



ISSN:2181-3558

«SCIENCE AND RESEARCH»

JOURNAL

OF INTEGRATED EDUCATION
AND RESEARCH

INTEGRATSIYALASHGAN
TA'LIM VA TADQIQOT JURNALI

ЖУРНАЛ ИНТЕГРИРОВАННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИССЛЕДОВАНИЙ

**THE JOURNAL OF
INTEGRATED
EDUCATION AND
RESEARCH**

ISSN 2181-3558

VOLUME 2, ISSUE 3

COLLECTION A

MARCH 2023



Tahririyat a'zolari
Editorial board

Berdialiev A. f.f.d., prof.
Nurullaeva Sh.U. ped.f.d., prof.
Tursunov K.Sh. ped.f.d., prof.
Babadjanova D. tarix.f.d., prof.
Ernazarova G.O. ped.f.d., prof.
Abduraximova D.A. ped.f.d., prof.
Madumarov T.T. yur.f.d., prof.
Mirzayeva S.R. fil.f.d., prof.
Yuldashev M.M. fil.f.d., prof.
Xolliyev A.E. bio.f.d., prof.
Mahmudov N.M. fil.f.d., prof.
Salayeva M.S. ped.f.d., prof.
Salaeva M.S. psi.f.n., dotsent
Tojiboyeva M.A. fil.f.d., dotsent
Sabirova N.E. fil.f.d., dotsent
Norboyeva U.T. bio.f.d., dotsent
Yarmatov R.B. ped.f.d., dotsent
Egamberdiyeva N.A. tarix.f.d., dotsent

Achilov N.K. fil.f.d., dotsent
Imomova G.M. fil.f.n., dotsent
Zakirova H.R. f.f.n., dotsent
Tuhtahujaev H.B. ped.f.f.d., dotsent, TFA Akademik
Bakiyev Z.A. ped.f.n., dotsent
Razzakov H.K. tex.f.n., f.f.d., dotsent
Ortikov O.A. tex.f.f.d., dotsent
Djuraeva M.Y. f.f.f.d.
Nabikhodjaev A.A. iqt.f.n., dotsent
Otadjanova M.O. f.f.d.
Tajibaeva M.A. fil.f.d., dotsent
Hasanov A.M. fil.f.f.d.
Kholmurodov A.E. fiz.m.f.d., dotsent
Aripov O.A. iqt.f.d., dotsent
Safarova U.A. fil.f.d., dotsent
Dexqonova M.Sh. f.f.d.
Hasanov A.M. fil.f.d.

Mas'ul kotib: M.Yusupov

THE ART OF PAINTING AND WOOD CARVING IN NATIONAL MEMORY

A.O.Makhmudov

*Lecturer at the Department of Fine Arts and Engineering Graphics,
Andijan State University*

Annotation. This article describes the art of painting in the traditional architecture of Uzbekistan, the art of artistic painting, architectural monuments polished by folk craftsmen, household items, our perception of beauty, from the point of view of a deeper understanding of our nature and identity. information was given about the spiritual heritage left to us by our ancestors, the works of folk art.

Key words: Painting, pattern, artistic painting, composition, traditional, architecture, classical motif, interior, architecture, applied art, folk art.

Annotatsiya. Mazkur maqola O'zbekistonning an'anaviy me'morchiligida naqqoshlik san'ati, badiiy naqqoshlik san'ati, xalq ustalari tomonidan jilolangan me'moriy obidalar, turar joy va ro'zg'or buyumlari go'zallikni idrok etishimiz, ma'naviyatimiz va o'zligimizni chuqurroq anglashimiz borasida otabobolarimizning bizga qoldirgan ma'naviy merosi, xalq amaliy san'ati asarlari haida ma'lumotlar keltirib o'rilgan.

Kalit so'zlar: Naqqoshlik, naqsh, badiiy naqqoshlik, kompozisiya, an'anaviy, me'morchilig, klassik motiv, interer, me'morlik, amaliy san'at, xalq naqqoshlik san'ati.

Аннотация. В данной статье описывается искусство росписи в традиционной архитектуре Узбекистана, искусство художественной росписи, архитектурные памятники, отшлифованные народными мастерами, предметы быта и быта, наше восприятие красоты, с точки зрения более глубокого понимания нашей природы и самобытности. была дана информация о духовном наследии, оставленном нам нашими предками, произведениях народного творчества.

Ключевые слова: Живопись, узор, художественная роспись, композиция, традиционная, архитектура, классический мотив, интерьер, зодчество, прикладное искусство, народное творчество.

Introduction

As a result of comprehensive measures implemented for the development of national handicrafts, folk art and practical art, and comprehensive support for industry representatives, the number of master craftsmen in our country has increased by 7 times and the number of apprentices by 9 times in the last five years. It is also gratifying that the number of people employed in the field has reached 230,000. [1.1] It is not for nothing that Shavkat Mirziyoyev stated that "National history should be created with a national spirit. Otherwise, it will not have an educational effect". [2.2.]

The art of painting now not only fulfills a decorative function, but at the same time, it also began to express the philosophical and philosophical concepts of people. [3.53]

The beginning of construction activity dates back to the Paleolithic era. That period is associated with the reconstruction of the original settlements with the help of simple stone tools to protect themselves from the discomforts of the external environment and the effects of wild animals. In areas where there is wood, usually cellars covered with branches, separate standing cellars consisting of double-sloped or conical roofs were built.[4.9]

Painting as a type of folk decorative art has been an important part of Uzbek culture since ancient times. Its artistic traditions have been created and developed over many centuries. In contrast to all other types of art, one can see the close connection of generations and the continuity of national traditions in the patterns. The traditions of painting have been passed down from grandfather to father and from father to son as methods of learning this type of art. Thanks to this continuity, the art of painting has been preserved until now. The best examples of the pattern are distinguished by the expediency and beauty of the forms combined through rich creative fantasy. This reflects the difference in views of the folk masters on the environment. The game of lines in a pattern, like a melody in music, is composed of a "great summation of people's life experience", like a song and a fairy tale.

Artistic painting is the art of creating beauty in the harmony of colors and unique compositions. In his work, the master painter skillfully uses the natural luster and harmony of colors, exquisite form, and material texture to achieve vivid expression.

In the traditional architecture of Uzbekistan, painting is mainly used to decorate ceilings, silent vodkas, palace pillars, mosques, schools, houses of the rich, and wooden products. The rhythmic movement of intertwined branches, branches and luxuriously depicted flowers in a delicate plant-geometric pattern, classical motifs of Uzbek masters' work and girikh patterns are adapted to the shape of the ceilings. The pattern serves to decorate more interiors and covered porches and porches.

Currently, the pattern is used in architecture, home furnishings, gifts, small wooden toys, musical instruments and household items.

Architectural monuments and archeological excavations in the territory of Central Asia show that painting has been developed here since ancient times. The development of applied decorative arts (pottery, coppersmithing, jewelry, carpet making, embroidery, carving, etc.) and architecture also required the development of painting. Koykiryankala, Tuproqkala, Kokhna Urganch, old. The attractiveness of patterns of various styles found in Ter-miz, Ayritom, Bolaliktepa, Varakhsha, Afrosiyab and other places indicates the high culture of the ancestors. [5.1.]

The art of artistic painting is gaining popularity nowadays. Through the press, radio, television, cinema, people get acquainted with these art examples and their folk masters. Among these artists are O. Kasimjonov, E. Raufov, A. Boltaev, S.

Norkoziev, A. Azimov, A. Isaev, B. Abdullaev, T. Tokhtaho'jaev, J. Khakimov, Z. Bositkhanov. , M. Toraev, T. Ahmedov, K. Karimov, A. Ilhomov and others. The works of our national masters and their apprentices can be seen in the Museum of Applied Arts in Tashkent, in exhibition halls, art salons, as well as in residential and public buildings, for example, Tashkent State Circus, Alisher Navoi Opera and Ballet Theater, National Academic can be seen in drama theater, Timurid History Museum, Oliy Majlis and City Government buildings, metro stations, hotels, cafes, restaurants, teahouses, clubs, lobbies and rest rooms of factories and factories. Currently, the task is to expand the network of clubs in schools and extracurricular institutions as much as possible. Studying the art of folk painting serves to develop artistic taste, hard work in students and acquire a number of useful knowledge and skills. It helps to identify and develop their creative abilities.

Results

Painting is one of the most attractive and elegant forms of Uzbek folk decorative art! Therefore, it is difficult to imagine all types of folk art without pattern elements. Pattern means flower, decoration, and gives beauty to practical works of art. Such decorative elements are represented by the simplest representations of flora, animals and cosmic bodies found in nature.

The art of painting has served to beautify and enrich the material environment of a person since ancient times. Architectural monuments, dwellings and household goods polished by folk masters are invaluable in our perception of beauty, our spirituality and deeper understanding of our identity.

The spiritual heritage left to us by our ancestors is limitless. One of them is works of art. Works of folk art have high value not only because of their decoration, beautiful forms, antiquity, but also because of their deep philosophical, educational and spiritual properties.

It should also be noted that the 19th century French archaeologist M. D'elafoie analyzed the geometrical construction of the 14th century Khudovand Tomb in Sultanate, working on the laws of the construction of arches in Muslim architecture. . eat Ratiya and L. N. Voronin carried out great works on the geometry of Central Asian architecture. They conducted a lot of research on the history and style of architectural monuments and the rules of interconnection, appropriateness and construction of their parts using the pargor (circular) tool and achieved certain results.[6.112.]

Our people, who have been teaching their children trades since their youth, make good use of their traditions, customs, and various spiritual heritages. Even today, great attention is paid to the traditions of our people, to teach our youth trades on the basis of masters and apprentices.

It is effective to create the necessary conditions for young people to engage in professional activities, especially in higher educational institutions, various art academic lyceums and vocational colleges, to provide them with theoretical and practical knowledge in the areas of specialization. work is being done. Also, it is

important to improve the education system in order to restore our great spirituality and improve it further.

Painting is both a craft and an art. Acquiring these and similar types of art is important in developing the artistic culture, thinking, outlook and aesthetic taste of young people.

The art of painting has been and is being carefully preserved by our ancestors for centuries. While accepting it, the current young generation should not forget the responsibility before them even for a minute.

Today, it is very important that the international standards of education in our Republic are at the required level. The main goal of the instructional manual "Painting" is to inform young people about the ancient and fascinating secrets of painting, to continue the national traditions of the teacher and student, and to teach them the rules of using them appropriately by creating compositions of patterns independently.

Currently, the art of wood carving and painting is regaining its former status. The demand for it is increasing day by day in a number of religious and secular buildings that are being built, commissioned or renovated in the city of Tashkent and other large cities of the republic. [7.3.]

Discussion

The art of painting, as a component of all applied arts, has been widely developing among the peoples of Central Asia since ancient times with its elegant forms, colors and rich symbolic meanings.

It is known that old monuments in cities such as Samarkand, Bukhara, Tashkent, Khorezm, which add beauty to the beauty of our country, are uniquely decorated with examples of carving, wood carving, stonework, painting, and tiling.

Observing the unique pattern decorations on them, we are amazed at how elegantly the artist was able to express the shapes through paints. In addition, the great antiquity of decorative items found in historical regions such as Bactria, Sughd, Khorezm, Shosh, shows how long mankind has longed for the world of beauty.

Each period of history has made a significant contribution to the development of the art of painting, creating the ground for its further development and progress.

Fayoz in Surkhandarya - hill (I-II century). Dalvarzin-tepa (II century). We know that the walls of the earthen fortress (III century) in Khorezm were decorated with various paintings and patterns. The remains of wall statues of the Afrosiyab and Varakhsha palaces of the 6th - 8th centuries are relatively well preserved. Our ancestors expressed qualities such as humanity, happiness, infinite bounty to mother nature, joy, love and evil in such wall paintings with the help of colors and lines through silent sounds.

