари ёритилган.

Ўзбекистонда электрон китоб савдосини ривожланиш даражаси хали паст (3-жадвал).

<sup>10</sup> «Шарқ Зиёкори» МЧЖ статистик ва бухгалтерия ҳисоботлари асосида тайёрланди.



**Ўзбекистонда биринчи ташкил этилган электрон китоб савдо  
магазини «Книжный мир» орқали Россияда нашр этилган китоблар  
сотиб олиш бўйича мурожаат қилган китобхон-истеъмолчилар сони<sup>11</sup>**

Истеъмолчи - ташкилотлар номи	Китоб сотиб олиш учун муурожаатлар сони (марта)
Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон миллий университети	3065
Ўзбекистон Давлат жаҳон тиллари университети	2961
«GM UZBEKISTAN» АЖ.нинг Асака офиси	2959
«Даракчи» МЧЖ нашриёт уйи	2754
Тошкент шаҳридаги Турин политехника университети	2530
Тошкент шаҳридаги Сингапур менежментни ривожлантириш институту (MDIS)	2509
«Хусусий сектор» газета редакцияси	2044
Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети	2020
DHL EXPRESS Тошкент шаҳри	1997
И.М.Губкин номидаги нефть ва газ университети Тошкент филиали	1961
«Эхо Долины» радиостанцияси	1878
Ўзбекистон Республикаси ички ишлар вазирлиги	1844
М.В.Ломоносов номидаги МДУ Тошкент филиали	1794
Ислом Каримов номидаги Тошкент Давлат техника университети	2231
Тошкент Давлат шарқшунослик институту	2050
Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети	1789
Тошкент Аква парки	1738
«Ташкентская неделя» газетаси	1580

Таклиф этилаётган китоблар асосан рус тилида ва Россияда нашр этилган. Демак, китобга талаб мамлакатимизда ҳам кўп, электрон савдо орқали сотишни кўпайтириш имкониятлари мавжуд. Ҳозир бизларда ҳам интернет китоб сайтлари кўпаймоқда, фақат кейинги йилларда kitobim.uz, akademnashr.uz, maslahatim.uz, ziyo.uz, hilolnashr.uz, uzbex.com O'zbekiston global savdo tizimi фаолият бошлади.

Китобларни интернет-магазин ва электрон почталар орқали сотиш бошқа товарларга қараганда аслида, қулайроқ ва икки баробар арзонроқ. Ҳозир барча ўқув муассасалари, давлат ва нодавлат ташкилотлари, бизнес субъектларида компьютерлар ишлатилмоқда, ундан ташқари аҳолининг кўпчилиги мобиль алоқа сервисидан фойдаланмоқда. Шунинг учун интернет ва электрон почта орқали китоблар ассортиментини реклама - намойиш қилиш, улар тўғрисидаги ахборотни тезда китобхонларга етказишнинг асосий йўналишига айланиши шарт.

<sup>11</sup> “Книжный мир” (akademkniga-uz@mail.ru) электрон почтасининг 2015 йил маълумотлари асосида тайёрланди

Китоб рекламаси ҳам интернет орқали ўта қулай, унинг муқоваси, муаллифи, аннотацияси, мундарижаси, баҳоси, сотиш тартиби, манзили ҳақидаги ахборот веб-сайтларга жуда осон юборилишига катта имкониятлар мавжуд. Аммо Ўзбекистонда қуйидаги муаммолар мавжуд:

интернет-магазинларни лойиҳалаштирувчи юқори малакали мутахассислар ва самарали, унча қиммат бўлмаган дастурларнинг камлиги;

интернет-магазинлар рекламасининг ўта сустлиги;

интернет-магазинлар товар ассортиментининг озлиги ва хизмат доираларининг чекланганлиги;

электрон тижорат соҳасига ҳали банк хизмати мослашмаганлиги ва бошқалар.

Муаллиф фикрича, китоблар нашрини кўпайтиришни асосий йўли - sales promotion – китоб муаллифларини моддий ва маънавий рағбатлантиришдан иборат. Шунинг учун замонавий маркетинг тамойили “сейлз промоушн” (sales promotion)-сотишни рағбатлантириш усулидан фойдаланиш зарурлиги асосланди.

Айниқса яхши китобларни нашр қилиш, унинг режасидан кўпроқ сотилиши ёки қайта нашр этилиши жараёнларида китоб муаллифларини моддий рағбатлантириш кўрсаткичлари улар билан нафақат нашриётлар билан тузилаётган шартномаларда, балки савдо корхоналари билан тузилаётган шартномаларда ҳам кўзда тутилиши шарт деб ҳисоблаймиз.

Муаллиф фикрича, ривожланган мамлакатлар ичида, Ўзбекистон учун энг мақбул тажриба, Германия давлатидаги, 1895 йилдан бери фаолият юритаётган китоблар бозорини ташкил этиш ва бошқариш тизими ҳисобланади<sup>12</sup>. Германияда китоб бозорининг таркиби: китоб чакана савдоси, китоб улгуржи савдоси воситачилари ва нашриётлардан иборат бўлиб, улар 1895 йилдан бошлаб «Немис китоб савдо биржа иттифоқини» шакллантирган. Мазкур уюшманинг асосий мақсади – иттифок иштирокчиларининг манфаатларини ҳимоя қилиш, уларнинг монополистлар ва маъмурий идоралар таъсиридан сақлаш ҳамда сервис хизмати кўрсатишдан иборат.

«Немис китоб савдо биржа иттифоқи»га 1777 та нашриётлар, 4208 та китоб магазини ва 81 та улгуржи савдо воситачи компаниялар аъзо бўлган. Германия китоб савдосининг ўзига хос хусусияти – 2002 йилдан бошлаб қонун билан назорат қилинадиган нархлаштириш сиёсатини олиб борилиши, барча савдо бўғинларини ягона занжирли иттифокқа бирлаштирилганини ва китобни маданий мерос сифатида баҳоланишидан иборат.

Германия китоб савдоси айланмаси таркибида бозор субъектларининг, жумладан чакана китоб савдоси 53,6 фоизни, нашриётлардан тўғридан-тўғри сотиш 18,0 фоизни; «Почта-китоб савдоси» интернет билан сотиш 12,6 фоизни, бошқа сотиш тармолари улуши эса 9,1 фоизни «Универмаг»лар

---

<sup>12</sup> Манбалар: [www.buchreport.de](http://www.buchreport.de). Buch und Buchhandel in Zahlen 2010-2012 (Китоблар ва китоб савдоси рақамларда: 2010-2012 йй.). Borsenverein des Deutschen Buchhandels (Немис китоб савдо биржа иттифоқи ҳисоботлари)

бўлимларининг улуши эса 3,7 фоизни, китоб бирлашмаларининг улуши эса 3,0 фоизни ташкил этади.

Ҳозир Ўзбекистонда китоб савдосини бошқариш тизимини йўқлиги сабабли Германия тажрибаси асосида “**Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси миллий ассоциацияси**”ни нодавлат-нотижорат ташкилоти сифатида Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги ҳузуридаги таркиби ва вазибалари ишлаб чиқилди (5-расм).



**5-расм. “Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси ассоциацияси”нинг бошқарув тизими<sup>13</sup>**

“Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси миллий ассоциацияси” ни махсус Низоми ишлаб чиқилди, унга аъзо бўлиб кириш ихтиёрий бўлиб, уларнинг юридик мақомлари тўла сақланган ҳолда ва ўзаро ҳамкорликда қуйидаги концептуал мақсадларини амалга оширадilar:

жамиятда китобни оммалаштириш ва уни маданий мерос сифатида баҳолашига эришиш;

барча оммавий ахборот воситаларида китобларни имтиёзли равишда рекламасини ташкил этиш ва бунинг учун юқори малакали мутахассисларга эга бўлган махсус агентлик тузиш;

<sup>13</sup> Муаллиф тадқиқотлари асосида шакллантирилган.

китоб бозорида маркетинг тадқиқотларини узлуксиз олиб бориш ва унинг натижалари билан субъектларни таъминлаб бориш. Шу мақсадда махсус консалтинг фирмасини ташкил этиш;

китоб муаллифлари ва адабиётшуносларни моддий ва маънавий рағбатлантириш бўйича таклифлар тайёрлаш;

китобхон-ўқувчиларни рағбатлантириш бўйича тадбирлар ўтказиш;  
“нашриётлар” – анъанавий маданий марказга айланишларини эътироф этиш;

муаллифлик ва нашр ҳуқуқларига риоя қилиш бўйича тадбирлар олиб бориш, ҳамда нашриёт ва савдо субъектларини маҳаллий ҳокимиятлар тазйиқидан ҳимоя қилиш;

китоблар логистикаси, тарқатиш ва тақсимлаш (воситачи-улгуржи китоб савдосини) ташкил этишни қўллаб-қувватлаш;

кенг тармоқли ва юқори маданиятли китоблар чакана савдосини ривожланишини рағбатлантириш;

мамлакатимизда кутубхоналар тизимини шаклланишига кўмаклашиш ва бошқалардан иборат бўлиши мумкин.

«Sharq matbaa ijodiy uyi» томонидан мустақиллик йилларида мамлакатимизда биринчи бўлиб МЧЖ шаклида таъсис этилган «Sharq Ziyokori» китоблар марказининг жами 20 та чакана савдо объектида 2150 кв.м савдо майдони бўлиб, уларнинг вилоятлардаги 12 тасидан 2 таси ўзининг мулки, қолганлари ижарага олинган, Тошкент шаҳридаги 8 дўкондан 2 таси талабга жавоб беради, қолганлари эса майда киоскачалардан иборат. «Шарқ Зиёкори» МЧЖнинг китоб магазинларида хизмат кўрсатиш жараёнларини тадқиқ қилиш натижасида бир қанча имкониятлар борлиги аниқланди. МЧЖнинг Наманган шаҳридаги биринчи магазини, Тошкент шаҳридаги бош китоб магазини савдо майдонларини жиҳозлаш, харидорларнинг ўз-ўзига хизмат кўрсатиш усули асосида китоб сотиб олишларини ташкил этиш, унинг савдо майдонидан фойдаланиш коэффицентини 1,5 баробаргача кўпайтириш ва хизмат кўрсатиш маданиятини янада ошириш бўйича ҳам илмий-услубий тавсиялар берилди.

