SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari

Jild 3, Son S/8
2023

ISSN: 2181-1342 (Online)
Сайт: https://scienceproblems.uz
DOI: 10.47390/SPR1342V3SI8Y2023

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОИЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ S/8 (3)-2023

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

ТОШКЕНТ-2023

БОШ МУҲАРРИР:

Исанова Феруза Тулқиновна

ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:

07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Аброр – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакаров ҚулматАширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликов Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Носирходжаева Гулнора Абдукаххаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Турдиев Бехруз Собирович – фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Бухоро давлат университети.

10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизилович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Рахман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в/б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич –филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАР:

Ахмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуротовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамроқулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат хавфсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси

Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Утемуратов Махмут Ажимуратович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳакимов Комил Бахтиярович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Юсупов Сардорбек Баходирович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Актамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби;

Жўраев Шерзод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Бабаджанов Атабек Давронбекович – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Раҳматов Элёр Жумабоевич - юридик фанлар номзоди, Тошкент давлат юридик университети;

13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:

Хашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибрагимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Тайланова Шохида Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент.

19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Каримова Васила Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбаҳор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психологияси кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Латипова Нодира Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сеитов Азамат Пўлатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

Содиқова Шоҳида Мархабоевна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси

23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР

Назаров Насриддин Атақулович –сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Хайруллаевич –сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

ОАК Рўйхати

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхати (Рўйхатга) киритилган.

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари электрон журнали 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.
Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамият.

Таҳририят манзили:
Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил: scienceproblems.uz@gmail.com
Телеграм канал:
https://t.me/scienceproblems_uz

МУНДАРИЖА

07.00.00 – ТАРИХ ФАНЛАРИ

Намазова Умида Нормуродовна
ФРАГМЕНТЫ ИЗ ИСТОРИИ САМАРКАНДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ВЕТЕРИНАРНОЙ МЕДИЦИНЫ, ЖИВОТНОВОДСТВА И БИОТЕХНОЛОГИЙ (1929-1945 ГОДЫ)........ 10-15

Эрназаров Туйгун Раджабович
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ ТУРКЕСТАНСКОГО ГЕНЕРАЛ-ГУБЕРНАТОРСТВА: КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ И ДОСТИЖЕНИЯ........ 16-21

Хужаниязов Уктам Ешбаевич
“ҚОРАҚАЛПОҚФИЛЬМ” СТУДИЯСИ ҲУЖЖАТЛИ ФИЛЬМЛАРИДА ТАРИХИЙ МАВЗУЛАР ТАЛҚИНИ........ 22-27

Шаимкулов Азамат Холмуратович
ҚАЙТА ҚУРИШ ДАВРИ МАТБУОТИДА ИҚТИСОДИЙ МАСАЛАЛАР ТАЛҚИНИ........ 28-38

Муродов Ҳалим Салимович
ТУРИЗМ РИВОЖИ ТАРИХИГА БИР НАЗАР........ 39-46

Юлдашев Саиданварбек Бахромжон ўғли
ФАРҒОНА ВОДИЙСИНИНГ– ҚОРАХОНИЙЛАР ТОМОНИДАН ЗАБТ ЭТИЛИШИ ТАРИХИДАН........ 47-51

Shonazarova Nargiza
TOSHKENT SHAHRIDA “OBOD MAHALLA” DASTURI VA UNING IJROSI XUSUSIDA AYRIM MULOHAZALAR........ 52-57

Axmadova Nafisa Axmad qizi
OʻZBEKISTON VA FRANSIYA MADANIY ALOQALARINING RIVOJLANISHI........ 58-64

Qodirova Ra’no Mamirjonovna
OʻZBEKISTON SSR MAKTABLARIDA 1930-YILLARNING IKKINCHI YARIMIDA TARIX FANINING OʻQITILISHI........ 65-70

Yunusxoʻjayev Habibulla Zafar gʻoʻli
SHARQDA KUCHLI IJTIMOIY HIMOYA TIZIMI TARIXI........ 71-75