At the beginning of the 8th century, the introduction of Islamic culture into Central Asia led to the further development of the art of painting. Live creatures in the magnificent paintings were replaced by images of nature, patterns with plant-

like and geometric elements. Arabic writings were mastered, and a decorative (epigraphic) style appeared.

In the 9th century, the arts of engraving, woodcarving, painting, bricklaying, and book decoration were further developed. The scientific, medical, spiritual and Quranic verses of great scholars, Beruni, Ibn Sina, Mahmud Kashgari and others were decorated with gold patterns.

The troops of Chingiz Khan (13th century) who invaded Central Asia somewhat destroyed the cultural life.

Conclusions

In short, by the time of Timur and Timurids, science, culture and art developed dramatically. Many historical buildings were built and decorated with tiling, luxurious inscriptions and various carvings.

The arts of copying (calligraphy) and kitabat (miniature) developed further. Many painters, such as Mirak Naqqosh, Kamoliddin Behzod, Mahmud Muzahhib; They decorated the works of Abdurahman Jami, Alisher Navoi, Amir Khusrav Dehlavi, Nizami Ganjavi and many greats with wonderful images and patterns.

In the 16th and 17th centuries, the Abdulaziz Khan madrasa in Bukhara (16th century), the Baland Mosque (16th century), Khoja Zayniddin's house (16th century), the Tillaqori madrasa in Samarkand (17th century) and Zarkhal patterns (kundan technique) were decorated. This method is also known as "false core". In painting, there are many examples of "orange" patterns based on the interconnection of blue, green, red, and gold paint colors, which are made up of girix methods.

In the art of painting, unique schools of patterns began to form. Many folk masters have come out and performed their activities.

References

1. PQ-77 dated December 30, 2021 of the President of the Republic of Uzbekistan. <https://lex.uz/uz/docs/5807559>
2. On January 19, under the chairmanship of the President of the Republic of Uzbekistan, Shavkat Mirziyoyev, a video selector meeting on the issues of fundamental improvement of the system of spiritual and educational work, strengthening the cooperation of state and public organizations in this regard. <https://aniq.uz/uz/yangiliklar/shavkat-mirziyoev-milliy-tarikhni-milliy-ruh-bilan-yaratish-kerak-aks-holda-uning-tarbiyavii-tasiri-bulmayd>
3. Khudoyberdiyeva, the daughter of Khudoykar Zakhid. "History and development of painting art and leading artists in Uzbekistan" Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723 DOI: 10.24412/2181-1385-2021-7-52-60
4. Architecture: dai'slik / M. M. Vakhitov, Sh. R. Mirzayev; Ministry of Higher and Secondary Special Education of the Republic of Uzbekistan. - Tashkent: Thought. 2010. p. 9.
5. Wikipedia. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Painting>

6. Ahmedov M.Q. History of Central Asian architecture. Study guide. T., 1995. p. 112
7. Batir Baratboyev Mamajonovich. Development of art of painting and wood carving. "Economics and society" No. 11(90) 2021. p. 3.
8. Akhmedol M. K Ensemblevan development: Traditions and prestige of the "Architectura of Uzbekistan" (almanac). Tashkent. 1985, from 9-20
9. Ahmedov M. K. Architectural ensembles and nolrosm organization of urban space in the early architecture of Central Asia "Hailbuilding and architecture", Toshkent, 1990
10. Buyatov M S Samanidon mausoleum is the pearl of architecture in the Middle Aeii. Tashkent, 1975.
11. Budatov M.S. Geometric Harmonization in the Architecture of the Middle Air in the IX—XV centuries. Ied. 2nd Spanish and additional M., "Science", 1988.
12. Vambery Herman. Bukhoro yohud Movarounnahr tarihi. Tashkent, 1991 on M.: 1924. find.
13. Vssobshaya history of architecture (VIL), v. 1. p. 348-355, ch. 8n t 8, pp. 183-139, ch. 4. "Architecture of Central Asia", M., 1972-77.
14. Zohidol II. Sh. Zeb ichra ziynat. Tashkent, G. Gulom nashristi. 1978.

ЁЗ МАВСУМИ УЧУН ИМПОРТ ЎРНИНИ БОСУВЧИ ТУТ ИПАК ҚУРТЛАРИНИНГ НАСЛЛИ УРУҒЛАРИНИ ТАЙЁЛАШНИНГ РЕСУРС ТЕЖАМКОР ТЕХНОЛОГИЯСИНИ ЯРАТИШ

*Жуманиёзов Мансурбек Шомуротович
Рахмонов Акбар Туракул ўғли
Холиқова Санобар Ашур қизи*

Ипакчилик илмий-тадқиқот институти.

Аннотация. Ушбу мақолада ипак қуртининг ёз мавсуми учун импорт ўрнини босувчи тут ипак қуртларининг наслли уруғларини тайёлашнинг ресурс тежамкор технологиясини яратиш учун олиб борилган тажриба натижалари баён этилган. Тажрибалар учун тут ипак қуртининг юқори маҳсулдорликга эга *Bombyx mori L.* турига мансуб Асака, Марҳамат, Марварид ва Гўзал зотлари ҳамда Линия-220, Линия-221 тизимлари дастлабки материал сифатида танлаб олинган. Олиб борилган тадқиқотлардан ижобий натижалар олинган.

Калит сўзлар. дурагай, касалланиш, наслчилик, селекция, гетерозис.

Аннотация. В данной статье описаны результаты исследование, проведенных по созданию ресурсоэффективной технологии производства племенных семян тутового шелкопряда, способных заменить импорт на летний сезон тутового шелкопряда. Для опытов в качестве исходного материала были выбраны сорта Асака, Маркхамат, Марварид и Гузал, Линия-220, Линия-221 системы *Bombyx mori L.* с высокой продуктивностью тутового шелкопряда. По результатам проведенных исследований получены положительные результаты.

Ключевые слова: гибрид, болезнь, племенной, селекция, гетерозис.

Кириш. Жаҳон бозорида ипак толалари ва табиий ипакдан тайёрланган товарларга талаб йилдан-йилга ортиб бормоқда. Ўзбекистонда етиштирилган пилла ва ипак толаларининг муайян қисми экспорт қилинмоқда. Ҳукуматимиз томонидан кейинги йилларда қабул қилинган қарорларда етиштирилаётган пилла ҳажмини кўпайтириш ва сифатини яхшилашга йўналтирилган вазифалар кўйилган. Табиийки, ушбу вазифаларни тўла ҳал қилиш учун ипак қурти селекцияси ва наслчилик ишини фаоллаштириш, импорт ўрнини босувчи сифатли ипак қурти уруғларини тайёрлашнинг самарали технологияларини ишлаб чиқиш ва пилла хирмонини янада кўпайтиришга қаратилган. Мамлакатимизда пилланинг ялпи ҳосилини кўпайтиришнинг муҳим резерви такрорий қурт боқишни ўзлаштиришдир. Албатта, такрорий қурт боқишнинг муваффақияти муайян озика базаси, уни ёз-кузги қурт боқишга тайёрлаш ва ёз мавсумининг иссиқ иқлим шароитида ҳам юқори пилла ҳосили берадиган зот ва дурагайларнинг мавжудлигига боғлиқ.

Адабиётлар шарҳи. Юқорида баён этилганлардан келиб чиқадики, такрорий қурт боқиш учун тут ипак қуртининг ёз-куз мавсумида иссиқ иқлим

шароитига бардошли сермахсул саноатбоп дурагай уруғларини тайёрлаш энг долзарб йўналишлардан бири ҳисобланади. Такрорий қурт боқишни ноқулай ташқи муҳит шароитида ўтиши зотларни ўзаро чатиштиришдан олинган дурагайларда гетерозис кучини баҳолашда ишончли натижаларга эришиш мумкинлиги Ш.Р.Умаров, У.Н.Насириллаев, С.С.Леженколар [1] томонидан аниқланган. Болгария ва Греция каби мамлакатларда ҳавонинг юқори ҳароратига чидамли, пилла ҳосилдорлиги юқори дурагайлар яратишда ноқулай шароитга мослашган донорлардан фойдаланишни Р.Тзенов ва D.Grekovлар тавсия этганлар [2].

Тадқиқот материаллари ва услубиёти

Ёз мавсуми учун импорт ўрнини босувчи ипак қурти уруғларини тайёрлашга қаратилган тадқиқотлар Ипакчилик илмий-тадқиқот институти “Тут ипак қурти селекцияси, экологияси ва кимёвий заҳарланиш профилактикаси” лабораториясида олиб борилди. Тажрибалар учун тут ипак қуртининг юқори маҳсулдорликка эга *Bombux mori L.* турига мансуб Асака, Марҳамат, Марварид ва Гўзал зотлари, Линия-220, Линия-221 тизимлари дастлабки материал сифатида танлаб олинди.

Тадқиқот натижалари. Тажрибалар учун танлаб олинган ҳар бир зот ва тизимларнинг уруғлари жонлантиришга қўйилди, ва жонланиб чиққан қуртлар парваришланди. Ипак қуртлари 2-ёшга ўтганида қуртлар ҳар бир зот ва тизимлардан 250 донадан 3 қайтаришда қуртлар санаб олиниб парваришланди. Олиб борилган тажрибаларда қуртларни ҳаётчанлик кўрсаткичлари, касалланиш фоизи каби кўрсаткичлари аниқланди (1-жадвал).

1-жадвал

Баҳор мавсумида боқилган тут ипак қуртларининг биологик кўрсаткичлари
(Ипакчилик ИТИ 2022)

№	Зот ва тизимлар	Қуртларнинг ҳаётчанлиги $\bar{X} \pm S \bar{x}$, %	Касалланиш фоизи $\bar{X} \pm S \bar{x}$, %
1	Асака	92,3±0,53	2,02±0,1
2	Марҳамат	92,4±0,7	3,6±0,5
3	Марварид	87,9±1,3	3,8±1,16
4	Гўзал	91,9±1,1	2,6±0,2
5	Линия-220	92,02±1,06	2,4±0,14
6	Линия-221	95,0±0,51	2,3±0,31

Ушбу жадвалда келтирилган маълумотларга муурожаат қилсак, қуртларнинг ҳаётчанлик кўрсаткичи бўйича энг юқори натижалар Линия-221 тизимида намоён бўлди (95,0%). Касалланиш фоизи бўйича энг паст кўрсаткич Асака зотида кузатилди (2,02%).



1-расм. Қуртларнинг ҳаётчанлиги

Олиб борилган тадқиқотларда ипак қуртларининг пилла вазни, қобик вазни ва энг муҳим бўлган ипакчанлик кўрсаткичлари ҳам ўрганилди (2-жадвал).

2-жадвал

Баҳор мавсумида боқилган тут ипак қуртларининг пилла маҳсулдорлик кўрсаткичлари (Ипакчилик ИТИ 2022)

№	Зот ва тизимлар	Пилла вазни $\bar{X} \pm S \bar{x}$, г	Пилла қобиғи вазни $\bar{X} \pm S \bar{x}$, мг	Ипакчанлик $\bar{X} \pm S \bar{x}$, %
1	Асака	1,74±0,01	364±7,1	20,9±0,3
2	Марҳамат	1,96±0,96	412±5,6	21,0±0,8
3	Марварид	2,08±0,01	482±2,3	23,2±0,07
4	Гўзал	2,12±0,03	470±3,2	22,2±0,3
5	Линия-220	1,85±0,009	401±8,0	21,7±0,3
6	Линия-221	1,96±0,04	445±7,1	22,7±0,2

Олинган натижалардан кўришиб турибдики, пилла вазни бўйича энг юқори кўрсаткичлар Гўзал ва Марварид зотларида кузатилди (2,12 г; 2,08 г). Пилла вазни бўйича энг паст натижа Асака зотида кузатилди (1,74 г). Ипакчанлик бўйича эса энг яхши натижа Марварид зотида аниқланди (23,2 %).