Бизнинг фикримизча, китобларни чакана савдо шохобчаларида сотиш учун тавсия этишда қўлланилаётган амалиётдаги гуруҳларга ажратиш тизими ҳам эскириб қолди. Бозор иқтисодиёти шароитида китоб магазинларида таклиф этилаётган китоблар ассортиментини аҳоли фаолиятидаги ўзгаришларни ҳисобга олиб, китобхонлар талабларига мос равишдаги гуруҳларга ажратиш тавсия этилди.

Китоблар чакана савдо инфратузилмаси, савдо шохобчаларининг ҳолати ва шаҳар ҳамда туманларда истиқболли ривожланиш муаммоларини тадқиқ этиш натижасида муаллиф, шундай хулосага келди. Китоб савдоси инфратузилмаси ҳам шаҳар ва қишлоқларда шаклланаётган барча хизмат кўрсатиш соҳалари инфратузилмаси мажмуасини бир қисми бўлиб, улар билан бирга режалаштирилади ва жойлаштирилади. Аммо аҳолининг чакана савдо шохобчаларига бўлган эҳтиёжини аниқлаш бўйича Республикаимизда ҳали махсус илмий асосланган нормативлар ишлаб чиқилгани йўқ. Ҳозир

амалиётда қўлланилаётган “Қишлоқ туманларида товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш корхоналарини рационал жойлаштириш бўйича вақтинчалик методика” 2010 йилда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги прогнозлаштириш ва макроиктисодий тадқиқотлар институти томонидан тузилган. Мазкур ҳужжатнинг 27-28 бетларида ва 28 иловасида аҳолининг 500, 2000 ва 5000 кишигача бўлган қишлоқларда ҳамда шаҳар ва туманларда савдо корхоналарига бўлган эҳтиёжини савдо корхонаси сонидан аниқлаш тавсия этилган. Методикада савдо корхонасининг товар ассортименти ва савдо майдони каби асосий кўрсаткичлар эътибордан қолиб кетган. Шунинг учун бу кўрсаткичларсиз шаҳар ва қишлоқлар аҳолисининг чакана савдо майдонларига бўлган эҳтиёжларини тўғри аниқлаш мумкин эмас. Китоблар чакана савдоси шохобчаларига бўлган аҳоли эҳтиёжини аниқлашнинг бошланғич омили – кўрсаткичи сифатида аҳолини китобларни сотиб олиш имкониятлари – талаблари ҳажми аниқланиши шарт ва шу кўрсаткич асосида магазинлар савдо майдонларига эҳтиёжи ҳам ҳисобланади. Шунинг учун аҳолининг китобларга бўлган талабини қуйидаги математик модел орқали аниқлаш мумкин деб ҳисоблаймиз<sup>14</sup>:

$$X = a_0 + a_1p + a_2P + a_3R + a_4Q; \quad (1)$$

бунда,

X – аҳолига сотилган китоблар ҳажми;

p – китоблар нархи индекси;

P – барча товарлар нархининг умумий индекси;

R – аҳоли даромадларининг ўзгариш даражаси;

Q – аҳоли ижтимоий қатламларининг даромадлари ўртасидаги нисбат ҳисобланиб, Ўзбекистонда бу кўрсаткич 2011 йилда 8,3 га тенг бўлган эди<sup>15</sup>. 2017 йилда ушбу кўрсаткичнинг миқдори 8,7 гача кўпайди.

Аҳоли жон бошига сотилган китоблар (сўм) ва тўғри келадиган пул даромадлари ҳажмини танланган базис йилга нисбатан ўзгариш индекслари аниқланади ва натижалари асосида тенглама (1) қуйидагича ёзилади:

$$j_{\text{тp}} = a_0 + a_1p + a_2P + a_3j_d + a_4V; \quad (2)$$

бунда,  $j_{\text{тp}}$  - китобларни аҳоли жон бошига сотилишини ўзгариш индекси;

P – нархнинг умумий ўзгариш индекси;

p – китоблар баҳоси ўзгариш индекси;

$j_d$  – аҳоли жон бошига тўғри келган даромадни ўзгариш индекси;

V – аҳолининг ялпи даромадларида энг паст даромадли ижтимоий гуруҳ улуши (%).

<sup>14</sup> Крутиков Ф.А. Изучение рынка товаров народного потребления. Проблемы решения. Изд: «Экономика», М.1972 г. стр. 197

<sup>15</sup> «Халқ сўзи», 2012 йил, 20 январь.

Аҳолининг китобларга бўлган талабини шаклланишига таъсир этувчи ( $a_1, a_2, a_3, a_4$ ) омилларнинг ҳар бирини миқдорий кўрсаткичлари ҳисобланади. Бундан кейин (2) тенгламага режалаштириладиган даврга белгиланган баҳолар индекси, аҳоли жон бошига тўғри келадиган даромад ва бошқа омилларни кўйиб, аҳоли жон бошига китоб сотиш индексини аниқлаб оламиз. Мамлакат ёки вилоят бўйича аҳолининг китобларга бўлган талаби ҳажмини ҳисоблаш учун базис йилдаги аҳоли жон бошига сотилган китоблар ҳажмини режалаштириладиган даврга аниқланган жон бошига сотиш индексига ( $j_{tp+1}$ ) ва аҳоли сонига ( $L_{t+1}$ ) кўпайтирилади. Натижаси  $T_{t+1} = tpV_{t+1} \cdot L_{t+1}$  (3) тенграмаси орқали ҳисобланади. Мазкур усул билан чакана савдо айланмаси ҳажми прогнози аниқлангандан кейин, унинг фаолият юритаётган магазинлардаги 1 кв.м савдо майдонига тўғри келадиган йиллик чакана савдо айланмаси кўрсаткичга бўлиш орқали келажакда қанча қўшимча савдо майдони кераклиги ҳисоблаб олинади. Албатта бу ерда электрон китоб савдосини интернетлар орқали ривожланишига эътибор қаратилади. Ушбу усул билан Наманган вилояти бўйича 2015-2020 йилгача китоб магазинларини шаҳар ва туманлар кесимида ривожлантириш режаси муаллиф томонидан ишлаб чиқилган ва вилоят ҳокимлигига тақдим этилган.

## ХУЛОСА

Тадқиқотлар натижасида куйидаги хулосалар шакллантирилди.

1. Китоб чакана савдо объекти сифатида оддий товар эмаслиги, унинг мазмун ва моҳияти интеллектуал товарлиги, дунёдаги яратилган рақобатбардош маҳсулотлар ҳамда кўрсатиладиган хизматларнинг бошланғич ахборот манбаи ҳамда аҳолининг юксак маънавиятини шаклланишида асосий омил эканлиги исботланди. Тадқиқот натижасида китоблар нашри ва савдосини ривожлантириш муаммоларининг ўзаро боғлиқлиги ҳам асосланди.

2. Қиёсий таҳлиллар кўрсатдики, нашр этиладиган китоблар сифати яхшиланди, уларнинг мазмун моҳиятлари ҳам халқимиз орзу қилиб келган эркин фикрлаш, тарихий қадриятларимизни тўла ёритиш ва жаҳон маданияти эришган ютуқларни кенгроқ тарғиб қилишга қаратилмоқда. Шу билан бирга ички ва жаҳон бозорларидаги рақобатга бардош берувчи босма ва электрон китоблар нашрини ишлаб чиқишни кўпайтириш учун давлат томонидан имтиёзли кредит ресурслари ажратилиши лозимлиги тавсия қилинди.

3. Китоблар чакана савдо айланмасини 80 фоиз умумий ўрта мактаблар орқали ўқувчиларга ижарага бериладиган китоблар ҳисобига тўғри келмоқда. Натижада ота-оналар ва ўқувчиларни китоб дўконларига киришларига эҳтиёж қолмагани сабабли, аҳоли нашр этиладиган китоблар ҳақида ахборотга ҳам тўла эга бўлмаяпти. Ҳозир кам таъминланган оилалар сони камаяётганлиги, аҳолининг асосий қисми дарсликларни сотиб олиш имкониятларига эга эканлиги туфайли барча дарсликларни ҳам очик чакана савдога чиқариш лозим деб ҳисоблаймиз.

4. «Шарқ Зиёкори» китоблар маркази ҳозирги шароитда Тошкент шаҳри ва вилоятлар марказида ўз филиалларини ташкил этиб етарли тажрибага эга, савдо маданияти ҳам уларда анча юқори. Шунинг учун «Шарқ Зиёкори» китоблар марказига улгуржи савдо қилиш ҳуқуқини ва давлат томонидан молиявий имтиёзлар бериш зарурлиги асосланди. Мазкур марказнинг китоб дўконларидаги хизмат кўрсатиш усулларини такомиллаштириш ва савдо маданиятини янада ошириш бўйича тавсиялар берилди.

5. Китоблар чакана савдо айланмаси ўсишига таъсир этувчи омиллар корреляцион таҳлили натижасида (Наманган вилояти мисолида) шундай тенденция аниқландики, ҳозирги шароитда, аҳоли жон бошига тўғри келган даромадни бир фоизга ўсиши натижасида китоблар чакана савдо айланмаси 0,41 фоиз ошмоқда, китоб дўконлари савдо майдонларини ҳар минг кишига бир фоизга ошиши эса, чакана савдо айланмасини 0,93 фоизга таъминламоқда. Аҳолига китобларни яқинлаштириш ва уларни ассортиментини кенгайтириш китоблар чакана савдоси ривожланишининг бош омилига айланганлиги асосланди.

6. Ҳозир Ўзбекистонда китоблар савдосини бошқариш ва унга кўмаклашиш тизими йўқлиги сабабли, китоблар наشري ва савдосини ташкил этишда ривожланган мамлакатлар тажрибаси ўрганилиб, улардан фойдаланган ҳолда «Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси миллий ассоциацияси»ни Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги ҳомийлигида нодавлат нотижорат ташкилоти сифатида шакллантириш, унинг мақсади ва вазифалари ҳамда таркибий тузилиши ишлаб чиқилди.

7. Китоблар наشريёти ва савдоси ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини оширишнинг асосий омили сифатида, наشريётлар ва савдо корхоналари фаолиятига маркетинг тамойиллари, талаблари ва стратегияларини янада чуқурроқ сингдириш орқали ривожланган давлатларнинг рақобатли босма ва электрон китоблар бозорларида ҳам эркин ишлашларига имкониятлар яратилиши учун тадқиқотда китоблар бозорининг маркетинг тамойили-концепцияси, наشريёт-матбаа уйи маркетинг мақсадлари, китоблар бозори маркетинг тадқиқоти Publicity, Public Relation (PR), Sales Promotion ва бошқа услубларидан фойдаланиш тавсия этилди.