Нарбеков Абдикамил
НАЦИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА СОВЕТСКОГО ГОСУДАРСТВА В ТУРКЕСТАНЕ И ЕГО СУЩНОСТЬ........ 76-80

Alimova Gʻunchaxon Baxadirovna
JAMIYAT TARAQQIYOTINING TARIXIY RIVOJLANISH ASOSLARI DIN VA DAVLAT MISOLIDA........ 81-85

Jumanazarova Fotima
XOTIN QIZLAR BANDLIGINI TA'MINLASH TIZIMINING SHAKLLANISH JARAYONI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI........ 68-93

08.00.00 – ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ

Ziyodilloev Khushnud Rahimboevich
PORTFOLIO OPTIMIZATION OF COMMERCIAL BANK CREDITS: A LITERATURE REVIEW........ 94-100

Hamrayev Amirzoda
ISLOMIY MOLIYA XIZMATLARINI KO‘RSATUVCHI TASHKILOTLAR KAPITAL STRUKTURASI SAMARADORLIGI TAHLILI 101-109

Хайтбоева Нигора Бакматовна
ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТ КОРХОНАЛАРИДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИДАН ФОЙДАЛАНИШ БЎЙИЧА ХОРИЖИЙ МАМЛАКАТЛАР ТАЖРИБАЛАРИ 110-119

Xalilov Qahramon Qurbonboyevich
MINTAQADA TURIZM HUNARMANDCHILIK KLASTERINI SHAKLLANTIRISHNING DESTINATSION MODELI........ 120-132

Махмудов Турсунпулат Давронович
ИНВЕСТИЦИЯ МАНБАЛАРИНИНГ МИНТАҚА ИҚТИСОДИЁТИГА ТАЪСИРИ 133-144

Ishchanova Salomat
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING FAOLIYATINING O‘RNI........ 145-150

Мўйдинова Зилола Вохид қизи
ЧЕГАРА БОЖХОНА ПОСТЛАРИ ФАОЛИЯТИДА “АВТОМАТЛАШТИРИЛГАН ЙЎЛОВЧИ ҲАРАКАТИ” МОБИЛ ИЛОВАСИНИ ЖОРИЙ ЭТИШ ОРҚАЛИ ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ........ 151-158

Samandarov O‘gabek, Ismoilov Shohjahon
TURIZMNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI VA ULARNING O‘ZIGA XOS JIHATLARI 159-164

09.00.00 – ФАЛСАФА ФАНЛАРИ

Саидова Камола Усканбаевна
ФЕНОМЕН СВОБОДЫ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА: КОМПАРАТИВИСТСКИЙ АНАЛИЗ 165-173

Omonturdiyev Orzu G‘afforovich
INSONNING MA’NAVIY MOHIYATINI SHAKLLANTIRISHDA QADRIYATLARNING AHAMIYATI 174-179

Очилова Гузаль Араловна
ЮКСАК МАЪНАВИЯТ–МАНФААТЛАР БИРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ МУҲИМ ОМИЛИ........ 180-185

Nurmatova Umida Jalolidinovna
MUTOLAA, SAVODXONLIK VA TA’LIMNING ANTINOMIK XUSUSIYATLARI........ 186-192

Vafayeva Dilafruz Artikovna
AHMAD YASSAVIY TASAVVUFIY TA’LIMOTIDA MA’NAVIY BARKAMOLLIK........ 193-198

Karimov Zafarbek Ataboyevich
IJTIMOIY-PSIXOLOGIK MEXANIZMLARINING SOG‘LOM TURMUSH TARZINI SHAKLLANTIRISHDAGI AHAMIYATI........ 199-202

Bozorova Ro‘zigul Sharofovna
MEHRSIZLIK HODISASINI KELTIRIB CHIQARUVCHI OMILLAR 203-212

Xudoyberdieva Anorabonu Hayotovna
DINIY MANBALARDA IJTIMOIY HAMKORLIK O‘OYALARI 213-218

Tursunkulova Shaxnoza Tuychiyevna
TASAVVUF FALSAFASIDA GO‘ZALLIKNING IMMANENT JIHATLARI 219-224