Хулоса. Ёз мавсуми учун импорт ўрнини босувчи тут ипак куртларининг насли уруғларини тайёлашнинг ресурс тежамкор технологиясини яратиш учун олиб борилган тажрибалардан ижобий натижалар олинди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Насириллаев У.Н., Леженко С.С., Умаров Ш.Р., Азизов Б.С. - Ёз-куз мавсумида энг юқори махсулдорлик хусусига эга бўлган дурагайларни синаш ва танлаб олиш. // Ипак. Тошкент, 2002. - №2. – Б. 13.
2. Tzenov P. and Grekov D. Breeding of tolerant to adverting conditions silkworm, Bombyx mori l. commercial hybrids. //Problems decision basis of the silk branch development. Tashkent. 2004. – 127-135 P.

ЎЗ МАВСУМИДА ТУТ ИПАК ҚУРТНИНГ ПИЛЛАЛАРИДАН КАПАЛАКЛАР ТЕШИБ ЧИҚИШ ИНТЕНСИВЛИГИ

*Жуманиёзов Мансурбек Шомуротович
Ботиров Азимжон Зокиржон ўғли
Худжаматов Сафарали Хасанбой ўғли
Ипакчилик илмий тадқиқот институти*

Аннотация. Ушбу тадқиқотда, тут ипак қуртини технологик кўрсаткичлари юқори бўлган зот ва селекцион тизимларининг пилласидан капалаклар чиқиш фоизлари аниқланди. Тажрибада пилладан чиққан соғлом капалаклар улуши зот ва тизимлар учун ўзига ҳос эканлиги ҳамда ушбу кўрсаткичлар бир-биридан кескин фарқ қилиши аниқланди.

Калит сўзлар: тухум қуймаси, тут ипак қурти, пилла, капалак, дурагай, зот, тизим.

Аннотация. В данной статье приводятся результаты экспериментальных исследований по определению процента выхода бабочек из коконов различных пород и селекционных линий тутового шелкопряда с высокими технологическими показателями. По результатам исследований, доля вышедших здоровых бабочек из коконов пород и селекционных линий различные и резко отличаются друг от друга.

Ключевые слова: кладка яиц, тутовый шелкопряд, кокон, бабочка, гибрид, порода, линия,

Abstract. This article presents the results of experimental studies to determine the percentage of butterflies emerging from cocoons of various breeds and silkworm breeding lines with high technological performance. According to the research results, the proportion of healthy butterflies that emerged from the cocoons of breeds and breeding lines is different and sharply differ from each other.

Key words: egg cast, mulberry silkworm, cocoon, butterfly, hybrid, breed, system.

Кириш. Бугунги кунда дунё миқёсида ипак толасига бўлган талаб кундан кунга ортиб бормоқда, шуни инобатга олган ҳолда мамлакатимизда ҳам ипакчилик соҳасини ривожлантириш ва жаҳон стандарти талабларига жавоб берадиган сифатли ипак маҳсулоти тайёрлаш бўйича бир қанча ижобий ишлар амалга оширилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳамда Вазирлар Маҳкамаси томонидан чиқарилган бир қатор қарор ва фармонлар бунга ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилади.

Ипак қуртини аҳоли хонадонларида парваришланиб, пилласидан юқори ҳосил олинмоқда. Бироқ, парваришланадиган ипак қурти уруғларининг катта қисми хориждан олиб келинаётганлиги натижасида даромаднинг катта қисми уруғ сотиб олишга сарфланмоқда.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда мамлакатимизда ҳам такрорий ипак қурти парваришлаш жараёнида жонлантириладиган уруғларни ўзимизда

тайёрлаш ва улардан юқори ҳосил олиш мумкинлигини амалда исботлаш мақсадида ёз ва куз мавсумларда парваришланадиган ипак куртларини биологик ва технологик кўрсаткичларини пасайтирмаган ҳолда жонлантириш усулларини ишлаб чиқиш зарурий аҳамиятга эга.

Тут ипак куртининг пилласидан юқори ҳосил олиш ва унинг биологик ҳамда технологик кўрсаткичларини янада яхшилаш борасида чет эл ҳамда ўзбек олимлари томонидан бир қанча ишлар амалга ошириб келинмоқда. Бир гуруҳ ўзбек олимлари [1],[2],[3]. томонидан ипак куртининг пилласидан капалаклар чиқишини ва уларнинг ҳаёти давомийлигини унинг тухум маҳсулдорлиги ва биологик кўрсаткичларга боғлиқ эканлиги бўйича бир қанча ишлар амалга ошириб ўзларининг тавсияларини бериб ўтганлар.

Янги зотларни яратиш ва мавжудларини биологик ҳамда технологик кўрсаткичларини янада яхшилаш бўйича ўзларининг тадқиқот ишларини амалга ошириб келмоқдалар. Жумладан, [4], [5] лар тут ипак куртининг репродуктив кўрсаткичларини яхшилаш ва сифатли уруғ тайёрлаш мақсадида бир қатор селекция ишларини амалга оширганлар.

Тут ипак куртларининг технологик кўрсаткичлари юқори бўлган зот ва дурагайларни яратиш бўйича [6]; [7] лар ўзларининг тадқиқот ишларини амалга ошириб келмоқдалар. Бундан ташқари [8] лар ипак курти уруғлари тайёрланадиган уруғчилик корхоналарида мавжуд муаммолар ва уларни бартараф этиш бўйича ўзларининг бир қанча тавсияларини бериб ўтганлар.

Тажрибадан кўзланган мақсад, танлаб олинган ҳар бир зот ва селекция тизимларининг пиллаларидан капалаклар чиқиши ва уларнинг уруғ маҳсулдорлигига таъсирини аниқлашдан иборатдир. Ушбу белгилар асосида соғлом ва сифатли тухумлардан юқори ҳосил олинишини яна бир бор амалда исботлаш мақсадида, ҳар бир зот ва селекция тизимлар оилалари ичидан биологик ҳамда технологик белгилари энг юқори кўрсаткичларга эга бўлган оилаларни танлаш ҳамда улардан олинадиган пиллалар маҳсулдорлигини ошириш кўзда тутилган.

Тадқиқотларимиз Ипакчилик илмий-тадқиқот институти “Тут ипак курти наслчилиги, экологияси ва кимёвий захарланиш профилактикаси” лабораториясида олиб борилди. Тажириба учун дастлабки материаллар сифатида *Bombyx mori L.* турига мансуб бўлган тут ипак куртининг Асака, Марҳамат, Марварид зотлари, ҳамда Линия-220, Линия-221 селекция тизимлари танлаб олинди.

Юқорида келтирилган зот ва тизимларнинг 2022 йил баҳор мавсумида парваришланган куртларидан олинган тухум қўймаларининг репродуктив кўрсаткичлари бўйича яқка таҳлил ишлари ўтказилди ва уларнинг кўрсаткичлари баҳоланди. Пуштдорлиги юқори бўлган насли тухум қўймалари такрорий мавсумда парваришлаш учун танлаб олиниб, ҳар бир тухум қўймасидаги тухумлар яқка тартибда саналди, торсион тарозида вазни ўлчаниб, бир дона тухум оғирлиги аниқланди.

1-жадвал

Ипак қурти зот ва тизимларини пилласидан капалаклар чиқиши фоизи таҳлили (Ёзги мавсум, 2022 й.)

Наслли пилла-лар жинси	Насл учун танлаб олинган пиллалар сони $\bar{X} \pm S \bar{x}$, дона	Шундан			
		пилладан чиққан соғлом капалаклар сони $\bar{X} \pm S \bar{x}$, дона	пилладан чиқа олмаган физиологик носоғлом капалаклар сони $\bar{X} \pm S \bar{x}$, дона	соғлом капалаклар улуши $\bar{X} \pm S \bar{x}$, %	носоғлом капалаклар улуши $\bar{X} \pm S \bar{x}$, %
Асака					
♂	35±6,11	32±6,33	3±0,33	89,7±2,45	10,3±2,45
♀	37±5,9	34±6,0	3±0,88	90,7±2,92	9,3±2,92
Мархамат					
♂	47±4,7	43±4,04	4±0,67	91,0±0,58	9±0,58
♀	41±3,46	38±2,91	3±0,67	92,0±1,20	8±1,20
Марварид					
♂	24±4,1	21±3,76	3±0,58	87,4±2,30	12,6±2,30
♀	21±3,48	18±3,48	2±0,67	87,9±4,35	12,1±4,35
Линия-220					
♂	48±0,58	45±0,67	3±0,33	93,1±0,70	6,9±0,70
♀	47±2,60	41±2,33	6±1,15	87,2±2,20	12,8±2,2
Линия-221					
♂	36±3,5	32±4,16	4±0,88	89,2±3,03	10,8±3,03
♀	28,7±2,6	26±2,65	3±0,33	90,5±1,63	9,5±1,63

Юқорида келтирилган жадвалдан шуни хулоса қилиш мумкинки, пиллалардан капалаклар чиқиши улуши бўйича, урғочи капалакларнинг чиқиши фоизи бўйича Асака зоти 90,7 %, Мархамат зотида 92 % эркагига нисбатан 1 % га юқорироқ эканлиги Марварид зотида эса 0,5 % юқорироқ эканлигини кўришимиз мумкин. Селекцион тизимларда эса Линия-220 тизимида эркак капалакларнинг чиқиши фоизи 93,1 % урғочисига нисбатан 5,9 % га Линия-221 тизимида эса аксинча урғочиси 90,5 % натижа кўрсатиб эркагига нисбатан 1,3 фоизга юқори эканлигини кўришимиз мумкин.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, пиллалардан соғлом капалаклар чиқиши ҳар бир зот ва тизим учун турлича натижаларни кўрсатиши ҳамда тадқиқ этилаётган зот ва тизимлардан чиққан соғлом капалаклар улуши бўйича бир-биридан кескин фарқ қилишини хулоса қилиш мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Жуманиёзов М.Ш., Ботиров А.З. Тут ипак қурти пилласидан капалаклар чиқишини тухум вазнига боғлиқлиги. //Янги Ўзбекистон ипакчилигида инновацион жараёнларни ривожлантириш ва пилла хом ашёси сифатини оширишнинг истиқболлари (иити-95). Республика илмий-техникавий анжуман материаллари тўплами. (ИИТИ).Тошкент - 2022 71-77-б.
2. Наврўзов С. Она капалаклар ҳаёти давомийлигини ўзгарувчанлик коэффиценти ва маҳсулдорлик белгилари билан ўзаро коррелятив

- боғлиқлиги. //“Тўқимачилик саноати корхоналарида ишлаб чиқаришни ташкил этишда илм-фан интеграциялашувини ўрни ва долзарб муаммолар ечими”. мавзусидаги Халқаро илмий техникавий анжуман 1-қисм 27-28 июль. Марғилон, 2017. 76-77-б.
3. Наврўзов С., Умарова У., Жумаева Ф. Урғочи капалаклар яшовчанлигининг ирсий белгиларига таъсири. //Агро Илм. – Тошкент, 2017. - №4. (48). 66 –б.
 4. Умаров Ш., Насириллаев У. Наслли пилла партияларида пиллаларнинг ўртача вазни ва жинслар нисбатининг тухум маҳсулдорлигига таъсири. //Агро Илм. – Тошкент, 2011. - №1(17). 37-38- б.
 5. Умаров Ш.Р., Насириллаев Б.У., Жўраева М.Ж., Гиёсова К.С., Жуманиёзов М.Ш. Тут ипак қурти районлаштирилган ва истиқболли зотларининг репродуктив белгилари бўйича олиб борилган селекция ишлари самараси. //Зооветеринария. – Тошкент, 2014. - №1. 37-38- б.
 6. Умаров Ш.Р., Насириллаев Б.У., Гиёсова К.С., Жуманиёзов М.Ш. “Орзу”, “Юлдуз”, “Гўзал” ва “Марварид” зотлари популяцияларининг маҳсулдорлик ва технологик хусусиятларини ошириш. //Зооветеринария. – Тошкент, 2014. №3. 37-38- б.
 7. Қодиров О.А., Насириллаев Б.У., Гиёсова К.С. Тут ипак қуртининг технологик хусусиятлари юқори янги саноатбоп дурагайлари // ЎЗМУ хабарлари. – Тошкент, 2013. – №4/2. 102-104-б.
 8. Қурбонов Р.Қ., Қурбонова М.Х. Тут ипак қурти тухумчилигидаги айрим муаммолар. // “Научные основы решения актуальных проблем развития шелковой отрасли” ЎзИИТИ илмий Ишлар тўплами. – Тошкент, 2004. 230-234-б.