8. Китоблар савдосида ахборот коммуникация технологияларидан фойдаланиш ўта долзарблиги, аммо бизда электрон тижоратни илмий-услубий масалалари, интернетдан фойдаланиш бўйича техник-технологик муаммолар мавжудлиги, кадрлар малакаси етарли даражада эмаслиги ва бошқа тўсиқларни ечимини топиш зарурати борлиги таъкидланди. Интернет, почта, матбуот киоскалари, дўконлар, супермаркетлар орқали ҳам китоб сотишни ривожлантиришга алоҳида эътибор бериш зарурлиги асосланди.

9. Савдонинг, жумладан, китоб савдосини ривожланиши мамлакат иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омили эканлигини эътиборга олиб, савдо корхоналари, “Супермаркет”, “Гипермаркет”, “Бозор комплекслари”, “Китоб дўконлари” ва бошқа субъектларни бошқарувчи – менежерларни замонавий “Мерчендайзинг” таълим йўналишида илмий салоҳиятга эга бўлган Тошкент давлат иқтисодиёт университети (ТДИУ),

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти (СамИСИ) ва Наманган муҳандислик-технология институти (НамМТИ) ларида тайёрлашни йўлга қўйиш лозим деб ҳисоблаймиз.

Юқорида келтирилган илмий таклиф ва тавсияларнинг амалиётга жорий қилиниши мамлакатни ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида белгиланган хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш бўйича имкониятлар яратади деб ҳисоблаймиз.



**НАУЧНЫЙ СОВЕТ №DSc.27.06.2017.I.18.01  
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЁНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ  
САМАРКАНДСКОМ ИНСТИТУТЕ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА**

---

**НАМАНГАНСКИЙ ИНЖЕНЕРНО - ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ  
ИНСТИТУТ**

**СОЛИЕВА ГУЛБАХОР АХМАДЖАНОВНА**

**РАЗВИТИЕ КНИЖНОЙ ТОРГОВЛИ В УЗБЕКИСТАНЕ И ФАКТОРЫ  
ПОВЫШЕНИЯ ЕЁ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**08.00.05 – Экономика отраслей сферы обслуживания**

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD) ПО  
ЭКОНОМИЧЕСКИМ НАУКАМ**

**Тема диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан В 2017.4.PhD/1qt 411**

Диссертация выполнена в Наманганском инженерно-технологическом институте  
Автореферат диссертации размещён на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) на веб-странице ([www.sies.uz](http://www.sies.uz)) учёного совета и Информационно-образовательном портале «Ziyonet» ([www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)).

**Научный руководитель:** **Пардаев Мамаюнус Каршибаевич**  
доктор экономических наук, профессор

**Официальные оппоненты:** **Курбонов Зиёд Ниязович**  
доктор экономических наук, профессор

**Махкамов Бахтиёр Шухратович**  
доктор экономических наук

**Ведущая организация:** **Ташкентский государственный экономический университет**

Защита диссертации состоится «\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 года на заседании научного совета Dsc.27.06.2017.1.15.01 по присуждению учёной степени при Самаркандском институте экономики и сервиса. Адрес: 140100, г. Самарканд, ул. Амир Темура, 9. Тел.: (998 66) 231-07-45; Факс: (998 66) 231-12-53; E-mail: [ilm@sies.uz](mailto:ilm@sies.uz)

С диссертацией доктора философии (PhD) по экономическим наукам можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Самаркандского института экономики и сервиса (зарегистрировано за № \_\_). Адрес: 140100, г. Самарканд, ул. Шохрух, 60. Тел.: (998 66) 233-34-76; Факс: (998 66) 231-12-53; E-mail: [ilm@sies.uz](mailto:ilm@sies.uz)

Автореферат диссертации разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 года.  
(протокол реестра №\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 года).

**М.Э.Пулатов**  
Председатель научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., доцент

**И.С.Тухлиев**  
Учёный секретарь научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

**М.М.Мухаммедов**  
Председатель научного семинара при научном совете по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

## **ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))**

**Актуальность и необходимость темы диссертации.** Повышение интеллектуального потенциала населения мира непосредственно зависит от уровня организации услуг по изданию и продаже книг. Поэтому сегодня ряд развитых стран по уровню издательского дела и книжной торговли продолжают занимать ведущие места. Так, общий книжный товароборот только в США, Германии, Франции и Англии составляет в год свыше 100 млрд. долларов США и доминируют в мире. По данным источников, население России в среднем в неделю занимаясь 7,5 часов чтением книг, находится на 7 месте после Индии, Тайланда, Китая, Филиппин, Египта и Чехии<sup>16</sup>. Эти показатели в нашей стране значительно низкие, поэтому становится актуальным исследование данной отрасли и определение путей ее совершенствования.

В мире все больше развиваются научные исследования проблем развития книжной торговли. К ним можно отнести научные исследования, посвященные использованию инноваций, медиа-технологий, сети интернет, почтовых связей, повышению культуры чтения и др.

За годы независимости, в нашей стране особое внимание уделяется реформированию и совершенствованию деятельности издательств и полиграфической отрасли, обновлению и модернизации их материально-технических ресурсов. В результате книгоиздание вышло на новый уровень, повысилось качество книг и печатной продукции. К сожалению, в результате приватизации книжных магазинов, снижения покупательной способности населения в первые годы независимости с одной стороны, а также развитие информационно-коммуникационных технологий с другой стороны, оказало существенное влияние на книжную торговлю, издатели и торговые работники оказались в жесткой конкурентной среде. Разрушилась система распределения книг. Все эти обстоятельства подтверждают актуальность исследования проблем развития издательского дела и книжной торговли.

Данное диссертационное исследование в определенной степени служит выполнению задач, намеченных в указе Президента Республики Узбекистан УП-4947 от 7 февраля 2017 года «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» и в постановлении Президента Республики Узбекистан ПП-3271 от 13 сентября 2017 года «О программе комплексных мер по развитию системы издания и распространения книжной продукции, повышению культуры чтения» и других нормативно-правовых актах, относящихся к сфере.

**Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики.** Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий в республике «Духовное и культурное развитие

---

<sup>16</sup> Дайджест исследования. «Книжный рынок России». [www. Bookmix.ru](http://www.Bookmix.ru).

демократического правового общества, а также формирование инновационной экономики».

**Степень изученности проблемы.** Научные и методологические аспекты книжной торговли и вопросы повышения её социально-экономической эффективности были предметом исследования многих зарубежных учёных. Среди них результаты исследования Hirschman E.C., Holbrook M.B., Hjørth A., Robert A., Carter R.R., Kamakura W.A., Basuroy S.J., Boatwright P.<sup>17</sup> являются приоритетными. В их работах преобладают маркетинговые основы книжного дела, однако вопросы книжной торговли, связанные с брендами издательств и авторов, ценовой политикой, методами продаж освещены слабо.

Среди учёных СНГ Д.И.Правдин, В.Б.Рамзес, Н.В.Авергина, Н.А.Трухачева, А.Б.Берштардт, В.М.Усоскина и др.<sup>18</sup> провели большие исследования в области услуг. Они рассмотрели книгу, как средство воспитания и источник информации, имеющие важнейшее социально-экономическое значение в развитии общества. Однако книжной торговле, её технологическому аспекту и методам продажи, а также обслуживания покупателей в их исследованиях уделено недостаточное внимание.

Учёные Узбекистана Юсуф Хос Хожиб, Ё.А.Абдуллаев, Б.А.Абдукаримов, З.Н.Курбанов, З.Дж.Адилова, М.Т.Алимова, М.Р.Болтабаев, Д.Р.Зайналов, Қ.Ж.Мирзаев, Б.Н.Наврўззода, И.Очилов, М.Қ.Пардаев, М.М.Мухаммедов, М.Э.Пўлатов, А.С.Солиев, Н.Т.Тухлиев, И.С.Тухлиев, К.Б.Уразов и др.<sup>19</sup> исследовали общие и частные проблемы сферы услуг и его маркетинга.

---

<sup>17</sup> Hirschman, E.C., & Holbrook, M.B. 1982, Summer, Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions. *Journal of marketing*, 46, 92-101., Hjørth Andersen, C. (2000). A model of the Danish book market. *Journal of Cultural Economics*, 24(1), 27-43.; *Trade Book marketing, Apzactica guide*. Edited by Robert A., Carter R.R. Company New York. London, 1983; Kamakura, W.A., Basuroy, S., & Boatwright, P. (2006). Is silence golden? An inquiry into the meaning of silence in professional product evaluations. *Quantitative Marketing & Economics*, 4, 119-141.

<sup>18</sup> Правдин Д.И. Развитие непроизводственной сферы: темпы, пропорции и перспективы. М. Экономика, 1976.; Рамзес В.Б. Социально-экономическая роль сферы услуг в современной Японии. М. 1975.; Аверина Н.В. Реклама в книжной торговле. современные стратегии и методы. автореферат дисс. у.ст.к.э.н. СПб., 2011.; Трухачева Н.А. Книжный рынок как предмет социологического анализа. дисс. у.ст.к.с.н. Москва. 2003.; Берштардт А.Б. Реклама книги в книговедении и издательском деле. дисс. у.ст.к.с.н. Москва. 2009.; Сфера услуг в США. Академия наук СССР. Институт Мировой экономики и международных отношений. Под ред. В.М.Усоскина. М. "Наука", 1985.

<sup>19</sup> Юсуф Хос Хожиб. Кутадғу билиг (Саодатга йўлловчи билим). Тошкент, 1971.; Абдуллаев Ё. Бозор иқтисодиёти асослари. - Т.: «Меҳнат», 2002.; Абдукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик. - Т.: «Iqtisod-Moliya», 2010.; Курбанов З.Н. Матлубот китоб савдоси фаолиятини бухгалтерия ҳисоби ва тахлилини такомиллаштириш. и.ф.н. даражасини олиш учун ёзилган диссерт.автореферати – М.:МКИ, 1992 й.-18 б.; Адилова З.Дж. Халқаро бозорларга экспорт маҳсулотларини йўналтиришнинг маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм.дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. - Тошкент, 2008. – 358 б.; Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари. // Монография. – Т.:, "Иқтисодиёт", 2015. – 300 б.; Болтабаев М.Р. "Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси". И.ф.д. дисс.автор.ф. Т.2005; Зайналов Д.Р. Услуги сервиса, как экономическая категория. "Сервис" Ж №1, 2009.; Мирзаев Қ.Ж. Агросервис хизматлари самарадорлигини оширишнинг методологик масалалари. Монография. –Т.: "Iqtisod-Moliya", 2010 й.; Наврўззода Б.Н. Маркетинг: Бозорни билиш маҳорати. Ўқув методик қўлланма. Бухоро, 2006.; Очилов И. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида самарадорликни ошириш йўллари. Монография. - Т.: "Iqtisod-moliya", 2011.; Пардаев М.Қ., Мухаммедов М.М. Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш – устивор масала. "Сервис" Ж. №1, 2009.; Пўлатов М.Э. Интеллектуал капитал ҳисоби ва аудити методологиясини такомиллаштириш. И.ф.д.