Dehqonov Behzod Baxtityorovich
YANGI O‘ZBEKISTONDA UCHINCHI RENESSANS POYDEVORINI QURISHDA YETTI PIRNING BAG‘RIKENGLIK G‘OYALARINI O‘RNI VA AHAMIYATI 225-230

Abdullayeva Firuza Sharipovna
NASIRIDDIN TUSIYNING IDROK NAZARIYASI VA KOMILLIK FALSAFASI 231-236

Murtozayev Shahobiddin Baxriddinovich
SHIHOBUDDIN UMAR SUXRAVARDIYNING “AVORIF UL -MAORIF” ASARI VA UNDA ILGARI SURILGAN G‘OYALAR 237-243

Ибрагимов Солижон Эргашович
АХБОРОТ ХУРУЖИ ВА “ОММАВИЙ МАДАНИЯТ” ТАҲДИДИ 244-251

10.00.00 – ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ

Qodirova Mukaddas Tog‘ayena
BIZNES DISKURSINING MURAKKAB LINGVISTIK TABIATI 252-257

Abdullayev Ikramjon Xashimdjanovich
DIFFERENT APPROACHES TO THE QUANTITATIVE-STATISTICAL CHARACTERISTICS OF PARTS OF SPEECH IN THE ENGLISH LANGUAGE 258-265

Hamroyeva Sharifa Shukur qizi
TARJIMADA MILLIY SO‘ZLARNING BERILISHI (OYBEKNING “NAVOIY” ROMANI INGLIZCHA TARJIMASI MISOLIDA) 266-271

Olimova Gulfiza Muradullayevna
BADIIY SAN’AT TURLARINING XORAZM DOSTONLARIDA QO‘LLANILISHI 272-281

Айниддинов Иқрориддин Шарифович
АДАБИЙ МАНБАЛАРДА АШРАФ САМАРҚАНДИЙНИНГ ТАРЖИМАИ ҲОЛИНИНГ ЎРГАНИЛИШИ 282-287

Turaeva Dilfuza Daminovna
O‘ZBEK TILIDA OBRAZLI SO‘ZLARNING SEMANTIK XUSUSIYATLARI 288-295

Mahmudova Nilufarxon Ravshanovna
LISONIY GRADASIYANING MORFOLOGIK, LEKSIK-SEMANTIK SATHDA PARADIGMA SIFATIDA NAMOYON BO‘LISHI 296-305

Ashurova Maftuna Asqar qizi, Yuldoshev Rustam Dilshod ugli
LINGUOCULTURAL COMPARATIVE ANALYSIS OF IDIOMS IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES 306-311

Isroilova Manzura Jamolovna
FRANSUZ PUBLITSISTIK MATNLARDA KOMPARATIV FRAZEOLOGIK BIRLIKLARNING KOMMUNIKATIV TA`SIRI XUSUSIDA 312-317

Шамақсудова Саодат Хидоятовна
МАССМЕДИА АСПЕКТИНИНГ МЕДИАМАТН ШАКЛИГА КЕЛИШИДАГИ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАР 318-324

Шатова Ирина Юрьевна
ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ЛЕКСИКИ ПО РОДУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИЦ В РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ 325-330

Nortoyeva Nodira Muhammadaliyevna
FRAZEOLOGIK DERIVATLARNI KONTEKSTLARDA ISHLATILISHINING KOGNITIV ASOSLARI 331-335

Alimjanova Shohsanam Azamat qizi
KOʻP MAʻNOLI IBORALARNING KOGNITIV XUSUSIYATLARI 336-340

Турниязова Шахноза Нигматовна
МАТНДАГИ БОҒЛАНИШЛИЛИК ҲАҚИДА АЙРИМ МУЛОҲАЗАЛАР 341-347

Mamarasulova Iroda Jumanovna, Xojimetov Sa'dulla Jumanazarovich
INGLIZ ADABIYOTI TUSHUNCHALARINING XILMA -XILLIGI 348-352

Aminova Dilnoza Xikmatullayevna
THE IMPORTANCE OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE ORIGIN OF MILITARY TERMINOLOGY 353-358