TUT IPAK QURTINING GO'ZAL VA MARVARID ZOTLARIDA PILLA KALIBIRI

S.X.Xudjamatov

Ipakchilik ilmiy-tadqiqot instituti

S.O.Ortiqova,

N.Z.Saidmurodova

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy Universiteti

Annotatsiya. Ushbu maqola tut ipak qurti Go'zal va Marvarid zotlarining kalibrini aniqlashga va tut ipak qurtining pilla kalibrini yetakchi seleksion belgilari o'rtasida bog'liqlikni aniqlashga qaratildi. Tanlash natijalari asosida pillalar uch xil gradatsiya bo'yicha yirik o'rta kichik pillali kalibrlarga ajratildi. O'rta kalibrli pillalarning texnologik ko'rsatkichlari eng yaxshi texnologik ko'rsatkich deb topildi. Pilla kalibri va seleksion belgilar o'rtasida teskari korrelatsiya mavjudligi isbotlandi.

Kalit so'zi: Tut ipak qurti, pilla, kalibri, zot, Go'zal, Marvarid.

Аннотация. В данной работе основное внимание уделялось определению калибра тутового шелкопряда пород Гузал и Марварид и выявлению взаимосвязи между ведущими селекционными признаками калибра коконов тутового шелкопряда. По результатам селекции коконы были разделены на три градации крупные, средние и мелкие по калибру коконов. Технологические показатели коконов среднего калибра признаны лучшими технологическими показателями. Доказано наличие обратной взаимосвязи между калибром кокона и селекционными признаками.

Ключевые слова: тутовый шелкопряд, кокон, калибр, порода, Гузал, Марварид.

Abstract. In this work, the main attention was paid to determining the caliber of Guzal and Marvarid silkworm breeds and to identifying the relationship between the leading breeding traits of the caliber of silkworm cocoons. According to the selection results, the cocoons were divided into three gradations - large, medium and small cocoons in terms of caliber. Technological indicators of medium caliber cocoons are recognized as the best technological indicators. The presence of an inverse correlation between the cocoon caliber of and selection traits has been proven.

Key words: silkworm, cocoon, caliber, breed, Guzal, Marvarid.

Kirish. Bugungi kunda tut ipak qurtining pilla mahsuldorligini oshirish bo'yicha ilmiy asoslarni yaratishga yo'naltirilgan ilmiy-tadqiqot ishlari olib borilmoqda. Bu borada seleksion belgilari bo'yicha farq qiluvchi zotlararo duragaylar kombinatsiyasini olish va eng maqbul seleksion belgilarga ega genotipli tut ipak qurtining zot va duragaylarini yaratish tut ipak qurti genetikasi va seleksiyasida muhim ahamiyat kasb etadi.

Tut ipak qurti texnologik belgilarini shakllanish qonuniyatini genetik ko'rsatkichlarini va bu belgilarni o'zaro bog'liqlik darajasini bilish ularning pilla mahsuldorligini oshirish imkonini yaratadi. Bunda asosan tut ipak qurti pilla kalibri va unga bevosita ta'sir etuvchi omillarni chuqur o'rganish joiz. Bu borada olimlarning bir qancha natijalarga erishganini ko'rishimiz mumkin.

Sh.Umarov, U.N.Nasirillaev va S.S.Lejenkolar (2004) yozgi tajribalarida shuni aniqladilarki, yirik pillali seripak zotlar ishtirokida yaratilgan yangi sanoatbop duragaylardan foydalanish orqali yoz mavsumida ham vazndor, ipak miqdori yuqori pillalar yetishtirish mumkin, hamda ipakni qayta ishlash sanoati uchun uzun va yuqori metrik nomerga (ingichka) ega bo'lgan ipak tolasi beradigan Oltin vodiy 1 va Oltin vodiy 2 duragaylarini tavsiya etganlar.

Ipak qurti mahsuldorligi va pilla sifatini oshirish muammosi doimo dolzarb bo'lib kelgan. O'zbekistonda yetishtirilayotgan pilla sifati hozirgi kunda sifat bo'yicha ipakchilik rivojlangan mamlaktlardan keying o'rinda turadi. Ilmiy tashkilotlar ishlab chiqqan tut ipak qurtini pillalari sifatini oshirishning qator usul va vositalarga qaramasdan bu muammo o'z dolzarbligini yo'qotmasdan kelmoqda.

Umarov SH.R., Nasirillayev.B.U., Giyosova K.S., Jumaniyozov M.Sh lar tajribalarida "Orzu", "Yulduz", "Go'zal", va "Marvarid" zotlari populatsiyalarining mahsuldorlik va texnologik xususiyatlarini oshirish maqsadida, zotlarni sintetik seleksiya tadbirlari bilan texnologik belgilari bo'yicha yuqori darajaga olib chiqilishida bu zotlar ishtirokidagi "O'zbekiston 5" va "O'zbekiston 6", "Oltin vodiy 2" sanoat duragaylari ipagini sifat ko'rsatkichlarini va hosildorligini oshirishga erishganlar.

Tut ipak qurti kalibrini seleksion tanlash orqali bir xillikka keltirish bo'yicha S.Xudjamtov (2017) bir qancha natijalarga erishishgan.

Keltirilgan ma'lumotlar asosida tut ipak qurtining pilla kalibrini yanada chuqurroq o'rganish hamda seleksion belgilar genotipga qanchalik bog'liq ekanligini, korrelatsion bog'liqlikning mohiyatini ochib berishga yo'naltirdik.

Tadqiqot materiali va usullari. Tajribalar Ipakchilik ilmiy-tadqiqot institutining "Tut ipak qurti naslchiligi, ekologiyasi va kimyoviy zaxarlanish proflyaktikasi" laboratoriyasining maxsus qurtxonalarida optimal gigrotermik sharoitlarda va Nasirillaev U.N., Umarov Sh.R., Jumaniyozova M.Sh., Xudjamatov S.X. (2020) "Tut ipak qurti naslchilik ishining asosiy uslubiy qoidalari" rahbariy xujjatiga rioya qilgan holda olib borildi. Tajriba zot populyatsiyalari "Tutchilik eksperimental xo'jaligi" ning tut plantatsiyalaridan keltirilgan sifati bir xil tut barglari bilan parvarishlandi.

Tajriba материалларнинг репродуктив белгилар bo'yicha taxlil qilindi. Quyidagi ko'rsatkichlar aniqlandi – tuxum qo'yimasidagi tuxumlarning o'rtacha soni, tuxum qo'yimasining vazni, bir dona tuxumning vazni va fiziologik brak foizi. Keyin har bir variant tuxum qo'yimalari birlashtirilib, aralashmalar tashkil etildi va tuxum aralashmasidan har birida 100 donadan 4 qaytarilishda namunalari olindi. Namunalari inkubatsiya qilinib, jonlanmagan tuxumlar sonini aniqlash orqali populyatsiyaning jonlanish ko'rsatkichi aniqlandi.

Tuxum aralashmalari inkubatsiya qilinganda birinchi ommaviy jonlanib chiqqan kundagi kurtlar boqish uchun olindi. Qurtlarning 2-yoshida variantlar bo'yicha har birida 220 tadan 8 qaytarilishda qurtlar sanab olindi. Qurt boqish davrida kasallangan va rivojlanishdan orqada qolgan qurtlar hisobga olindi.

Olingan natijalar pillaning kalibri bilan xom ipak chiqishi, ipak mahsulotlari chiqishi, pillalar chuvatilishi foizi, tolaning umumiy uzunligi va ingichkaligi kabi belgilari o'rtasidagi fenotipik korrelatsiya koeffitsientlarini hisoblashda foydalanildi.

Tadqiqot natijalari va ularning muhokamasi. Tajribalar uslubiyati asosida seleksion zotlar erkak va urg'ochi jinslar kesimida pillalarning kalibri bo'yicha yirik, o'rta va mayda gradatsiyalarga ajratib oldik. I-gradatsiya: ♀-816-875 mm² va ♂-768-884 mm²; II-gradatsiya: ♀-736-782 mm² va ♂-713-736 mm²; III-gradatsiya: ♀-600-704 mm² va ♂-609-672 mm². 3-jadvalda gradatsiyalar bo'yicha pilla kalibri va quruq pilla vazni ko'rsatkichlari keltirilgan.

1-jadval

Tut ipak qurtining Go'zal va Marvarid zotlarining pilla kalibri va quruq pillalar vazni ko'rsatkichlari

Gradatsiyalar	Zotlar	Pillalar kalibr, mm ²	Pilla qobig'i donadorligi (1 sm ² dagi bo'rtiqlar soni)	Quruq pillalar vazni, g
I-gradatsiya (yirik kalibr)	Marvarid	829,6±4,08	47,0±1,52	1,020
	Go'zal	794,4±4,2	47,5±1,05	0,900
II-gradatsiya (o'rta kalibr)	Marvarid	750,5±4,50	52,2±1,50	1,000
	Go'zal	726,4±1,25	49,3±1,46	0,900
III-gradatsiya (kichik kalibr)	Marvarid	668,1±7,04	58,8±2,10	1,000
	Go'zal	652,3±3,14	57,2±1,13	0,870

1-jadvaldagi ko'rsatkichlardan shuni ko'rish mumkinki, deyarli bir xil vazninga ega pillalar kalibri bo'yicha bir biridan farq qilar ekan. Pilla vazni I, II, III-gradatsiyalarda o'rtacha 0,940-0,950 g oralig'ida, ammo pilla kalibri esa 660-812 mm² ga teng. Keyingi bosqichda deyarlik bir xil vazninga ega, ammo turli kattalikdagi pillalarning texnologik ko'rsatkichlari qay darajada bo'lishi aniqlandi.

Tajriba natijalarimiz asosida quyidagi xulosalarga kelish mumkin. Tut ipak qurtining seleksion zotlar ko'rsatkichlarini taxlil qilar ekanmiz mayda yoki kichik kalibrga ega pillalarning texnologik ko'rsatkichlari yirik gradatsiyadan yuqoriroq ekanini ko'rish mumkin. Mayda kalibirli III gradatsiyadan, I-gradatsiyadagi yirik kalibirli 1,7 abs % ga yuqori ekanligi isbotlandi.