Однако за годы независимости, у нас почти не проводились научные исследования по проблемам книжной торговли.

**Взаимосвязь темы исследования с планом научных исследований вуза, в котором выполнена диссертация.** Тема диссертации выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ Наманганского инженерно-технологического института.

**Целью исследования является** разработка научных рекомендаций и практических предложений, направленных на развитие книжной торговли в Узбекистане, а также повышению её социально-экономической эффективности.

**Поставленная цель исследования предопределила необходимость решения следующих задач:**

исследование с научно-теоретической точки зрения, значения услуг в развитии интеллектуального потенциала и просвещения населения, связанных с книжной торговлей;

сегментация исследований книжного рынка, направленная на повышение эффективности работы отдела маркетинга в издательско-полиграфических творческих домах и презентация книг, разработка и внедрение в практику методов развития связи с книгочитателями;

определение финансового состояния субъектов, занимающихся книжной торговлей в нашей стране и обоснование предложений по государственным льготам для обеспечения их социально-экономической эффективности;

разработка путей рекламы и презентации книг населению методом стимулирования продажи на основе использования медиа-технологий для повышения социально-экономической эффективности книжной торговли и издательского дела;

учитывая приватизацию книжной торговли и издательского дела, обосновать предложения по организации негосударственной - некоммерческой организации «Национальной ассоциации издателей и книжной торговли Узбекистана»;

усовершенствование торговых технологий и процессов для повышения культуры обслуживания в книжных магазинах, а также разработка и внедрение организационно-экономического механизма, повышающего возможности использования новых медиа-технологий в их деятельность;

анализ тенденций развития розничных торговых точек, определение факторов, влияющих на повышение их эффективности и создание научно-теоретических и методологических направлений повышения культуры обслуживания.

**Объектом исследования является** деятельность издательско-полиграфических творческих домов и предпринимательских субъектов системы книжной торговли, функционирующих в гг. Ташкенте и Намангане.

---

дисс. автореферати. Тошкент., ТДИУ. 2017 й. 63 б.; Солиев А.С. Marketing. Дарслик. - Т.: "Iqtisod-Moliya", 2010.; Тухлиев Н.Т. Бозорга ўтишинг машаққатли йўли. - Т.: "Ўзбекистон", 1999.; Тухлиев И.С. ва бошқа муаллифлар. Туризмни режалаштириш. Дарслик. -Т.: "Iqtisod-Moliya", 2010.; Уразов К.Б. Савдода бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортиш.-Т.: "Иқтисодиёт ва ҳуқуқ", 2007.

**Предметом исследования** является процесс экономических отношений, направленных на повышение социально-экономической эффективности книжной торговли в Узбекистане.

**Методы исследования.** В диссертационной работе использованы методы системного подхода и статистического анализа, эмпирической оценки, эконометрического моделирования, методы монографического наблюдения, экспертной оценки, анкетного опроса и др.

**Научная новизна исследования** заключается в следующем:

рекомендованы предложения, направленные на повышение эффективности работы отделов маркетинга издательско-полиграфических творческих домов на основе использования открытых массовых методов презентации книг среди населения и сегментирования будущих читателей на книжном рынке;

для повышения социально-экономической эффективности издательского дела и книжной торговли совершенствованы методы использования медиа-технологий, интернет рекламы и материального стимулирования продавцов и покупателей;

для развития книгочтения и книгоиздания обоснованы предложения по развитию оптовой книжной торговли и повышения культуры обслуживания в магазинах за счет подготовки квалифицированных кадров;

разработана и рекомендована модель управления издательским делом и книжной торговлей в качестве негосударственной-некоммерческой организации, как “Национальная ассоциация издательств и книжной торговли Узбекистана”, определена ее структура и задачи.

**Практические результаты исследования.** Разработан механизм по усовершенствованию процессов и технологий услуг в книжных магазинах, а также по использованию новых медиа-технологий в их деятельности. Научная рекомендация внедрена в управление книжного центра «Шарк Зиёкори» и в деятельность субъектов в системе Агентства по печати и информации Узбекистана;

внедрены предложения по новой группировке книг и их презентаций покупателям в торговом зале, методы самообслуживания покупателей по обеспечению технологических процессов магазинов книжного центра «Шарк Зиёкори»;

для повышения эффективности услуг отдела маркетинга в издательско-полиграфических творческих домах Агентства по печати и информации Узбекистана на практике использованы предложения по усовершенствованию оптовой и розничной торговой деятельности, издательству книг;

предложена модель управления негосударственной-некоммерческой организации «Национальной ассоциации издателей и книжной торговли Узбекистана», которая начала свою деятельность в мае 2018 года. Организация зарегистрирована в Министерстве Юстиции Республики Узбекистан 2 июля 2018 года по номеру 246 и свидетельством №1704.

**Достоверность результатов исследования** заключается в следующем: использованные в диссертации теоретические информации получены из литературы, изданной госиздательствами, а практические материалы собраны из официальных сборников, статистических и бухгалтерских отчётов издательств и предприятий, а также проведённых автором собственных маркетинговых исследований, анкетных опросов экспертов. Выводы исследования рассмотрены и одобрены в госструктурах, а также специалистами ведущей книто-торговой организации.

**Научная и практическая значимость результатов исследования.** Научное значение результатов исследования выражается в наличии предпосылок для развития теоретических и методических рекомендаций деятельности маркетинговых служб издательско-творческих домов. Предложенные рекомендации по анализу рыночной деятельности предприятий книжной торговли открывают возможности повышения их социально-экономической эффективности.

Практическая значимость исследования заключается в том, что использование их результатов позволит субъектам книжного дела и торговли организовать работу маркетинговых служб, продажу книг, а также добиться повышения социально-экономической эффективности своей деятельности.

**Внедрение результатов исследования.** На основе полученных научных результатов по развитию книжной торговли и факторов повышения её социально-экономической эффективности:

внедрены в деятельность Агентства по печати и информации Узбекистана (справка от 24.04.2018 г. № 05-1506) методы, направленные на повышение эффективности работы отделов маркетинга издательско-полиграфических творческих домов по использованию методов открытой массовой презентации книг среди населения и сегментирования будущих читателей на книжном рынке. Разработанные предложения автора дали положительные экономические результаты по увеличению продажи продукции и в результате рентабельность в 2015 году по сравнению с 2014 годом выросла на 1,6 процента;

в системе Агентства по печати и информации Узбекистана (справка от 24.04.2018 г. № 05-1506) внедряются более совершенные рыночные механизмы, обеспечивающие повышения социально-экономической эффективности издательского дела и книжной торговли на основе медиа-технологий, интернет рекламы и материального стимулирования продавцов и покупателей книг. Настоящая научная новизна использована при подготовке проекта постановления Президента Республики Узбекистан от 13 сентября 2017 г. за № ПП-3271 (пункт 3);

рекомендации по развитию книгопечатания и книгоиздания на основе повышения культуры обслуживания в магазинах и развития оптовой книжной торговли, а также подготовки квалифицированных кадров внедрены в деятельность субъектов Агентства по печати и информации Узбекистана (справка от 24.04.2018 г. № 05-1506). Научная новизна включена в 3 раздел программы “Формирование общего заказа на книжную продукцию,

совершенствование систем издания и распределения, развитие специализированных книжных магазинов” утверждённой Постановлением Президента за № ПП-3271 от 13.09.2017 г. разработанные организационно-экономические механизмы по совершенствованию технологии и процесса обслуживания на основе новых медиа-технологий в книжных магазинах “Шарк Зиёкори” внедрены в практику. В результате коэффициент использования торговых площадей возросли в 1,3 раза и повысилась культура обслуживания (справка от 24.04.2018 г. № 05-1506);

предложения по организации новой негосударственной и некоммерческой модели «Национальной ассоциации издательств и книжной торговли» управления издательским делом и книжной торговли внедрены в практику (справка от 24.04.2018 г. № 05-1506). На основе этих рекомендаций организовано «Национальная ассоциация издательств и книжной торговли Узбекистана», которая функционирует с мая 2018 г.

**Апробация результатов исследования.** Результаты исследования прошли апробацию в 3 научно-практических конференциях, в том числе на 2 международных (одна за рубежом).

**Публикация результатов исследования.** По теме диссертации опубликована 9 научных работ, в том числе, одна монография, 7 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для публикации основных результатов авторских диссертаций, в том числе 6 в республиканских и одна в зарубежных журналах.

**Структура и объём диссертации.** Диссертация состоит из введения, трёх глав, 9 параграфов, выводов, списка использованной литературы и приложения. Объём диссертации составляет 153 страниц.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

Во введении обоснованы актуальность и востребованность темы, определены цели, задачи, объект и предмет исследования, показано соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий Республики. Изложена научная и практические результаты диссертационного исследования, раскрыты научная и практическая значимость полученных результатов, внедрение в практику результатов исследования, а также сведения по опубликованным работам и структуре диссертации.