12.00.00 – ЮРИДИК ФАНЛАР

Исломқулова Шоҳсанам Ваҳобжон қизи
ВРАЧНИНГ КАСБИЙ ЖАВОБГАРЛИГИНИ СУҒУРТА ҚИЛИШ
ТУШУНЧАСИ ВА МОҲИЯТИ 359-365

Mamataliyev Toʻlqin Xushmamat oʻgʻli
OʻZBEKISTONDA MASOFAVIY TAʼLIM HUQUQIY ASOSLARINING SHAKLLANISHI 366-378

13.00.00 – ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ

Saidov Jur’at Sodirovich
MAKTABGACHA TAʼLIM TASHKILOTLARIDA BOLALARGA TARBIYA
BERISHNING OʻZIGA XOS XUSUSIYATLARI 379-384

Yusupaliyeva Shaxnoza Hakimjanovna,
TEXNIK OLIY OʻQUV YURTLARIDA OOʻZAKI NUTQ KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISH USUL VA METODLARI 385-390

Таджиходжаева Эльвира Рашидовна
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ИГРОПЕДАГОГИКИ
В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ 391-396

Тўрахонова Барно Турсунбой кизи
БЎЛАЖАК ПЕДАГОГ-ПСИХОЛОГЛАРНИ ТАРБИЯВИЙ ФАОЛИЯТНИ ТАШКИЛ ЭТИШГА ТАЙЁРЛАШНИНГ ДИДАКТИК ИМКОНИЯТЛАРИ 397-406

Ashurova Sitora Erkinovna
USING DIGITAL TECHNOLOGIES IN EDUCATION 407-412

Каримжонова Мунаввар Ибрагимовна
ХИЗМАТ ИТЛАРИНИ МАХСУС ЙЎНАЛИШГА ТАЙЁРЛАШДА УНГА
ТАЪСИР ҚИЛУВЧИ ОМИЛЛАР ТАҲЛИЛИ (Божхона қўмитасининг Миллий кинология маркази мисолида)....................413-421

Xamirayev Rustam Abdirazakovich
VOLEYBOLCHILARDA HARAKAT SIFATLARINI RIVOJLANTIRISHNING USLUBIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH 422-426

Хашимова Масуда Камилжановна
КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ПРОЦЕССУ НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЦИИ НАУК 427-435

Бердикулова Насиба Эркинжоновна
СОДЕРЖАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ И ИНТЕГРАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАЧАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ 436-442

Saidnazarova Gulshan Bolta qizi
AL-BUXORIYNING MA'NAVIY-AXLOQIY QARASHLARINI O'RGANISH PEDAGOGIK MUAMMO SIFATIDA 443-448

SCIENCE PROBLEMS.UZ

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари. -№ S/8 (3)-2023.
ISSN: 2181-1342 (Online)
https://scienceproblems.uz

08.00.00- Иқтисодиёт фанлари

Ishchanova Salomat
Urganch davlat universiteti
Menejment va marketing kafedrasi oʻqituvchisi

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING FAOLIYATINING OʻRNI

Annotatsiya. Ushbu maqolada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda marketing faoliyatining ahamiyati, mazmuni, oʻziga xos jihatlari va oʻrni yoritib berilgan.
Kalit soʻzlar. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik, tadbirkorlik, marketing, kichik tadbirkorlik, bozor.

Ishchanova Salomat
lecturer of the Department of Management
and Marketing of Urganch State University

THE ROLE OF MARKETING ACTIVITY IN THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP

Abstract. This article highlights the importance, content, specific aspects and role of marketing activity in the development of small business and private entrepreneurship.
Key words. Small business and private entrepreneurship, entrepreneurship, marketing, small business, market.

Ишчанова Саломат,
преподаватель кафедры Менеджмента
и маркетинга Ургенчского
государственного университета

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ МАЛОГО БИЗНЕСА И ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. В данной статье освещены значение, содержание, особенности и роль маркетинговой деятельности в развитии малого бизнеса и частного предпринимательства.
Ключевые слова. Малый бизнес и частное предпринимательство, предпринимательство, маркетинг, малый бизнес, рынок.