Adabiyotlar

1. Умаров Ш.Р., Насириллаев У.Н., Леженко С.С. Ингичка ва узун ипак толаси олишининг янги усули. // "Ипакчилик соҳасидаги долзарб муаммолар ечимининг илмий асослари". - Тошкент, 2004. 205-208-б.
2. Худжаматов С.Х. Наслли пилларни компактлиги бо'йича танлашнинг ипак қуртининг технологик ко'рсаткичларига та'сири. Ёш олимлар республика илмий амалий конференцияси III қисм 31 март-1 апрел Термиз-2017. 181-182-б.

3. Насириллаев У.Н., Умаров Ш.Р., Жуманиёзоа М.Ш., Худжаматов С.Х.
“Тут ипак курти наслчилик ишининг асосий услубий қоидалари”.
//Тошкент, 2020.

KORXONALARNI STRATEGIK BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH

Ishmanova Dinara Nurmamad qizi

Phd,i.f.f.d Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti.

Rektor, Kambrij Xalqaro universiteti

Qo'chqarova Gulruh Muxtarbekova

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti assistenti va magistranti

Annotatsiya. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning samarali amalga oshirilishi uchun boshqarishning, ayniqsa, strategik boshqaruvning turli sohalarida ijobiy o'zgarishlar bo'lishi muhim vazifalardan biri sanaladi. Bozor munosabatlarining shakllanishi natijasida korxonalarni strategik boshqarishda yangi talablar paydo bo'lmoqda. O'zbekiston iqtisodiyotining zamonaviy o'tish bosqichi tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishi va turli xil mulkchilik shakllariga o'tish bilan tavsiflanadi. Bu o'z navbatida samarali boshqarishning zarurligini taqozo etadi. Samarali boshqarish o'z navbatida ishlab chiqariladigan mahsulot raqobatbardoshligini va buning natijasida iqtisodiyotning raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: strategiya, menejment, mulkchilik, moliyaviy maqsadlar, strategic maqsadlar, strategik boshqaruv.

Dastavval bilib olamiz, strategiya nima? Korxonada faoliyatida strategiya nega kerak?

Strategiya – bu faoliyat turlarining ma'lum dastasini nazarda tutuvchi noyob va qulay mavqeni yaratishdir. Strategik mavqeni egallashning mazmuni raqobatchilardan ustun bo'lgan faoliyat turlari dastasini yaratishdan iborat.

Strategiya korxonaning muvaffaqiyatini ta'minlash uchun rahbariyat foydalanadigan tadbir-choralar majmuasidan iborat. Rahbariyat korxonada biznesini qanday boshqarishni bilish uchun hamda ko'p omilli muhitda muqobil yo'nalishlardan birini to'g'ri tanlash uchun strategiyani yaratadilar. Rahbariyat foydalanishga qaror qilgan strategiya mavjud biznes yo'nalishlaridan biri va biznesni yuritishni muayyan usuli tanlanganligini ko'rsatadi. Korxonada moliyaviy va strategik maqsadlarni alohida belgilashi lozim. Moliyaviy maqsadlarning mavjud emasligi, moliyaviy resurslarni yuqori tavakkalchilik bilan sarflanishiga sabab bo'ladi. Natijada korxonaning o'sishi va raqobatbardoshligi pasayadi. Korxonada strategik maqsadlari shuning uchun muhimki, ular korxonada raqobat mavqegini mustahkamlaydi va biznesning rivojlanish yo'nalishini ko'rsatadi.

«Strategik boshqaruv» termini yuqori darajadagi boshqaruvni ishlab chiqarish darajasidagi joriy boshqaruvdan farqini aks ettirish uchun 60-70 yillarda muomalaga kiritilgan. Operativ boshqaruvdan strategik boshqaruvga o'tishning mohiyatini aks ettiruvchi asosiy g'oya sifatida yuqori rahbariyat diqqat markazini

atrof muhitdagi o'zgarishlarga muvofiq tarzda va o'z vaqtida ta'sir ko'rsatish uchun tashqi muhitga o'tkazish zaruriyati sifatidagi g'oya bo'ldi.

Demak, strategik boshqaruvni tashkilotning asosi sifatida inson potentsialiga suyanuvchi, ishlab chiqarish faoliyatini iste'molchilar talablariga yo'naltiruvchi, tashkilotda egiluvchan boshqaruv va o'z vaqtida o'zgarishlarni amalga oshiruvchi boshqaruv sifatida aniqlash mumkin.

Strategiyani ishlab chiqish menejerlarning asosiy funksiyalaridan biridir. Ba'zi menejerlar kuchli strategiya ishlab chiqadilar, biroq uni hayotga tadbqiq eta olmaydilar. Boshqa menejerlar o'rtacha strategiya ishlab chiqadilar va uni mohirona amalga oshiradilar ham. Strategiya qanchalik yaxshi o'ylangan va mohirona amalga oshirilgan bo'lsa, kompaniyaning mavqeyi shunchalik kuchayadi. Boshqarish yaxshi tashkil etilgan kompaniyalar ham kutilmagan noxush vaziyatlarga duch keladi. Pirovard natijada yaxshi strategiya bozorda kuchli mavqeni egallash, kutilmagan holatlar, kuchli raqobat va ichki muammolarga qaramay, muvaffaqiyatli ishlashga zamin yaratadi.

Strategik menejment kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlar va faoliyatiga taalluqli. Aytish mumkinki, strategiyani (harakatlar tarzini) va uning aniq vositalarini ifodalash boshqaruv negizini tashkil qiladi va kompaniyada menejmentni yaxshi yo'lga qo'yilganligini ko'rsatuvchi eng to'g'ri belgi bo'lib xizmat qiladi.

Strategik menejmentning mazmuni quyidagilardan iborat:

- firma biznesining yo'nalish va asosiy maqsadlarini belgilab olish;
- firmaning tashqi muhitini tahlil qilish; - undagi ichki vaziyatni tahlil qilish;
- firma yoki xo'jalikning o'rta bo'g'inlarida strategiyani tanlash va ishlab chiqish;
- diversiyalangan firma portfelini tahlil qilish;
- uning tashkiliy tuzilmasini loyihalash;
- integratsiya darajasini va boshqaruv tizimini tanlash;
- «strategiya - tuzilma - nazorat» majmuasini boshqarish,
- firma faoliyatining ba'zi sohalardagi siyosati va uning fe'l-atvor me'yorlarini belgilash;
- kompaniya strategiya va natijalarining teskari aloqasini ta'minlash;
- strategiya tuzilma va boshqaruvni takomillashtirish.

Samarali faoliyat olib borishda strategiyani amalga oshirish bo'yicha asosiy vazifalar:

Strategiyani amalga oshirish bu - amaliy ma'muriy ish bo'lib, tashkil etish, moliyaviy rejalashtirish, kerakli siyosatni yuritish, motivlarni va kompaniya madaniyatini hamda boshqarish usullarini yaratish, qisqasi kompaniya maqsadlarini amalga oshirishga xizmat qiluvchi hamma harakatlar majmuasidan iborat. Strategiyani yaratish va amalga oshirish jarayoni o'zaro bog'liq beshta vazifani echishni o'z oldiga maqsad qilib qo'yadi:

1. Korxonada qanday biznesda faoliyat ko'rsatadi, strategik tasavvurni shakllantirish ya'ni: missiyani va maqsadlarni aniqlash.

2. Strategik tasavvurni va missiyani qayta shakllantirish.
3. Qo'yilgan maqsadlarga erishish strategiyasini yaratish.
4. Tanlangan strategiyani sifatli va samarali tadbiiq etish.
5. Faoliyat natijalarini baholash, yangi an'analarni aniqlash va uzoq muddatli rivojlanishga nisbatan moslashtiruvchi harakatlarni belgilash.

Demak, strategiyani tadbiiq etilishi nuqtai-nazaridan kompaniya menejerlari siyosatni va ko'nikmalarni yaratishga ijodiy yondoshishlari maqsadga muvofiq.

Qadriyatlar zanjirini yaratishda samarali va mahsuldor ko'rsatkichlarga erishish uchun har bir tashkilot va bo'lim maxsus vazifalarni tarmoq yoki jahon standartlari darajasida bajarish jarayonini kuzatish maqsadida asos yaratishlari lozim. Ishni bajarishning eng yaxshi usullarini izlab topish va qo'llash (eng yaxshi amaliyot) uchun javobgarlikning yuqoriligi strategiyani samarali amalga oshirishning uzviy bir qismi bo'lib, bu ayniqsa strategik ahamiyatli va yirik pulli operatsiyalarga taalluqli. Bunda ishni eng sifatli bajarish yoki xarajatlarni kamaytirish ishni takomillashtirishga maqsadli yo'nalgan impulsqa aylantirilishi mumkin.

Ishni bajarishning eng yaxshi usullarini aniqlash, o'rganish va amalga oshirish bo'yicha faoliyat intensiv reinjining (ishbilarmonlik jarayonlarini qayta loyihalashtirish), umumiy sifat menejmenti va doimiy takomillashtirish dasturlarini ishlab chiqishning boshlanishiga turtki bo'lib xizmat qildi

Strategik boshqaruv tizimida xodimlarni rag'batlantirishning xorij korxonalarini tajribasi Strategiyani muvaffaqiyatli yurituvchilar korxonalarini o'z xizmat vazifalarini sifatli bajarishga ilxomlantiradilar. F.Gertsbergning fikricha: «Agar insonlarda yaxshi ishlash ishtiyoqini uyg'otmoqchi bo'lsangiz, ularga yaxshi ish bering».¹ Ushbu hol brigadalarda va ishchi guruhlarda g'oya almashish va qo'llab-quvvatlash muhitini yaratadi. Rag'batlantirish turli yo'nalishlari mavjud:

1. Ba'zi korxonalarda ("MARS" - shokolad batonlari) ishga hafta davomida kechikmay keladigan xodimlar 10% mukofot oladilar. Ushbu usul shokolad batonlarini ishlab chiqaradigan jikozlarning bo'sh turmasligini ta'minlashga qaratilgan.

2. Bir qator yapon korxonalarini xodimlari muntazam ravishda ilkomlantiruvchi ma'ruzalarni, madhiya va shiorlarni aytadilar. Boshqa korxonalar (AQSh) har dushanba kunlari kechki paytda kengashlar o'tkazib, unda yaxshi ishlagan xodimlarni taqdimlaydi.

3. "San-Diego" (AQSh) territorial korxonasida har haftaning boshida oltita zavodda 2000 ishchi to'planib, korxonalar holati to'g'risida axborotlarni eshitadilar va ular bilan jismoniy mashqlar o'tkaziladi. Korxonalar rahbariyati haftalik muloqot korxonalar birdamligini oshiradi deb hisoblaydi.

Agar strategiyani yurituvchilarning motivlashga yondashuvlari va rag'batlantirish sistemasi stress vaziyatni vujudga keltirsa, ish joyini stabiligiga

¹ Лвова Д.С., Гранберг А.Г. Стратегическое управление: регион, город, предприятие. Учебное пособие. – М.:ЗАО «Экономика», 2009. - 72 - 76 с.

xavf solsa, natijalar samarasiz bo'lishi mumkin. Lekin istalgan natijalarga erishish uchun xodimlarga bosimni va u bilan bog'liq notinchlikni to'lig'icha inkor etish maqsadga muvofiq emas.

An'anaviy nuqtai nazarga ko'ra, korxonalar strategiyasini amalga oshirishda boshqaruvchilar salbiyga nisbatan ko'proq ijobiy ta'sir ko'rsatishlari lozim, chunki hamkorlik muhitini ijobiy usullar bilan qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirishda xizmatchilar ko'proq tashabbus va jonbozlik ko'rsatishiga erishish mumkin.