В первой главе диссертации «**Развитие книжной торговли и научно-методологические основы повышения её социально-экономической эффективности**» раскрыто значение книжной торговли в формировании высокой духовности населения, изучена история издательской и торговой деятельности в Узбекистане, обосновано теоретическое и практическое значение и место книжной торговли в сфере услуг. По мнению автора, культура торговли также является составной частью общечеловеческой культуры. Через рекламы товаров, в процессе продажи, а также



обслуживания покупателей продавцы дают им советы по использованию продуктов, выбору соответствующих комплектов одежды, мебели и др. Современные торговые предприятия являются частью общей архитектуры городов и населенных пунктов, наличие которых повышает настроение населения. Продажа новых товаров в торговле обеспечивает население необходимой новой информацией о достижениях науки и техники в стране и за рубежом. В диссертации обоснованы отличительные особенности рынка каждой группы товаров. В том числе, по мнению автора, - «книжный рынок представляет собой совокупность социально-экономических отношений между авторами, издателями, системой образования, торговыми предприятиями и читателями в процессе купли и продажи книг». В диссертации проанализирована история книгоиздания и книжной торговли исходя из первоисточников. Первоначально 3000 лет тому назад изданная книга найдена в Хорезме, поэтому торговля книгами также имеет в Узбекистане свои исторические корни. По мнению автора, книга как интеллектуальный товар имеет свои особенности торгового процесса и рекламы, поэтому требуется высококвалифицированные торговые работники. Они должны иметь навыки об издательском деле, культуры чтения и способными создать творческие обстановки в торговых залах магазинов. Даны авторские определения понятий: культуры книжной торговли; культуры книжочтения и книжной торговли.

Во второй главе диссертации **«Анализ факторов развития книгоиздания и торговли ими»** исследованы качественные изменения, происходящие в издательско-полиграфическом деле за годы независимости Узбекистана, динамика развития розничной книготорговой сети, а также розничного товарооборота, определены методические основы их планирования и прогнозирования.

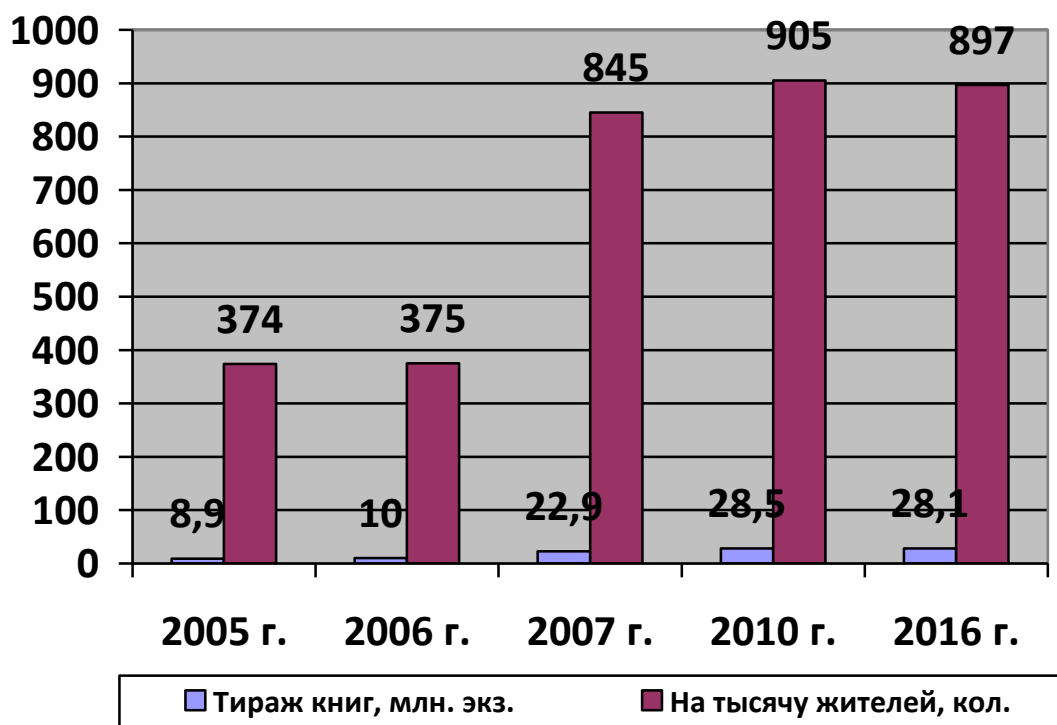
В годы независимости Узбекистана в результате исследования, происходящих в деятельности издательско-творческих домов выявлены следующие показатели:

В республике за период 2005-2010 годы издание литературы с 8,9 млн. экземпляров выросло до 28,5 млн. экземпляров. Однако в течении следующих 6 лет этот показатель понизился на 0,5 млн.экземпляров и не достиг до одного экземпляра книг на душу населения.

Из этой книжной массы 80% составляют учебники и пособия для системы образования. Электронные книги также издаются для школ, лицеев, колледжей и институтов.

Таким образом для продажи населению художественной литературы, справочных пособий и других издаются очень мало. В 2016 году издано только 2239 наименований книг, а в развитых странах ежегодно продаются 10-12 книг на душу населения.

В наших условиях невозможно полностью обеспечить книжные магазины импортными книгами.



**Рис.1. Динамика тиража книг в Узбекистане<sup>20</sup>**

Значит, главным направлением развития книжной торговли в Узбекистане является увеличение в несколько раз издания всех видов книг, в том числе переводных с иностранных языков. В этой связи автор диссертации совместно со специалистами Узбекского агентства по печати и информации разработал специальную анкету, состоящую из 35 вопросов и проведён опрос редакторов издательских-полиграфических домов. В результате выявлены следующие проблемы, стоящие перед ними по дальнейшему совершенствованию их рыночной деятельности.

1. В издательско-полиграфических творческих домах бизнес-планы составлены без проведения маркетинговых исследований, у них не хватает квалифицированные маркетологи;

2. Издатели ещё не приступили к изучению перспективных авторов художественной, учебной, методической, справочной, а также переводной литературы. Не проводится работа по изысканию дополнительных методов экономического стимулирования авторов книг.

3. Сейчас нет органа, защищающего субъектов книжной торговли. В результате значительные их собственные средства принудительно расходуется на внеплановые мероприятия по указанию местных властей.

4. Особенности книжной торговли и средств рекламы не учтены в государственных нормативных документах по кредитованию, налогообложению, арендной платы, рекламированию и т.д.

<sup>20</sup> Рассчитано авторам по данным ежегодных стат сборников Государственного статистического Комитета Республики Узбекистан.

5. Требуется изучить опыт развитых стран по издательскому делу и книжной торговле.

В целях решения выше названных проблем, прежде всего определены цели маркетинговой деятельности издательско-полиграфических творческих домов (рис. 2).



**Рис. 2. Цели маркетинговой деятельности издательско-полиграфических творческих домов<sup>21</sup>**

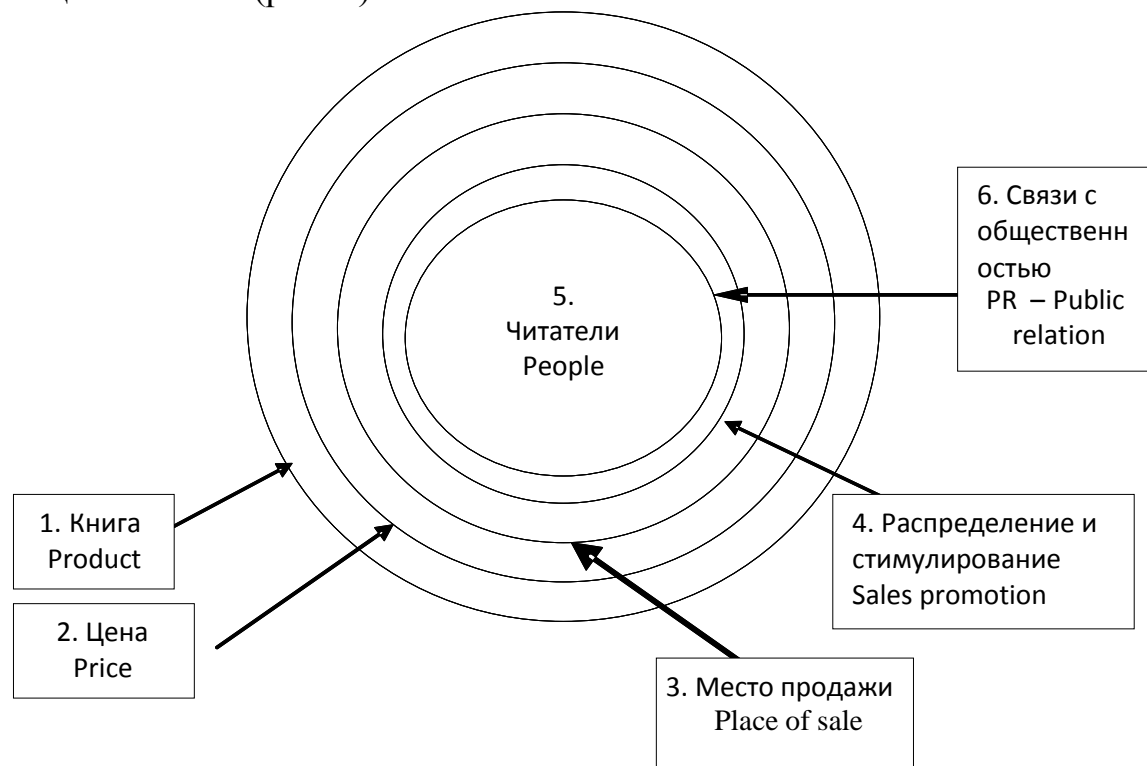
Достижение выше указанных целей обеспечивается отделами маркетинга. Основные задачи маркетологов, это определение прогноза объёма спроса на книги.

Для этого требуется маркетинговые исследования. Поэтому издательско-полиграфические творческие дома для разработки своей торговой стратегии должны проводить маркетинговые исследования.

<sup>21</sup> Разработано на основе исследования автора.

Целью маркетинговых исследований является достижения соответствия деятельности издателей книг и торговых предприятий к запросу читателей, а также определения принципов, методов и средств удовлетворения их потребностей.

Для достижения этих целей определены маркетинговые стратегии, состоящие из 6 «Р» (рис. 3).



**Рис. 3. Структура книжной маркетинговой стратегии, рекомендуемой автором 6 «Р»<sup>22</sup>**

В работе маркетинговых отделов полиграфических-издательских творческих домов рекомендуется использовать паблисити, как направление для совершенствования отношений с обществом читателей.

Одновременно показаны пути использования паблик рилейншнз:

- изучение общественного мнения;
- установление отношений с обществом;
- связи с правительством;
- анализ общественного мнения;
- связь с промышленными предприятиями;
- развитие финансовых отношений;
- развитие международных связей;
- совершенствование отношения с потребителями;
- установление долгосрочных связей с книголюбам;
- использование статистических и научных информации;
- установление связей со средствами массовой информации.

Предложены следующие методы сегментации книжного рынка (рис. 4)

<sup>22</sup> Разработано на основе исследования автора.