DOI: https://doi.org/10.47390/SPR1342V3SI8Y2023N19

Kirish

Bugungi innovatsion rivojlanish sharoitida iqtisodiyotning muhim omili hisoblangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning barqaror va xavfsiz faoliyat olib borishi dolzarb masala boʻlib hisoblanadi. Chunki, tadbirkorlik sohasi iqtisodiyot, jamiyat va atrof-muhit barqarorligining boshlangʻich boʻgʻini va vositasi sifatida qaralmoqda. Jahonda kichik biznes va

xususiy tadbirkorlik subyektlari soni umumiy faoliyat yuritayotgan korxonalar ulushi, ularning yalpi ichki mahsulot va aholi bandligidagi ulushi, shuningdek, tadbirkorlik asosini tashkil qiladigan oʻrta sinf jamiyatining ulushi oʻsib bormoqda. Jumladan, bugungi kunda jahonda tadbirkorlik subyektlari soni ularda umumiy korxonalarning 90 foizidan ortigʻini, YaIMni 52-70 foizini va mehnatga layoqatli aholi bandligining oʻrtacha 41-79 foizini tashkil qilib, tadbirkorlik ular iqtisodiyotining rivoji, jamiyat hamjihatligi va ekologik mutanosiblikni taʼminlashga xizmat qilmoqda [5].

Keyingi davrdagi iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishdagi tebranishlar, jumladan jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, COVID-19 taʼsiri, resurslardan samarali foydalanish muammolari, ishsizlik darajasining yuqoriligi va aholi migratsiyasi bilan bogʻliq ziddiyatlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni barqaror rivojlanishi va iqtisodiy xavfsizlikni taʼminlashi uchun zarur boʻlib qoldi. Oʻz navbatida zamonaviy tadbirkorlikning iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik rivojlanish barqarorligi va xavfsizligini taʼminlash omili boʻlib, shu tamoyillar asosida taraqqiy qilmoqda.

Yangi Oʻzbekistonni barpo etish sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning barqaror oʻsishi va uning iqtisodiy xavfsizligini taʼminlash masalalarini hal qilishda iqtisodiy-ijtimoiy yondashuv muhim ahamiyat kasb etadi. Bu yondashuv tadbirkorlar soni va ularning jamiyatdagi alohida faol tabaqa sifatida shakllanib, nufuzi oshib borishi hamda ishlab chiqarishda koʻp sonli xoʻjalik subyekti sifatida cheklangan tabiiy resurslardan keng foydalanishi, shuningdek oʻz faoliyatida raqobatbardoshligini oshirish kabilardan iborat boʻladi.

Mamlakatimizda iqtisodiy barqarorlik omili boʻlgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish boʻyicha yetarli shart-sharoitlar yaratish boʻyicha chora-tadbirlar qabul qilindi. Bu borada Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasida “Tadbirkorlik faoliyati bilan bogʻliq 5 mingga yaqin normativ-huquqiy hujjatlar qayta koʻrib chiqilib, ularning soni qisqartiriladi hamda tadbirkorlik kodeksi ishlab chiqiladi”, deb taʼkidlab oʻtilgan [1]. Shuningdek, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-sonli Farmoniga muvofiq 2022-2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi kabi meʼyoriy-huquqiy hujjatlarda ham kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish vazifalari belgilangan.