Strategik boshqaruv tamoyillarini to'g'ri belgilash va boshqaruv tizimining samarali amal qilishini ta'minlashning asosiy maqsadi bozor iqtisodiyotida yuz berishi mumkin bo'lgan ichki va tashqi nomutanosibliklar va ortiqcha ishlab chiqarish inqirozlari, hamda xom-ashyo va materiallarning samarasiz ishlatilishini oldini olishdan, ishlab chiqarishni boshqarishni bozor talablariga tobora ko'proq moslashtirishdan iboratdir, deb aytish mumkin

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Mehnat va aholini ijtimoiy muhofaza qilish vazirligi ma'lumotlari.
2. "Korxonani boshqarish" jurnali 4-son T-2017 yil
3. Лвова Д.С., Гранберг А.Г. Стратегическое управление: регион, город, предприятие. Учебное пособие. – М.: ЗАО «Экономика», 2009. - 72 - 76 с.
4. www.google.com rasmiy sayti
5. Yo'ldoshev N.Q., Xodjamuratova G.Yu. Strategik menejment-2. – Darslik. T.: TDIU 2013. – 368 b

HUDULARNI IJTIMOYIY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISHDA INFRATUZILMA TARMOG'INING O'RNI

Musurmonova Jumagul Oqboy qizi

*Qarshi muhandislik iqtisodiyot instituti Iqtisod fakulteti iqtisod yo'nalishi 3- kurs
456-20-guruh talabasi
musurmonovajumagul@gmail.com*

Annotatsiya. Maqolada ijtimoiy va iqtisodiy infratuzilma ,ularning obektlari, rivojlanish xususiyatlari keltirilgan. Infratuzilmaning shakllanishi, mamlakatimizda infratuzilmaga qaratilayotgan e'tibor va amalga oshirilayotgan ishlar bayon etilgan. Infratuzilmani rivojlanishini ta'minlovchi kelajak konsepsiyasi.

Kalit so'zlari: infratuzilma, ijtimoiy, iqtisodiy, maishiy, ishlab chiqarish, konsepsiya,sarmoya.

Annotation. The article presents the social and economic infrastructure, their objects, development features. The formation of the infrastructure, the attention paid to the infrastructure in our country and the work being carried out are described. The concept of the future that ensures the development of the infrastructure.

Key words: infrastructure, social, economic, household, production, concept, investment.

Аннотация. В статье представлена социальная и экономическая инфраструктура, их объекты, особенности развития. Описано формирование инфраструктуры, внимание, уделяемое инфраструктуре в нашей стране и проводимые работы. Концепция будущего, обеспечивающая развитие инфраструктура.

Ключевые слова: инфраструктура, социальная, экономическая, бытовая, производственная, концепция, инвестиции.

Kirish. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida investitsiya faoliyati muhim ahamiyat kasb etadi. Har bir mamlakatning rivojlanish darajasi, ya'ni iqtisodiyotning rivojlanishi va iqtisodiy o'sishi ko'p jihatdan mamlakatdagi investitsion jarayonlarga bog'liq. Har qanday jamiyatning barqaror iqtisodiy rivojlanishini investitsiyalarsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Ayniqsa, bugungi kunda bu narsa yaqqol namoyon bo'lmoqdaki, har qanday mamlakatning bundan keyingi yuksalishi investitsiyalarni jalb etish holatiga bog'liq.

Iqtisodiy infratuzilma turli xil tijorat faoliyatini amalga oshirishga imkon beradigan mamlakatning ichki imkoniyatlari va asosiy xizmatlarini nazarda tutadi. Shuning uchun, ular mamlakatning ajralmas rivojlanishiga yordam beradigan millat, mintaqa yoki shahar iqtisodiyoti uchun asosiy vosita hisoblanadi. U jismoniy tuzilmalarni, tizimlarni, muassasalarni, xizmatlarni va ob'ektlarni o'z ichiga olishi mumkin. U to'g'ridan-to'g'ri tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarmaydi, balki tashqi iqtisodiyotni yaratish orqali qishloq xo'jaligi, sanoat va tijoratda ishlab chiqarishni rag'batlantiradi. Masalan, temir yo'l liniyasi yoki milliy avtomagistral yaqinida joylashgan sanoat asosiy mahsulotlarni arzon narxlarda

ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bunday holda, temir yo'l liniyasi yoki milliy avtomagistral iqtisodiy infratuzilmaning namunasidir, chunki ular tashqi iqtisodiyotni keltirib chiqaradi va shuning uchun investitsiyalarni rag'batlantiradi. Infratuzilmalarning ijtimoiy, maishiy, bozor shakllarida esa bu jarayon yanada murakkab "masofa"ni bosib o'tib, ularning ba'zilarida (ijtimoiy va maishiy infratuzilmalarda) yaratilayotgan qiymat ishchi kuchi takror ishlab chiqarishi orqali, ba'zilarida (bozor va maishiy infratuzilmalarda) esa resurslar, ishlab chiqarish quvvatlari va bozor mexanizmlari tizimida namoyon bo'ladi.

Infratuzilma xizmatlari moddiy shaklga ega bo'lmagan tovarlar bo'lib, ular hayotiy ehtiyojlarni qondiradi. Infratuzilma zaruriy shart bo'lganidan uning ishlab turishini ta'minlashga iqtisodiy resurslarning bir qismi jalb etiladi. Infratuzilma xizmat ko'rsatish sohasiga ko'ra ishlab chiqarish infratuzilmasi (xizmat ko'rsatuvchi sohalar — yuk tashish transporti, elektr va issiqlik ta'minoti, yo'l xo'jaligi, suv xo'jaligi, ombor xujaligi, ilmiy konstruktorlik xizmati, axborot xizmati va b.) va ijtimoiy-maishiy infratuzilma (aholiga xizmat ko'rsatib, uning ehtiyojini qondiruvchi sohalar — maorif, sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va sport, maishiy xizmat va b.) ga ajraladi. Infratuzilma xizmati tovar bo'lganidan oldi-sotdi etiladi. Uning asosiy vazifasi insonga xizmat ko'rsatish, ammo bu ish pulli, bepul va imtiyozli tarzda bajarilishi mumkin. Infratuzilma xizmatlarini xarakteriga ko'ra guruxlaganda bozor infratuzilmasi ajralib turadi. Chunki unda bozor munosabatlarini amalga oshiruvchi xizmatlar ko'rsatiladi. Qaysi darajada xizmat ko'rsatilishiga ko'ra, korxonalar, tarmoq majmualari va hududiy Infratuzilma ham mavjud. Infratuzilma sohasida yaratilgan xizmatlar inson uchun naf keltiradi. Infratuzilma xizmat ko'rsatishini tashkil etish uchun mablag'lar sarflanadi. Shuning uchun ularni hisoblash mumkin va ular yalpi milliy mahsulot tarkibiga kiritiladi.

Korxonalar yoki mikrodarajadagi infratuzilmalar esa mahsulot ishlab chiqarish jarayonida qat'iy zarur va shart hisoblangan, ayni paytda o'z kuchi va imkoniyati bilan barpo etish juda ham qimmat bo'lgan, shuning uchun ham davlat va boshqa ixtisoslashgan korxonalar tomonidan tashkil etiladigan xizmat va inshootlarni o'z ichiga oladi. Ularga suv ta'minoti, elektro-energiya, ishlab chiqarish chiqindilarini tashib chiqarish, yuk qatnovi, ilmiy-tadqiqot va loyiha-konstruktsiya ishlari, bank va moliya xizmatlari va boshqalar kiritiladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Iqtisodiyot infratuzilmasi sifatida tasniflangan tarmoqlar doirasi turli mamlakatlarda turlicha belgilanadi. Ularning umumiy maqsadi sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi tovar va xizmatlar oqimini soddalashtirish va samaraliroq qilishdir. Ayrim mualliflar iqtisodiyotning infratuzilmasi sifatida fan, sog'liqni saqlash va ta'lim tizimini ham kiritib, ularni iqtisodiyotning noishlab chiqarish (ijtimoiy) infratuzilmasi deb ataydilar. Infratuzilma masalalarini o'rganish ancha uzoq tarixga ega bo'lib, u mahalliy iqtisodiyot fanida D.I.Mendeleyev, A.I.Chuprov, shuningdek, sovet iqtisod fanida K.Myuller-Byulov, A.Yu.N. Xomyanskiy, S.S. Nosova nomlari bilan bog'liq. Chet el iqtisodiyotida K. Marks, J. Marksning asarlarida infratuzilma

muammolari muhokama qilindi. M. Keynes va A. Pesenti, P. N. Rosentstein-Rodana, X. V. Zinger, A. O. Xirshman, V. V. Rostou, P. Kutner, P. E. Samuelson, R. Nurks va R. Yohimsen. Shu bilan birga, xarakterli xususiyatni ta'kidlash kerakki, infratuzilma haqidagi g'oyalar rivojlanishining dastlabki bosqichlarida olimlar asosan infratuzilmaning tarkibiy qismlaridan birini o'rganishgan, masalan, A. VA. Chuprova infratuzilma masalalarini asosan temir yo'l transporti misolida o'rgandi[1].

Ijtimoiy infratuzilma, birinchi navbatda, uning ma'naviy, madaniy va maishiy qondirish jarayonida inson shaxsining barkamolligiga maqsad ehtiyojlarini. Ijtimoiy infratuzilma - hisobga takomillashtirishga qaratilgan davlat siyosatining asosiy maqsadlari qabul qilishga uringan bir faoliyat deb turmush darajasini odamlar, ularning tinchlik va uzoq umr aylanishiga, barcha milliy iqtisodiy avlod sohasida sog'lom va faol shakllantirish. Bu yerda, avvalo, uy-joy muammolarini hal qilish, tugatish kommunal kvartiralar, doimo ortib, shuningdek, bir butun sifatida jamiyat sifatini oshirish bo'lgan uy-joy sifati, inson ehtiyojlarini qondirish xalqning madaniy mulkini yaratish, ya'ni. Bundan tashqari, u, hayot va ish atrof-muhit sharoitlarini kuzatish uchun barcha kasblar bo'yicha ishchi kasbiy mahoratini yuksaltirish, butun aholi uchun ijtimoiy xavfsizlik yaratish, aholi to'lov qobiliyatini yaxshilash esa zarur tovar va xizmatlar bilan jamiyat ehtiyojlarini qondirish uchun talab qilinadi.

Prezident qarori bilan 2022–2024 yillarda O'zbekistonning ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirish dasturi qabul qilindi. Uni amalga oshirishga esa jami 76,8 trln so'm, shu jumladan, 2022 yilda — 23,8 trln so'm ajratiladi. Joriy yilda eng ko'p mablag' ijtimoiy sohalar (5,9 trln so'm), mudofaa organlari va yopiq qism (4,5 trln so'm), muhim obyektlarni qurish (3,9 trln so'm), yo'l-transport infratuzilmasiga (2,7 trln so'm) yo'naltiriladi.

Milliy iqtisodiyot tizim sifatida bir qator umumiy tizimli va maxsus xususiyatlarga ega. Milliy iqtisodiyot jahon iqtisodiyotiga kiritilgan ko'p o'lchovli tizim bo'lib, uning har bir komponenti ham tizimdir. Uning alohida tarkibiy qismlarida mavjud bo'lmagan milliy iqtisodiyotning o'ziga xos xususiyatlari va umuman tizimning o'ziga xos xususiyatlari:

- Xo'jalik yurituvchi subyekt bir vaqtning o'zida iqtisodiyotni o'z-o'zini tashkil etishning turli jarayonlarida ishtirok etishi mumkin va bir vaqtning o'zida o'z-o'zini tashkil etuvchi tizim va atrof-muhit elementi bo'lishi mumkin;
- Xalq xo'jaligining o'zini-o'zi tashkil etishi nafaqat quyi bo'g'indagi xo'jalik yurituvchi subyektlarning bir-biri bilan, balki xo'jalik institutlari bilan hamkorligidan, shuningdek, institutlarning o'zaro hamkorligidan kelib chiqadi;
- Xalq xo'jaligining tuzilishi ko'pincha ma'muriy bo'ysunish munosabatlari orqasida yashiringan;
- Milliy iqtisodiyot dinamik tizimdir;
- Milliy iqtisodiyot stokastik tizim bo'lib, uni aniq va batafsil bashorat qilib bo'lmaydi;

- Milliy iqtisodiyot ochiq va yopiq bo'lishi mumkin.