**Рис. 4. Методы сегментирования книжного рынка<sup>23</sup>**

Анализ развития розничного книжного товарооборота и факторов, влияющих на него, показывает следующее (табл. 1).

Как видно из показателей таблицы 1, за последние годы темпы роста товарооборота печатной продукции обгоняет рост общего оборота потребительских товаров. Это результат огромных количественных и качественных изменений в экономике и в социальной сфере Узбекистана. Среди областей таких, как в Андижане, в Самарканде и в Намангане книжная торговля развивается относительно высокими темпами.

На душу населения Республики в 2016 году продано в среднем книг на 2158 сум, а в Навоийской области на 7242 сум, в Ташкенте на 7110 сум, в Хорезме на 4880 сум, в Ташкентской области на 3576 сум. Среди областей низкие показатели продажи книг на душу населения в Бухарской, Сурхандарьинской и Каракалпакской Республике. Доля субъектов рынка в розничном товарообороте книг (2016 г. в %): продажа (выдача в аренду) учебников через образовательные школы-80,2; «Шарк Зиёкори»-9,9; Частный сектор-6,3 и другие - 3,6.

<sup>23</sup> Разработано на основе исследования автора.

Таблица 1

**Динамика розничного товарооборота потребительских товаров, в том числе печатной продукции в Республике Узбекистан<sup>24</sup>**

(млн.сум)

Показатели	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2016 г.	Рост в 2016 г. по сравнению с 2000 г. (раз)	Рост в 2016 г. по сравнению с 2010 г. (раз)
Весь объём розничного товарооборота, млн.сум	1787530,0	5577409,1	21872831,4	88071600,0	49,3	4,03
В том числе розничный товарооборот печатной продукции-всего	5191,0	12156,6	50226,5	217351,1	41,9	4,3
Области:						
Андижанская	170,8	345,2	1435,0	18442,9	108,0	12,9
Наманганская	225,5	258,4	2465,9	11275,7	49,9	4,6
Самаркандская	753,3	1248,5	3386,3	28727,4	38,1	8,5
Ферганская	218,6	300,5	3622,3	12437,4	57,1	3,4
г.Ташкент	2305,7	4849,9	15234,8	31715,5	13,8	2,1

Значит, основной розничный товарооборот книг осуществляется через общеобразовательные школы. В результате, родители школьников не заходят в книжные магазины и не имеют представления об ассортименте других изданий. Всё это не способствует обеспечению книжных магазинов необходимым ассортиментом книг.

Кроме этого резко увеличивается арендная плата, транспортные и другие расходы по продаже книг, поэтому книжные магазины оказались в банкротном состоянии (табл. 2).

Розничный товарооборот в 2016 году по сравнению с 2010 годом вырос на 15 %, а затраты времени в 2 раза, затраты по продаже книг в 40 раз, а остальные до 6 раз. Причины такого положения: уменьшение тиража книг, увеличение арендной платы и размера минимальной зарплаты работников.

Для определения уровня влияния факторов на рост розничного товарооборота книжных магазинов путём использования корреляционного метода, нами сформированы динамические ряды из статистических показателей на душу населения по Наманганской области за 2005-2016 годы. В результате выяснилось, что прирост в расчёте 1000 человек торговой площади книжных магазинов обеспечивает 0,93 единицы розничного

<sup>24</sup> В отчётах Госкомстата Республики Узбекистан розничный товарооборот книжной торговли включён в общий объём оборота печатных изданий, только 2016 года выделяется отдельно.

Источник: годовой статистический сборник Государственного статистического Комитета Республики Узбекистан.

товарооборота, а рост доходов населения на 1 процент увеличивает оборот на 0,41 единиц.

**Таблица 2**

**Анализ экономических показателей центра книжной торговли «Шарк Зиёкори»<sup>25</sup>**

№	Показатели	Единицы измерения	2010 г.	2016 г.
1.	Розничный товарооборот	млн.сум	3243,0	2753,1
2.	Валовая прибыль	млн.сум	819,92	958,3
3.	Расходы периода	млн.сум	464,55	923,3
	Из них:			
	Управленческие расходы	млн.сум	56,61	109,7
	Расходы продажи	млн.сум	13,54	534,9
	Другие расходы	млн.сум	43,07	278,7
4.	Расходы финансовой деятельности	млн.сум	60,09	-
5.	Налоги и сборы	млн.сум	192,87	152,7
6.	Чистая прибыль (убытки)	млн.сум	+102,41	-0,5
7.	Коэффициенты прибыльности (рентабельность):	процент		
	По валовой прибыли	процент	25,3	3,5
	По чистой прибыльности	процент	3,2	-

Поэтому мы считаем, что для увеличения розничного книжного товарооборота следует увеличить государственные льготы по следующим направлениям:

в каждом районе и городе необходимо на ноль ставке выделить предпринимателям неиспользуемые госсооружения для организации специализированных книжных магазинов;

юридических субъектов в книжной торговле с долей оборота книг более 70% считаем целесообразно освободить от налогов на 5-6 лет;

для строительства книжных магазинов, пополнения их оборотных средств, а также модернизации издательско-полиграфических предприятий необходимо предоставить льготные банковские кредиты и т.д.

В третьей главе **“Факторы повышения социально-экономической эффективности издательского дела и книжной торговли”** показаны пути использования: опыта развитых стран по организации и управлению книжной торговлей; концепций и стратегий маркетинга в рыночной деятельности издательств и торговых предприятий, а также информационно-коммуникационных технологий.

<sup>25</sup> Данные полученные из статистических и бухгалтерских отчётов «Шарк Зиёкори».

В Узбекистане электронная торговля книгами ещё не развита, так как тираж издаваемых книг не обеспечивает их широкий ассортимент.

В нашей стране впервые открыт интернет магазин “Книжный мир”, принадлежащий ООО “Академкнига”, который обслуживает население Ташкента (табл. 3).

**Таблица 3**

**Количество обратившихся читателей-потребителей в магазин “Книжный мир” (первый электронный магазин книжной торговли открытый в Узбекистане) для покупки книг, изданных в России<sup>26</sup>**

<b>Наименование организаций –потребителей</b>	<b>Количество обращений для покупки книг (раза)</b>
Национальный университет Узбекистана им. Мирзо Улугбека	3065
Узбекский государственный университет мировых языков	2961
Офис Асака “GM-UZBEKISTAN”	2959
Издательский дом «Даракчи» МЧЖ	2754
Туринский политехнический университет в городе Ташкенте	2530
Сингапурский университет развития менеджмента в городе Ташкенте	2509
Редакция газеты “Хусусий сектор”	2044
Университет мировой экономики и дипломатии	2020
DHL EXPRESS г.Ташкента	1997
Филиал Российского университета нефти и газа имени Губкина в Ташкенте	1961
Радиостанция «Эхо Долины»	1878
Министерство внутренних дел Узбекистана	1844
Ташкентский филиал МГУ им.М.В.Ломоносова	1794
Ташкентский государственный технический университет им. Ислама Каримова	2231
Ташкентский Государственный институт Востоковедения	2050
Ташкентский университет информационных технологий им. Мухаммада Аль-Хоразми	1789
Аква парк Ташкента	1738
Газета «Ташкентская неделя»	1580

Как видно из данных таблицы у нас имеются большой спрос на книги, покупатели вынуждены приобрести русскоязычное издание книг.

Принята национальная программа развития электронной торговли, в которой предусмотрен целый комплекс мер, способствующих дальнейшему увеличению числа интернет магазинов. Однако изучение состояния работы, действующей электронной книжной торговли показывает, что требуются высококвалифицированные проектировщики и программисты; нужна активная рекламная деятельность, но сейчас очень высокие тарифы на них; узкий ассортимент книг не обеспечивают рентабельность. Продажа книг

<sup>26</sup> По материалам электронной почты магазина “Книжный мир” (akademkniga-uz@mail.ru) за 2015 г.



через интернет магазины фактически обходится дешевле, но наша банковская и почтовые службы, а также транспортное обслуживание ещё не готовы этому процессу. Мы считаем, что интернет торговля, по мере решения выше названных проблем займёт достойное место в Узбекистане.

В ходе исследования торговых отношений между авторами книг, издателями и торговыми предприятиями выявлено, что до сих пор в этой системе не применяется методы маркетингового-материального стимулирования продаж. В договорах заключаемых между авторами и издателями, а также продавцами книг не предусмотрена статья, стимулирующая авторов книг за увеличения объёма продаж книг, в том числе за счёт вторичного и т.д. издания. По этому обосновано необходимость использования маркетинговой концепции (sales promotion) – метод стимулирования всех участников книжного рынка: авторов, издателей, продавцов и книголюбов.

Вопросы материального стимулирования авторов хороших книг, по-нашему мнению, необходимо решить в процессе заключения с ними договоров не только с издателями, но и торговыми предприятиями.

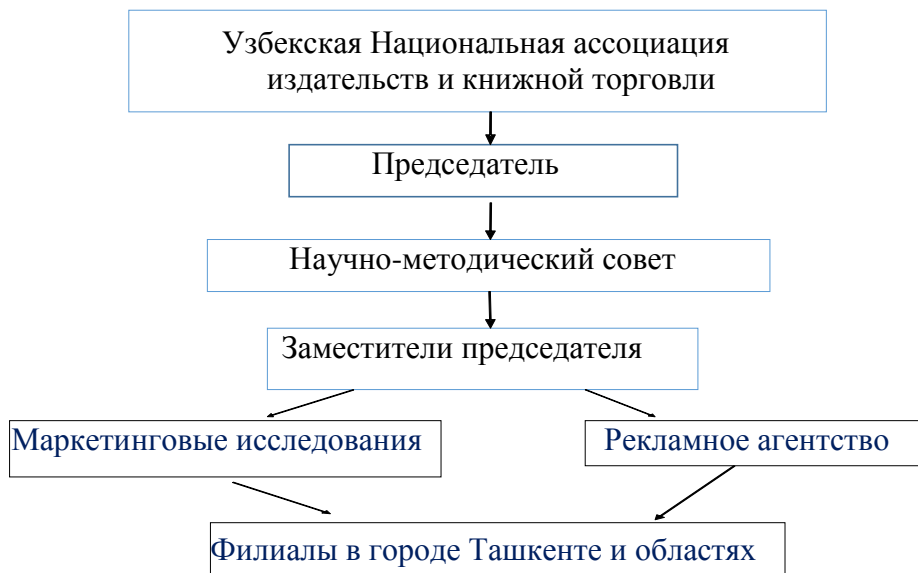
По-нашему мнению, для Узбекистана самым приемлемым опытом по организации и управления книжной торговлей является практика Германии<sup>27</sup>. В этой стране структура книжного рынка состоит из розничной торговли, оптовых торговых посредников и издательств, которые ещё в 1895 году объединены в «Немецкий биржевой союз книжной торговли». Целью союза является защита интересов членов от монополистов и административных органов, а также оказание им сервисных услуг. Сейчас данный Союз объединяет 1777 издательств, 4208 книжных магазинов и 81 оптовых посреднических компаний. Особенностью книжной торговли Германии является действие с 2002 года специального закона о мониторинге политики ценообразования, объединение в единый союз всех субъектов книжной торговли и оценка книги, как культурное наследство. В качестве концептуальной основы книжного рынка и мультимедийной сферы приняты: популярность литературы в обществе; обсуждение книг во всех СМИ (литературные разделы в печатной прессе, радио и т.д.), поощрение литераторов и литературные премии; поощрение читателей; традиции «Издательства, как культурного центра»; авторское издательское право; библиографии и поиск полных текстов (VLB, DNB, Librecia); стратифицированная и эффективная логистика сбыта (посредническая книжная торговля); разветвлённая сеть книжной торговли и библиотек.