Adabiyotlar tahlili

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishi bevosita marketing faoliyati bilan bogʻliq. Marketing tushunchasining paydo boʻlishi XVII asrning oʻrtalariga borib taqaladi. Oʻsha davrgacha tovarlarni natural ayirboshlash shakllari mavjud boʻlib, marketing faoliyatining birinchi unsuri, yaʼni, reklama, narx, sotish kabilar rivojlanib bordi. Marketing tushunchasi bozor sektorlarining faoliyat turi bilan bogʻliq. Marketing falsafa, iqtisodiy fikrlash, tarmoqlararo firma va korxona majmuasi va butun iqtisodiyotning amaliy faoliyatidir.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketing falsafiy maʼnoda fikrlash tarzini mujassamlashtiradi. Shundan kelib chiqib, marketing ehtiyoj va muhtojlikni qondirishga qaratilgan inson faoliyati turidir [6]. Marketing asosiy sababi boʻlib, yangi tarmoqlarning vujudga kelishi, ishlab chiqarish hajmining ortib borishi, tadbirkorlar oʻrtasida mahsulotni sotish muammosini vujudga kelishi va tovar turlarining koʻpayishidir. Marketingga bogʻliq ravishda bozorni oʻrganish quyidagi yoʻnalishlardan iborat boʻladi [2]:

- talabni oʻrganish;
- bozor tarkibini aniqlash;

- tovarni oʻrganish;
- raqobat sharoitlarini tadqiq qilish;
- sotish shakli va uslublarini tahlil etish.

Marketing isteʼmolchilar muammolarini tushunish va bozor faoliyatini tartibga solishga hamda biron-bir maqsadga yoʻnaltirish jarayoni hisoblanadi. Turli mulk shaklidagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tashkilotlari ishlab chiqarish va sotish faoliyati marketing rejasi bilan oʻzaro bogʻlangan boʻlishi lozim.

Marketing konsepsiyasi kichik biznes korxonasining bozorda umumiy yutuqlarini taʼminlash nuqtai nazaridan uning faoliyatining barcha sektorlarida qarorlar qabul qilishini koʻzda tutadi. Ushbu holat korxonalarning boshqaruv, tashkiliy va sotish ishlarining turli shakllarida oʻz aksini topadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasidagi xoʻjalik yurituvchi subyektlar aniq xaridorni moʻljal qilishi lozim. Bu esa kichik tadbirkorlik tarkiblari soni, sifati va vaqt oʻlchamlari boʻyicha cheklanganligidan dalolat beradi. Ular bozorni egallab olish maqsadida amalga oshirayotgan xoʻjalik yurituvchi subyektlar operatsiyalari xarajatlarini isteʼmolchilar uchun olib boriladigan raqobat muhitida yutib chiqish uchun kamaytirib borishlari zarur. Natijada, potensial xaridor ularning taklif etgan tovarlarini xarid qiladi. Mazkur muammoni hal qilishda marketing sohasi muhim ahamiyatga ega.

Marketing mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab, uni sotishni tashkil qilinishigacha boʻlgan majmuaviy tizimdir. U aniq xaridorlarni talabini qondirish bilan birga oldindan koʻra bilish va bozorni oʻrganish asosida foyda olishga moʻljallangan.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tizimida marketing faoliyati quyidagi vazifalarni amalga oshirishni oʻz ichiga oladi:

- bozorni oʻrganish;
- mahsulotni taqsimlash;
- tovarlarni joylashtirish;
- marketing siyosatini olib borish;
- tovar siyosati;
- narx siyosati;
- taqsimot siyosati;
- siljitish yoki yoʻnaltirish siyosati.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingning maqsadi marketing mohiyati va uning asosini ochib beradi. Marketingni vazifasi isteʼmolchiga xizmat koʻrsatish va tovar ishlab chiqarish, isteʼmol bozorida yuzaga kelgan talabni hamda ishlab chiqarish imkoniyatlarini bozor talabi bilan uygʻunlashtirishdan iborat. Marketing mohiyatidan quyidagi asosiy tamoyillardan kelib chiqadi [3]:

- bozorni bilish;
- bozorga moslashish;
- bozorga taʼsir oʻtkazish.

Shuningdek, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingning maqsad va vazifalari quyidagi yoʻnalishlardan iborat boʻladi:

-isteʼmolchilarga yoʻnaltirilgan tamoyil, yaʼni bozorda isteʼmolchi haqligi;

-istiqbolga yoʻnaltirilgan tamoyil, yaʼni subyekt faoliyatining rivojiga yoʻnaltirilgan boʻlishi;

- samaradorlik koʻrsatkichga yoʻnaltirilgan tamoyil, yaʼni bozor hissasi, foyda oshishi va hokazolar.