Tadqiqot natijalari. Infratuzilmaga sarmoya kiritish bo'yicha jahon yetakchisi Xitoy bo'lib, u yalpi ichki mahsulotlarning o'rtacha 8,5 foizini sarflaydi. Rossiya har yili yalpi ichki mahsulotlarning 3,2 foizini shu kabi maqsadlarga sarflaydi. 2010-yilda infratuzilmaga investitsiyalar kiritildi: AQSHda-yalpi ichki mahsulotning 1,0%, Xitoyda-yalpi ichki mahsulotning 10,9%, Germaniyada-yalpi ichki mahsulotning 1,3%. Ayrim muammolar ko'pincha pul bo'lmagan ekvivalentda o'lchanadigan ushbu turdagi investitsiyalarga qaytishni baholashdir. Masalan, amerikalik ekspertlarning fikricha, AQSHda transport inshootlari qurilishiga 1 million dollarlik sarmoya kiritilishi 35 ming ish o'rni yaratish imkonini beradi.

Jahon banki 1994 yilda nashr etilgan Jahon taraqqiyoti hisobotida energetika, suv ta'minoti, aloqa, yo'llar va ko'priklar, to'g'onlar va kanallar, portlar, aeroportlar, temir yo'llar, suv yo'llari, shahar xizmatlari va ishlab chiqarish tarmoqlarini iqtisodiy infratuzilma sifatida ko'rib chiqdi.

O'zbekiston Respublikasini 2030 yilga qadar ijtimoiy-iqtisodiy kompleks rivojlantirish konsepsiyasi jamoatchilik muhokamasi uchun qaytadan e'lon qilindi.

BMT, BMT Taraqqiyot Dasturi, Jahon banki, Osiyo taraqqiyot banki va Birlashgan Arab Amirliklarining ekspertlari, mahalliy ilmiy-tadqiqot muassasalar olimlari, respublika vazirlik va idoralari tomonidan keng muhokama qilingan, quyidagi ustuvor maqsad va yo'nalishlarni qamrab oluvchi O'zbekiston Respublikasini 2030 yilga qadar ijtimoiy-iqtisodiy kompleks rivojlantirish konsepsiyasining ustuvor yo'nalishlari dastur sifatida qabul qilinadi:

1. Institutsional o'zgarishlar va makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashning ustuvor yo'nalishlari etib belgilangan, bozor iqtisodiyotiga o'tishda amalga oshirilishi zarur bo'lgan asosiy institutsional o'zgarishlarni, iqtisodiy o'sishni miqdoriy ko'rsatkichidan sifat ko'rsatkichiga o'tishi, YeAES va Jahon savdo tashkilotiga integratsiyasini o'z vaqtida bosqichma-bosqich amalga oshirish hamda mamlakat iqtisodiyoti raqobatbardoshligini oshirish, makroiqtisodiy institutlarni kuchaytirish orqali barqaror rivojlanishni ta'minlash;

2. Iqtisodiyotning real sektorini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini amalga oshirishga qaratilgan o'rta va uzoq muddatlarda mamlakat iqtisodiy o'sishining yetakchi tarmoqlarini rivojlantirish, sohalarning resurs iste'moli darajasini pasaytirish orqali ularning iqtisodiy samaradorligini yanada oshirish, iqtisodiyotni o'rta darajadagi texnologiyaga asoslangan xom-ashyo va yarim tayyor mahsulot ishlab chiqaruvchidan tayyor mahsulot ishlab chiqaruvchiga o'tkazish, amaliyotga yashil iqtisodiyot talablarini joriy etish, turizm sohasining mavjud salohiyatidan oqilona foydalanish orqali respublikani mintaqada turizm markaziga aylantirish;

3. Inson kapitalini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini amalga oshirishda samarali ijtimoiy-iqtisodiy siyosat olib borish orqali inson kapitalini sifat darajasini yaxshilash, aholini doimiy ish o'rinlari bilan ta'minlash asosida ularning real daromadlarini oshirish, sog'liqni saqlash, ta'lim, madaniyat, ilm-fan,

adabiyot, san'at va sport sohalarini rivojlantirish hamda BMT "Barqaror rivojlanish maqsadlari" ustuvor yo'nalishlarini hayotga to'liq tatbiq etish;

4. Innovatsiya faoliyatini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini amalga oshirishda uning me'yoriy huquqiy bazasini yaratish, innovatsion infratuzilmani shakllantirish, jahonning ilg'or innovatsion yutuqlarini amaliyotga keng joriy etish, ilmiy-tadqiqotni moliyalashtirishda xususiy sektorning ulushini oshirish, ilmlarga asoslangan iqtisodiyot sohalarini rivojlantirish hamda uzoq muddatlarga mo'ljallangan innovatsion rivojlanishga o'tish uchun zamin yaratish;

5. Muhandislik kommunikatsiya va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari etib belgilangan yo'l infratuzilmasini yaxshilash hamda ularni xalqaro infratuzilmaga integratsiyasini jadallashtirish, logistika infratuzilmasini rivojlantirish va modernizatsiyalash, dasturiy ta'minot sohasini rivojlanishi uchun zaruriy shart-sharoit yaratish, raqamli iqtisodiyot rivojlanishi qulay infratuzilma yaratish, ishlab chiqarish infratuzilmasi obektlarini qurish va rekonstruksiya qilishda xususiy sektorni jalb etish;

6. Investitsiya va ishbilarmonlik muhitini yanada yaxshilashning ustuvor yo'nalishlari asosida natijaga yo'naltirilgan investitsiya siyosatini olib borish, iqtisodiyotni investitsion jozibadorligini ta'minlagan holda qimmatli qog'ozlar va moliya bozorini rivojlantirish orqali kapital qo'yilma hajmini oshirish, xususiy mulk ustuvor mavqeini yanada kuchaytirish, qonun ustuvorligini ta'minlash institutlari faoliyatlarini takomillashtirish ya'ni, amaliyotga o'rta biznesni kiritish va uning me'yoriy-huquqiy asosini ishlab chiqish hamda uning ulushini oshirish, iqtisodiyotda raqobat muhitini kuchaytirish;

7. Hududlarni mutanosib ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari etib belgilangan mavjud tabiiy-iqtisodiy salohiyatidan samarali foydalanish, mahalliy hokimiyat organlarining mustaqilligini yanada oshirish, shaharsozlik va urbanizatsiya me'yorlarini ishlab chiqish hamda amaliyotga joriy etish, hududlarni barqaror rivojlanishini ta'minlash hamda ularning faoliyati samaradorligini baholashda milliy reyting tizimini joriy etish.

Konsepsiyada belgilangan ustuvor vazifalarning o'z vaqtida bajarilishi mamlakatni 2030 yilda aholi jon boshiga YaIM ikki baravarga oshishi, mehnat bozorida barqaror yuqori daromadli ish o'rinlarining yaratilishi hamda aholi kam ta'minlangan qatlamini ikki marotabaga qisqarishga olib keladi. Mazkur maqsadlarga quyidagi miqdoriy va sifat ko'rsatkichlarni amalga oshirish orqali erishiladi:

aholi jon boshiga YaIM ikki baravarga oshish, mehnat bozorida doimiy yuqori daromadli ish o'rinlarining yaratilishi hamda aholi kam ta'minlangan qatlamini ikki martaga qisqarishiga olib keladi:

iqtisodiy o'sish sur'atlari o'rtacha yillik 6,4 foiz, kapital qo'yilmalar 9,9 foiz, eksport 9,6 foizni tashkil etishi;

ishsizlik darajasi 9,3 foizdan 5,2 foizga, inflatsiya darajasi 14,3 foizdan 4,3 foizga pasayishi;

iqtisodiy o'sishning asosiy yangi drayveri o'rta texnologiyalarga asoslangan sanoatni rivojlantirish orqali sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2,3 martaga (YaIMdagi ulushini 2018 yil 26,3 foizdan 2030 yilda 33,3 foizga), qurilish va xizmat ko'rsatish sohalarini 2,1 martaga hamda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini 1,8 martaga oshirish;

iqtisodiy o'sishda intensiv omillarining ulushini oshirish, jumladan, muqobil va qayta tiklanuvchi energiyaning energiya balansidagi ulushini 25 foizga yetkazish, energiya samaradorligini 2 baravarga, mehnat samaradorligini esa 1,8 baravarga oshirish;

oliy ta'lim xizmatlari qamrov darajasini 40 foizga, iqtisodiyot mutaxassislariga bo'lgan talabini qondirish darajasini esa 90-100 foizga yetkazish, ba'zi yirik universitetlarning (kamida beshtasi) dunyodagi eng ilg'or 500 universitetlar qatoriga kirishini ta'minlash, maktabgacha ta'lim xizmatlari qamrov darajasini 2030 yilga borib 85 foizga yetkazish, o'quvchilar bilimini baholash tizimiga xalqaro PISA, PIRLS, TIMSS dasturlarini joriy etish;

aholini o'rtacha umr ko'rish yoshini 78-80 yoshga yetkazish, onalar o'limini uchdan bir qismga, yangi tug'ilgan chaqaloqlar o'limi darajasini ikki martaga kamaytirish;

aholini uy-joy (kishi boshiga 20 kv.m), sifatli ichimlik suv (100 foiz), elektrenergiyaga (100 foiz) bo'lgan talabini to'liq qondirish;

ilmiy-tadqiqot ishlariga sarflanadigan xarajatlarni YaIMdagi ulushini 1-1,5 foizga, olimlar va tadqiqotchilarning bandlardagi ulushini 0,4 foizga, biznes sektorini ilmiy-tadqiqot ishlariga xarajatlari ulushini 50-55 foizga yetkazish;

YaHM o'rtacha yillik o'sish sur'atini 107,3 foiz, hududiy sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishi hajmi o'sish sur'atlarini 108,6 foiz, xizmatlar sohasini 108,1 foizni tashkil etishini ta'minlash;

mamlakat hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining nomutanosibligini qisqartirish, jumladan, YaHM 3,7 martadan 2,8 martaga, sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarishni 13,5 martadan 8 martaga, xizmatlar sohasini 8,9 martadan 6,3 martaga, shuningdek respublika urbanizatsiya darajasini 60 foizga yetkazish.

Konsepsiyada belgilangan yettita ustuvor yo'nalishlarni amalga oshirilishi natijasida 24 ta xalqaro reyting va indekslarda respublika o'rnini yaxshilash, jumladan, 2030 yilda iqtisodiy erkinlik indeksini 140 o'rindan 70 o'ringa, statistika salohiyati indeksini 124 o'rindan 50 o'ringa, global innovatsion indeksini 50 o'ringa, biznesni yuritish indeksini 76 o'rindan 20 o'ringa, sanoat raqobatbardoshligi indeksi 70 o'ringa, inson kamoloti indeksini 105 o'rindan 40 o'ringa, logistika samaradorligi indeksini 99 o'rindan 50 o'ringa, Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkilotning kredit reytingini uchinchi pog'onaga ko'tarish prognoz qilinmoqda.