Место субъектов рынка в книжной торговле Германии (в %): книжные магазины-53,6; продажа непосредственно из издательств-18,0; «Книга-почта» вместе с интернетом-12,6; другие пункты продажи-9,1; книжные отделы универмагов-3,7; союзы книг-3,0.

---

<sup>27</sup> Источники: [www.buchreport.de](http://www.buchreport.de). Buch und Buchhandel in Zahlen 2010-2012 (Книги и книжная торговля в цифрах: 2010-2012 гг.).  
Borsenverein des Deutschen Buchhandels (Отчёты Немецкого биржевого союза книжной торговли).

По результатам исследования опыта Германии нами разработаны рекомендации по формированию «Узбекской Национальной ассоциации издательств и книжной торговли» в качестве негосударственной и некоммерческой организации в системе Узбекского Агентства по печати и информации, определены её структура управления и задачи (рис 5).



**Рис. 5. Структура управления «Национальной ассоциации издательств и книжной торговли Узбекистана»<sup>28</sup>**

Разработан проект устава данной ассоциации в котором определены следующие концептуальные цели:

- обеспечение массового чтения книг в обществе и оценки их как культурного наследия;
- организация рекламы книг во всех средствах массовой информации на льготных условиях. Создание специального агентства рекламы книг соответствующими специалистами;
- проведение системного маркетингового исследования рынка книг и обеспечение их результатами всех его субъектов. С этой целью создание специальной консалтинговой фирмы;
- подготовка предложений по материальному и моральному стимулированию авторов, издателей, торговых работников и книголюбов.
- превращение издательско-полиграфических творческих домов в традиционные культурные центры;
- защита прав и свобод издателей, торговых предприятий от всяких принудительных мер органов власти;
- поддержка организаций логистических схем книг, распространения их оптовой торговли;

<sup>28</sup> Разработано на основе исследования автора.

- стимулирование развития широкой сети и высокой культуры в розничной книжной торговле;

- оказание помощи в развитии сети библиотек и т.д.

Книжный центр «Шарк Зиёкори» в первые открыт со стороны «Sharq matbaa ijodiy uyi» и имел 20 розничных торговых объектов с торговой площадью 2150 кв.м. Из них 12 находились в областях, которые были мелкими киосками. На основе изучения работы книжных магазинов «Шарк Зиёкори» выявлены наличие еще не использованных возможностей для повышения эффективности работы. Поэтому нами разработаны рекомендации по совершенствованию их технологии продажи и обслуживания покупателей, которые позволят в 1,5 раза увеличить коэффициент использования их торговых залов. По нашему мнению, необходимо изменить предлагаемые в настоящее время варианты группировки книжной продукции в торговых залах магазинов, так как они не соответствуют современному спросу населения, поэтому рекомендована новая классификация книг.

В результате исследования состояние книготорговой сети и проблем её перспективного развития в условиях области, города и района, автор считает, что инфраструктура книжной торговли также является частью инфраструктуры города или населённого пункта, которая должна планироваться и размещаться в общем градостроительном плане. Однако сейчас в Республике нет научно-обоснованной методики планирования розничной торговой сети. Используемая сейчас на практике «Временная методика по рациональному размещению в сельских районах объектов производства и услуг», рекомендованная в 2010 году Институтом макроэкономики и прогнозирования при кабинете Министров Узбекистана предусматривает планирование объектов торговли по количеству предприятий, исходя из численности населения 500, 2000 и 5000 человек. (стр.27-28). Здесь не учтены профиль магазина, его ассортимент, торговая площадь и даже рентабельность работы. В этой связи, мы рекомендуем определить потребность населения города и района с учётом объёма спроса населения на соответствующую товарную группу, численности населения, а также размера их доходов по следующей методике. Спрос населения города или населённого пункта на книжную продукцию определяем по следующей математической формуле.<sup>29</sup>

$$X = a_0 + a_1p + a_2P + a_3R + a_4Q \quad (1)$$

Здесь:

X – объём проданных книг населению;

p – индекс цен книг;

P – общий индекс цен всех товаров;

R – степень изменения доходов населения;

---

<sup>29</sup> Крутиков Ф.А. Изучение рынка товаров народного потребления. Проблемы решения. Изд: «Экономика», М.1977г. стр.197

Q – разница между доходами социальных слоёв населения – в Узбекистане в 2011 году этот показатель был равным 8,3<sup>30</sup>.

В 2017 году этот показатель повысился до 8,7.

Рассчитывается продажа книг на душу населения и денежные доходы, определяется изменения их объёмов к базисному году.

В результате вышеуказанных изменений уравнение (1) пишется следующим образом:

$$j_{\text{тр}} = a_0 + a_1 p + a_2 P + a_3 j_d + a_4 V; \quad (2)$$

Здесь:

$j_{\text{тр}}$  – индекс изменения продажи книг на душу населения к базисному году;

P – общий индекс цен;

p – индекс цен книг;

$j_d$  – индекс изменения доходов на душу населения;

V – доля социальной группы с самой низкой доходностью.

Рассчитываются конкретные факторы ( $a_1, a_2, a_3, a_4$ ), влияющих на формирование спроса населения на книги. После этого поставив в уравнение (2) индексы цен на планируемый год, доход в расчёте на душу населения и другие факторы определяется индекс продажи книг на душу населения. Для расчета объёма спроса населения на книги в пределах страны или области, объём проданных книг на душу населения в базисном году умножается на индекс ( $j_{\text{тр}+1}$ ) продажи на душу населения планируемого года и на численность населения ( $L_{t+1}$ ). Результат рассчитывается по следующей формуле:  $T_{t+1} = \text{тр} V_{t+1} \cdot L_{t+1}$  (3).

После определения этим методом прогноза продажи книг в книжных магазинах рассчитывается потребность в торговой площади. Для этого объём товарооборота делится на показатели торгового оборота на 1 кв.м в действующих магазинах и получим общую потребность на конец планируемого года в торговых площадях. Конечно, здесь будет учтено развитие и электронной книжной торговли. По этому данному методу нами разработана перспектива книготорговой сети на 2015-2020 годы в разрезе районов и городов Наманганской области, которые переданы в областной хокимият.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования темы “Развитие книжной торговли в Узбекистане и факторы повышения её социально-экономической эффективности”, выполненной на соискание учёной степени доктора философии (PhD) по экономическим наукам пришли к следующему заключению:

1. На основе системного методологического подхода к исследованию проблем книгоиздания и книжной торговли в совокупности, автором

---

<sup>30</sup> “Халк сўзи”, 2012 йил, 20 январь.

обоснованы особенности книги, как интеллектуального товара, который является главным источником информации в культурном богатстве человеческого общества и служит формированию высокой духовности населения;

2. За годы независимости, на основе принятых мер государством, полиграфические предприятия оснащены новым технологическим оборудованием, старые издательства превращены в “Издательско-полиграфические творческие дома”, они получили свободу выбора темы издания и продажи своей продукции, значительно улучшилось качество выпускаемых книг. Вместе с тем, издательское дело нуждается в государственной поддержке в области снижения ставки кредитования и налогов.

3. В настоящее время 80% книг издаваемых в Республике - это учебники и пособия для школ, не поступая в торговлю, направляются для передачи в аренду, в результате школьники и их родители не посещают магазины. Поэтому сейчас назрела необходимость организации торговли и учебниками в книжных магазинах, которая позволит родителям, ученикам и студентам приходить за их покупками и одновременно ознакомиться также выставленными другими книгами.

4. В действующих частных книжных магазинах во многом нет условия для завоза книг из Ташкента, а “Шарк Зиёкори” накопил опыт работы в областях, организуя свою книжную торговую сеть. В этой связи считаем необходимым усилить и его оптовую деятельность для улучшения обеспечения книгами остальной сети. Учитывая неудовлетворительное финансовое состояние “Шарк Зиёкори” и других книжных магазинов рекомендуем оказать им финансовую помощь, господдержки в области налогообложения и выделения банковских кредитов. Нами предоставлены научно-методические рекомендации по совершенствованию технологии продажи книг и обслуживания клиентов в двух крупных магазинах “Шарк Зиёкори”, которые одобрены и приняты для практического применения;

5. Корреляционно-регрессионный анализ факторов, влияющих на рост товарооборота книжной торговли, показал, что в настоящее время, рост доходов на душу населения на 1% влияет на повышение роста книжного оборота на 0,41%, а при росте розничной торговой площади обеспечивается её рост на 0,93%. Значит сейчас в Узбекистане главным фактором развития книжной торговли является стимулирование расширения книготорговой сети.

6. В связи с отсутствием в настоящее время в Узбекистане системы управления книжной торговлей, нами разработана новая модель управления в форме негосударственной и некоммерческой организации “Национальная ассоциация книгоиздателей и книжной торговли”, определены цели и задачи, которые рекомендованы для практического использования.