Marketing konsepsiyasining mazmuni uning vazifalarini amalga oshirish orqali hal etiladi. Bu borada marketing vazifalari quyidagi guruhlarga boʻlinadi [3]:

- marketing tadqiqotlari;
- mahsulot ishlab chiqarish sohasini rivojlantirish va assortimentini koʻpaytirish;
- sotish va taqsimot;
- tovarni siljitish;
- narxni tashkil etish;
- marketing menejmenti.

Biroq, sohada marketingni roli va unga nisbatan tadbirkorning munosabati koʻp jihatdan korxonaning bozorda ishlashiga bogʻliq boʻladi. Masalan, taklif talabdan orqada qolib, ishlab chiqaruvchi isteʼmolchi oʻrnatgan sotuvchi bozorida tadbirkor taklif talabdan ustun boʻladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda marketingning vazifasi firma yoki korxonaning ishlab chiqarish faoliyati doirasida moddiy-texnika taʼminoti, kadrlar, buxgalteriya hisobi va moliyaviy funksiyalari bilan birga amalga oshiriladi.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu maqolada tadqiqotning tahlil, sintez, iqtisodiy usul, mantiqiy tahlil, induktiv, deduktiv va abstrakt fikrlash kabi usullardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar

Darhaqiqat, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka xos miqdor va sifat koʻrsatkichlari marketing faoliyati bilan shugʻullanadigan tadbirkorlar sonining koʻpayib borishini anglatib, uning barqaror va xavfsiz rivojlanish holatini ham ifodalaydi. Bu jihatni kichik biznesda marketingni rivojlanishi boʻyicha SWOT tahlil jadvalida koʻrish mumkin (1-jadval).

1-jadval. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda marketingni rivojlanishi boʻyicha SWOT tahlili[1]

Kuchli tomonlari (Strength)	Imkoniyatlari (Opportunities)
- tadbirkorlik korxonalarini oʻsish surʼatining yuqoriligi - pul mablagʻlari resurslarining mavjudligi - aholi ehtiyojlarini qondirishi	- yangi biznes sohalarini tashkil etish mumkinligi - yangi ish oʻrinlarining koʻpayishi - hamkorlik aloqalarining rivojlanishi
Kuchsiz tomonlari (Weakness)	**Tahdidlar (Threats)**
- mahsulotlar narxining yuqoriligi - aholining toʻlov qobiliyatini kamligi - boshqa biznesga eʼtiborni kamayib ketishi	- monopoliyaning kuchayib ketishi - isteʼmolchilar didini boshqa raqobatchilarga oʻzgarishi - iqtisodiy qaramlikning kuchayib ketishi

Mazkur jadvalga asosan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni barqaror rivojlanish iqtisodiy xavfsizligini aniqlash iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik yondashuvlar asosida olib borish zarurligini koʻrsatadi. Ushbu tahlilda korxonaning maqsadi maʼlum bir muddatga sotuv hajmi

[1] Muallif ishlanmasi.

yoki foyda miqdorini ma'lum foizga oshirishni belgilaydi. Bu holatda marketing faoliyati kelgusida uzoq muddatda qilishi lozim bo'lgan vazifalarni o'zida jamlab, bajariladigan strategik rejalarda o'z aksini topadi. Shu bois, marketing istalgan sohadagi ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish korxonasining bozorda barqaror bo'lib qolishida xizmat qiladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati marketing tufayli Xorazm viloyati misolida rivojlanib, shu asosda viloyatda tashkil qilingan kichik korxona va mikrofirmalar soni holati tahlilini quyidagi jadval o'zida aks ettiradi (2-jadval).