7. По нашему мнению, дальнейшее повышение конкурентоспособности издаваемых книг и книжной торговли в стране и обеспечение рентабельной работы их субъектов во многом зависит от внедрения в их деятельность

концепций, стратегий и средств маркетинга, поэтому сформулированы цели и задачи маркетинга “Издательско-полиграфического творческого дома”, показаны пути использования Publicity, Public Relations (PR), Sales Promotion и других методов;

8. Учитывая значение развития электронной книжной торговли и исследуя состояние работы интернет магазинов, считаем целесообразным рекомендовать усилить подготовку квалифицированных кадров в области проектирования и разработки программ, расширить возможности использования интернета, почтовой связи, системы “Матбуот”, универмагов, супермаркетов по продаже книг;

9. Исходя из роли торговли в повышении конкурентноспособности экономики страны и отсутствия системы подготовки кадров для неё, считаем целесообразным начать подготовку специалистов – менеджеров для розничной торговли, по направлению “Мерчендайзинг” на базе СамИЭС, ТГЭУ и НамИТИ, где ещё имеются научно-педагогические базы.

По - нашему мнению, вышеизложенные научные предложения и рекомендации создадут дополнительные условия для выполнения задач в области развития сферы услуг, вытекающих из Стратегий действий Республики Узбекистан на 2017-2021гг.

**SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING OF THE  
SCIENTIFIC DEGREES DSc.27.06.2017.I.18.01 AT  
SAMARKAND INSTITUTE OF ECONOMICS AND SERVICE**

---

**NAMANGAN INSTITUTE OF ENGINEERING AND TECHNOLOGY**

**SOLIEVA GULBAKHOR AKHMADJANOVNA**

**DEVELOPMENT OF BOOK TRADE IN UZBEKISTAN AND FACTORS  
OF INCREASING ITS SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY**

**08.00.05 - Economics of service sphere branches (Economic Sciences)**

**ABSTRACT OF THE DISSERTATION OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD)  
ON ECONOMIC SCIENCES**

**The theme of doctoral dissertation (PhD) was registered under number B.2017.4.Phd/iqt411 at the Supreme Attestation Commission at the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan.**

Dissertation has been prepared at the Namangan Engineering and Technology Institute  
The abstract of dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian and English) on the website [www.sies.uz](http://www.sies.uz) and informational-educational portal «Ziyonet» ([www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)).

**Scientific consultant:** **Pardaev Mamayunus Karshibayevich**  
doctor of economics, professor

**Official opponents:** **Kurbonov Ziyod Niyazovich**  
doctor of economics, professor

**Makhkamov Bakhtiyor Shukhratovich**  
doctor of economics

**Leading organization:** **Tashkent state university of economics**

The defense of the thesis will take place on \_\_\_\_\_, 2018 at \_\_\_ at a meeting of Scientific Council No. DSc.27.06.2017.I.18.01 at the Samarkand Institute of Economics and Service. Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur street, 9. Tel.: (998 66) 231-07-45, fax: (+998 66) 231-12-53, e-mail: [ilm@sies.uz](mailto:ilm@sies.uz).

A typescript variant of the doctoral thesis is available at the Informational-resource center of Samarkand Institute of Economics and Service (registered under № \_\_ ). Address: 140100, Samarkand city, Shokhrukh street, 60. Tel.: (+998 66) 233-34-76, fax: (+998 66) 231-12-53, e-mail: [ilm@sies.uz](mailto:ilm@sies.uz)

The abstract of doctoral thesis was circulated on «\_\_» \_\_\_\_\_, 2018.  
(mailing report №\_\_ from \_\_\_\_\_ «\_\_», 2018).

**M.E.Pulatov**  
Chairman of the Scientific Council for  
awarding scientific degrees, doctor of  
economics, assistant professor

**I.S.Tukhliyev**  
Scientific secretary of the Scientific Council for  
awarding scientific degrees, doctor of  
economics, professor

**M.M.Muhammedov**  
Chairman of the scientific seminar under the  
Scientific Council for awarding scientific  
degrees, doctor of economics, professor



## INTRODUCTION (annotation of PhD thesis)

**The aim of research work** is to process invitations and recommendations indicated to develop of the book trade in Uzbekistan and increasing its socio-economic efficiency.

**The object of the research** is the activity of publishing and printing houses and business entities in the book trade system in Tashkent and Namangan.

**The subject of the research** is the process of economic relations indicated to increase socio-economic efficiency of book trade in Uzbekistan.

**The scientific novelty of the research** is as follows:

recommended proposals aimed at improving the efficiency of the marketing departments of publishing and printing creative houses based on the use of open mass methods of presenting books to the public and segmenting future readers in the book market;

to improve the socio-economic efficiency of publishing and book trade improved methods of using media technology, online advertising and material incentives for sellers and customers;

proposals for the development of the whole sale book trade and improvement of the service culture in stores through the training of qualified personnel were substantiated for the development of book reading and book publishing;

created a model for managing the publishing and book trade as a non-state non-profit organization was developed and recommended, as the “National association of publishers and book trade of Uzbekistan” and its structure and objectives.

**Introduction of research results.** Scientific novelties obtained from the results of the study:

Introduced into the activities of the Agency for Press and Information of Uzbekistan (reference book No. 05-1506 of April 24, 2018) methods aimed at increasing the efficiency of the marketing departments of publishing and printing creative houses on the use of methods of open mass presentation of books among the population and segmentation of future readers into book market. The developed proposals of the author gave positive economic results on the increase in sales of products and as a result, profitability in 2015 compared with 2014 increased by 1.6 percent;

In the system of the Agency for Press and Information of Uzbekistan (reference book No. 05-1506 of April 24, 2018), improved market mechanisms are being implemented to increase the socio-economic efficiency of publishing and book trade based on media technologies, online advertising and material incentives for sellers and book buyers. This scientific novelty was used in the preparation of the draft resolution of the President of the Republic of Uzbekistan dated September 13, 2017 for number PP-3271 (paragraph 3);

recommendations on the development of book reading and book publishing based on enhancing the culture of service in stores and developing the wholesale eBook trade, as well as training qualified personnel were adopted for implementation in the activities of the Agency on Press and Information of

Uzbekistan (reference book dated 04.24.2018 No. 05-1506). The scientific novelty is included in Section 3 of the program “Forming a General Order for Book Products, Improving Publishing and Distribution Systems, Developing Specialized Book Stores” approved by the Presidential Decree No. PP-3271 of September 13, 2017, developed organizational and economic mechanisms for improving technology and process services based on media technologies in “Shark Ziyokori” bookstores are used in practice, as a result e the utilization of retail space increased by 1.3 times and the service culture increased (reference book No. 05-1506 of April 24, 2018);

Proposals for the organization of a new non-state and non-profit model for managing publishing and book trade have been adopted, and from May 2018 the National Association of Publishers and Book Trade of Uzbekistan will function. (reference book No. 05-1506 of April 24, 2018), the beginning of its practical activities in May 2018

**Structure and volume of dissertation.** Thesis consists of 3 chapters, 9 paragraphs, conclusions, list of references and applications, and the volume of the dissertation is 153 pages.

**ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ**  
**СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**  
**LIST OF PUBLISHED WORKS**

**I бўлим (I часть; I part)**

1. Soliyeva G.A. Factors of development of book markets in Uzbekistan // TRANS Asian Journal of Marketing & Management Research. <http://www.tarj.in>– 2017 year, vol 6, issue 5, ISSN:2279-0667, P. 58-68. Impact Factor (SJIF) 4.289.
2. Солиева Г.А. Интеллектуал ёшларни шаклланишида китоб савдосини ўрни. //“Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 1, январь-февраль, 2017 й. 8 бет. (08.00.00. № 10)
3. Солиева Г.А. Ривожланган мамлакатларда китоблар бозорининг шаклланиш хусусиятлари. // Biznes-Эксперт. - Тошкент, 2013 №9 45-49 б. (08.00.00. № 3)
4. Солиева Г.А. Китоб савдосини ривожланишида хусусий тадбиркорлик ролини ошириш // Biznes-Эксперт. -Тошкент, 2012 № 12. 32-33 б. (08.00.00. №3)
5. Солиева Г.А. Ўзбекистонда китоблар савдосининг ривожланиш омиллари. // Иқтисодиёт ва таълим. -Тошкент, 2012 №1. 70-72 б. (08.00.00. №11)
6. Солиева Г.А. Китоб савдосини ташкил этиш маданияти. // Жамият ва бошқарув. - Тошкент, 2011 № 4. 130-131 б. (08.00.00. № 8)
7. Солиева Г.А. Шарқ Зиёкори МЧЖ – мамлакатимиз китоб савдосининг етакчиси. // Иқтисодиёт ва таълим. - Тошкент, 2011 № 3. 38-40 б. (08.00.00. №11)
8. Солиева Г.А. Китоб савдоси хусусиятлари ва уни ривожлантириш. // Жамият ва бошқарув. - Тошкент, 2011 № 2. 120-121 б. (08.00.00. № 8)
9. Soliyeva G. Development of the book market in Uzbekistan. Forschungsberichte: Entwicklungen in Uzbekistan, Wissenschaftliche Schriftenreihe: Band 6. Page 53-56 Besuchen Sie uns im Internet: <http://www.grin.com/>; <http://www.facebook.com/grin.com>.
10. Солиева Г.А. Факторы развития книжного рынка в Узбекистане. // Актуальные вопросы экономических наук. (Международная научная конференция Сборник научных трудов)г. Новосибирск, 2013 г. стр. 56-59.

**II бўлим (II часть; II Part)**

11. Солиева Г.А. Ўзбекистонда китоб нашри, савдоси ва маркетинги. // Монография. – Тошкент: “Иқтисод-молия”, 2013 й. 128 б.
12. Солиева Г.А. Китоблар чакана савдоси инфратузилмасини ривожлантириш услублари. 130-134 б.// Хизматлар бозори: муаммо ва истиқболлар. (Халқаро илмий-амалий анжумани мақолалар тўплами) Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти. 2012 йил 29 июнь.
13. Солиева Г.А. Хизматлар бозорида китоблар чакана савдосини ўрни ва уни ривожлантириш масалалари. 150-153 б.// Хизматлар бозори: муаммо

ва истиқболлар. (Халқаро илмий-амалий анжумани мақолалар тўплами) Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти. 2012 йил 29 июнь.

14. Солиева Г.А. Китоб савдосида мультимедиа технологиялардан фойдаланиш тажрибалари. //Корхоналарни модернизация қилиш жараёнларида инновация маркетинг-менежмент ва молиявий иқтисодий механизмлардан фойдаланиш мавзусидаги илмий-амалий анжуман материаллари тўплами. Наманган муҳандислик-иқтисодиёт институти. Наманган. 2011 й. 43-45 б.