2-jadval. Viloyatda tashkil qilingan kichik korxona va mikrofirmalar soni haqida ma'lumot (birlikda, fermer va dehqon xo'jaliklarisiz) [4]

Hududlar nomi	2022-yil 1-yanvar holatiga ro'yxatga olingan	2021-yil holatiga	
	Jami	Tashkil topdi	Tugatildi
Viloyat bo'yicha:	23324	4914	1751
Urganch shahri	4835	773	440
Xiva shahri	2055	309	142
Bog'ot tumani	1375	429	126
Gurlan tumani	1543	355	119
Qo'shko'pir tumani	1747	465	115
Urganch tumani	2702	562	141
Hazorasp tumani	1312	409	93
Tuproqqal'a tumani	545	139	23
Xonqa tumani	1797	334	78
Xiva tumani	1784	275	170
Shovot tumani	1214	278	67
Yangiariq tumani	1277	318	150
Yangibozor tumani	1138	268	87

Ushbu jadvalga ko'ra, 2021-yilda viloyatda ro'yxatga olingan yangi kichik tadbirkorlik yoki biznes subyektlari soni 4914 tani tashkil etib, bu ko'rsatkich Urganch shahrida 773 tani, Urganch tumanida 562 tani, Xiva shahrida 309 tani, Xonqa tumanida 334 tani, Qo'shko'pir tumanida 465 tani, Hazorasp tumanida 409 tani, Xiva tumanida 275 tani, Shovot tumanida 278 tani, Yangiariq tumanida 318 tani, Gurlan tumanida 355 tani, Bog'ot tumanida 429 tani, Yangibozor tumanida 268 tani va Tuproqqal'a tumanida 139 tani tashkil qilgan.

Xulosa

Marketingning ushbu sohadagi roli uning tovarlarni ishlab chiqarish va sotishning potensial imkoniyatlarini ochib berishi, maqbul tovar siyosatini ishlab chiqishi, raqobat va bozorni zabt etish yoʻnalishlarini belgilashi, talabni ragʻbatlantirish uchun vositalar toʻplamini taklif qilishi, tovarlarni taqsimlashning samarali tizimini yaratishi, oʻrganish va prognoz qilish imkoni berishi bilan belgilanadi.

Shuningdek, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik shaklidagi xoʻjalik yuritish korxonalari kundalik hayotiy amaliyotda marketingning strategik vazifalarini amalga oshirib, bu jihat quyidagi vazifalarda oʻz aksini topadi:

- bozorni egallab turgan muhit toʻgʻrisida eng koʻp va toʻgʻri axborotni oʻz vaqtida olish va uni toʻgʻri tahlil qilish;
- marketingni moʻljallash va ularni amalga oshirishning asosiy yoʻllarini aniqlashtirish;
- maqsadlarni iste’molchilar talabi bilan oʻzaro birlashtirish;
- turli assortimentdagi mahsulotlarga talabni qondirishni shakllantirish;
- jamoaviy ish yuritish va potensial xaridorlar oʻrtasida tashviqot ishlarni olib borish;
- tizimli sotuv usuli va sotishni qoʻllab-quvvatlovchi jamoaviy tadbirlarni yoʻlga qoʻyish:
- sotuvchi va vositachilar, oʻz mijozlarini aniqlash va toʻgʻri bozor maydonini izlab topish;
- yangi firmalar uchun marketing tizimini shakllantirish:
- mahsulotni moslashtirish uchun boshqaruv tizimini tashkillashtirish.

Адабиётлар/Литература/References:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. / Халқ сўзи газетаси, 30.12.2020 йил.
2. Ergashxodjayeva Sh.Dj., Yusupov M.A., Gʻoyipnazarov S.B., Sharipov I.B. Marketing asoslari. - T.: «IQTISODIYOT», 2021. - 45 b.
3. Ergashxodjayeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. Darslik. - T.: «IQTISODIYOT», 2019. - 54 b.
4. Хоразм вилоятининг статистик ахборотномаси. 2020/2021 йил. - 69 б.
5. https://stolypin.institute/wp-content/uploads/2018/07/issledovanie-ier-msp-27.07.18.pdf
6. www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing

SCIENCE PROBLEMS.UZ

ISSN: 2181-1342 (Online)
Сайт: https://scienceproblems.uz
DOI: 10.47390/SPR1342V3SI8Y2023

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОИЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ S/8 (3) – 2023

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари” электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил: scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).