Bundan tashqari, konsepsiyada uzoq muddatlarga mo'ljallangan davrda amalga oshirilishi lozim bo'lgan yettita ustuvor yo'nalishlardan iborat zaruriy islohotlarni hayotga tatbiq qilish samaradorligini baholash maqsadida yuqorida keltirilgan 24 ta xalqaro reyting va indeksni o'zida qamrab olgan "O'zbekiston

Respublikasi xalqaro reytinglarda” (KPI - Key performance indicators) yagona portali orqali mutasaddi vazirlik va idoralar tomonidan monitoringi olib boriladi.

Xulosa. Infratuzilmalarni rivojlanishi bilan aholini mehnatga layoqatli qismini ish bilan ta'minlash xamda aholigi xizmat turlarini rivojlanishiga imkon beradi. Infratuzilmalar tizimidagi ishlab chiqarish munosabatlari xizmatlar ko'rsatish va ishlar bajarish ko'inishida namoyon bo'ladi. SHunga ko'ra, yuqorida ta'kidlanganidek, xizmat ko'rsatish iqtisodiy faoliyatning muhim ko'inishi hisoblanib, u mahsulot ishlab chiqarish tushunchasidan farqli o'laroq, xizmat ko'rsatishda sarflanayotgan mehnat ishlab chiqarish jarayonining o'zida to'g'ridan to'g'ri sotiladi. Bu o'z navbatida tizimda iqtisodiy faoliyatni tashkil etishni bir muncha soddalashtiradi hamda arzonlashtiradi. Tizimda katta qiymatdagi asosiy va aylanma mablag'larga ehtiyoj sezilmaydi.

O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohalarini jadal sur'atlar bilan rivojlantirish hamda ularning rolini oshirishni ta'minlash bilan bir qatorda, aholi turmush sifatiga sezilarli ijobiy ta'sir etadigan, mamlakatning iqtisodiy va eksport salohiyatini yuksaltirish imkoniyatini beradigan soha va tarmoqlarni tezroq sur'atlar bilan rivojlantirmog'imiz darkor. Bunday soha va tarmoqlarni davlat tomonidan moliyaviy qo'llab quvvatlash va bevosita yordam berish, jumladan, turli imtiyozlar majmuasini qo'llashning amaliy mexanizmlari yaratilishi maqsadga muvofiqdir

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Makkonel Kempbell R. , Bryu Stenli L. Ekonomiks: Printsipy, problemy i politika. V 2 t. : Per. s angl. 11-go izd. T. 2 – M. , Respublika, 1992. - 400s.
2. Gukova A. V. Proizvodstvennaya infrastruktura v ekonomike regiona. – M. , “Ekonomika”, 2001 g. -235 s.
3. Кокурин Д. И. , Назин К. Н. Формирование и реализация инфраструктурного потенциала экономики России.
4. Альберт Еганян Инвестиции в инфраструктуру: Деньги, проекты, интересы. ГЧП, концессии, проектное финансирование.
5. Kalanov B. Z. , Kalanova M. Z. , Muxamedjonova G. YA —Ijtimoiy soha iqtisodiyoti. Uslubiy qo'llanma. T. : TDIU, 2008. -160 b.
6. Kalanov B. Z. , Kalanova M. Z. , Muxamedjonova G. YA —Ijtimoiy soha iqtisodiyoti Uslubiy qo'llanma. T. : TDIU, 2008. -160 b.
7. Ijtimoiy soha iqtisodiyoti" fanidan o'quv-uslubiy majmua. T. : —Iqtisodiyoti 2012. -200 b.
8. Pod. red. T. D. Burmenko. Sfera uslug: ekonomika, menejment, marketing. Uchebnoe posob. M. :KNORUS, 2010 -424 str.
9. Voskolovich. N. A. Ekonomika platnyx uslug: uche. posob. M. : «Ekonomika», 2007. -366 str.
10. Khamraeva, S. N. and Alimova, M. Y. 2022. Scientific and Theoretical Foundations of Social Infrastructure Development. Journal of Marketing and Emerging Economics. 2, 5 (May 2022), 155–160.

**IKKI O'LCHOVLI SIMPLEKSDA ANIQLANGAN MENDEL VA
 BERNULLI O'LCHOVLARI ORASIDAGI BOG'LANISH**

Xurramov O.Sh.
 (QarDU),

Faraz qilaylik (E, m) - ixtiyoriy o'lchovli fazo bo'lsin. $\Omega = \bigcap_{i=1}^{\infty} E_i$ fazoni qaraymiz, bu yerda hamma i lar uchun $E_i = E$ dir. Faraz qilaylik $E = (1, 2, \dots, n)$ ta elementdan chekli to'plam $p(i) = p_i$ - E da qaralayotgan taqsimot bo'lsin. Faraz qilaylik ξ_n funksiya, fazoning ixtiyoriy $w = (w_1, w_2, \dots) \in \Omega$ elementiga o'zining n-koordinatasi w_n ni mos qo'ysin. Bunday funksiya ξ_n n-koordinatali funksiya deyiladi.

Faraz qilaylik $F - \sigma$ -algebra hamma chekli o'lchamli t silendrlar to'plamidan hosil qilingan bo'lsin, yani quydagi to'plamlardan iborat bo'lsin

$$\{w: \xi_m(w) = i_0, \xi_{m+1}(w) = i_1, \dots, \xi_{m+k}(w) = i_k\}$$

$F - \sigma$ - algebrada ikkita P va Q o'lchovlarni qo'ydagi ko'rinishda aniqlaymiz. Q o'lchov F fazoda o'zining qiymatlari bilan bir qiymatli aniqlanadi

$$Q\{w: \xi_m(w) = i_0, \xi_{m+1}(w) = i_1, \dots, \xi_{m+k}(w) = i_k\} = Q_m(i_1, i_2, \dots, i_k) = Q_{mk}$$

Agar

$$Q_{mk} = p_{i_1} p_{i_2} \dots p_{i_k} \tag{1}$$

Deb olsak, u holda qo'ydagi munosabat o'rinli bo'ladi

$$Q_{mk} \geq 0, \quad \sum_{i=1}^n Q_m(i_1, i_2, \dots, i_k, i) = Q_{mk}, \quad \sum_{i=1}^n P_m(i) = 1$$

(1) ga mos keluvchi o'lchov Q Bernulli o'lchovi deb ataladi.

Faraz qilaylik $E = \{1, 2, 3\}$ bo'lsin. S^2 simpleksda kvadratik stoxastik operatorni qo'ydagicha aniqlaymiz:

$P_{11,1} = 1$	$P_{12,1} = 1/2$	$P_{13,1} = 0$
$P_{11,2} = 0$	$P_{12,2} = 1/2$	$P_{13,2} = 1$
$P_{11,3} = 0$	$P_{12,3} = 0$	$P_{13,3} = 0$
$P_{22,1} = 1/4$	$P_{23,1} = 0$	$P_{33,1} = 0$

$$\begin{array}{lll} P_{22,2}=1/2 & P_{23,2}=1/2 & P_{33,2}=0 \\ P_{22,3}=1/4 & P_{23,3}=1/2 & P_{33,3}=1 \end{array}$$

Bu operator uchun avloddan avlodga o'tishda Mendel qonunlari o'rinli bo'ladi. Shuning uchun bunday operatorlar Mendel operatorlari deyiladi.

Faraz qilaylik $x^{(0)} = (x_1^0, x_2^0, x_3^0)$ – E dagi boshlang'ich taqsimot va $P_x(0) = \Omega$,
 dagi qo'ydagi funksiyalar oilasiga mos keluvchi ehtimolli o'lchov bo'lsin.

$$P_{m_k} = p_m k(i_0, i_1, i_2, \dots, i_k) = x_{i_0}^{(m)} \sum_{m_1, \dots, m_k=1}^3 P_{i_0 m_1, i_1} \cdot P_{i_1 m_2, i_2} \cdot$$

$$P_n(i_0, i_1, \dots, i_k) = x_{i_0}^{(n)} \sum_{m_1, \dots, m_k=1}^n P_{i_0 m_1, i_1} \cdot P_{i_1 m_2, i_2} \cdot P_{i_2 m_3, i_3} \dots P_{i_{k-1} m_k, i_k} \cdot x_{m_1}^{(n)} \cdot x_{m_2}^{(n+1)} \dots x_{m_k}^{(n+k-1)} \quad (2)$$

Chekli taqsimotlar oilasi yordamida hosil qilingan o'lchovni Mendel o'lchovi deb ataymiz.

Teoreman. Mendel o'lchovi P va Bernulli o'lchovi Q singulyardir.

Isbot. Tekshirib ko'rish qiyin emaske P_{m_k} va Q_{m_k} o'lchovlar dagi hamma shartlarni qanoatlantiradi. Shuning uchun $P \perp Q$ shart

$$\bigcap_{k \geq 0} \left(\sum_{k \geq 0} f_k^{1/2} Q_k \right) = 0 \quad (3)$$

Bo'lganda bajariladi. Bu yerda $f_n - P_{m_k}$ ni Q_{m_k} ga nisbatan Radona – Nikadima ko'paytmasidir. Shunday qilib, teoremaning isboti (3) tenglikdan kelib chiqadi. Shu tenglikni isbtlaymiz. (2) tenglikdan

$$P_{m_k} = P_m(i_0, i_1, i_2, \dots, i_k) = x_{i_0}^{(m)} \sum_{m_1=1}^3 P_{i_0 m_1, i_1} x_{m_1}^{(m)} \cdot \sum_{m_1=2}^3 P_{i_1 m_2, i_2} x_{m_1}^{(m)} \cdot x_{m_2}^{(m+1)} \dots$$

$$\sum_{m_k=1}^3 P_{i_{k-1} m_k, i_k} x_{m_{k-1}}^{(m+k-2)} x_{m_k}^{(m+k-1)} \left[x_{i_1}^{(m)} x_{i_2}^{(m+1)} \dots x_{i_{k-1}}^{(m+k-2)} \right]^{-1} =$$

$$\frac{P(\xi_k = i_0, \xi_{k+1} = i_1) \dots P(\xi_{k+k-1} = i_{k-1}, \xi_{k+k} = i_k)}{x_{i_1}^{(m)} x_{i_2}^{(m+1)} \dots x_{i_{k-1}}^{(m+k-2)}}$$

(4) ni olamiz

Bilamizki

$$P(\{w: (\xi_m(w) = 1, \xi_{m+1}(w) = 1)\}) = x_1^{(m)} \sum_{i=1}^3 P_{1i,1} x_i^{(m)} = \frac{x_1^{(m)} x_1^{(m)}}{(x_1 + 1 / 2x_2)}$$

$$P(\{w: (\xi_m(w) = 2, \xi_{m+1}(w) = 2)\}) = x_2^{(m)} \sum_{i=1}^3 P_{2i,2} x_i^{(m)} = 1 / 2x_2^{(m)}$$

$$P(\{w: (\xi_m(w) = 3, \xi_{m+1}(w) = 3)\}) = x_3^{(m)} \sum_{i=1}^3 P_{3i,3} x_i^{(m)} = \frac{x_3^{(m)} x_3^{(m)}}{(x_3 + 1 / 2x_2)}$$

$$P(\{w: (\xi_m(w) = 1, \xi_{m+1}(w) = 2)\}) = x_1^{(m)} \sum_{i=1}^3 P_{1i,2} x_i^{(m)} = \frac{x_1^{(m)} x_1^{(m)}}{2(x_1 + 1 / 2x_2)}$$

$$P(\{w: (\xi_m(w) = 1, \xi_{m+1}(w) = 3)\}) = x_1^{(m)} \sum_{i=1}^3 P_{1i,3} x_i^{(m)} = 0$$

$$P(\{w: (\xi_m(w) = 2, \xi_{m+1}(w) = 3)\}) = x_2^{(m)} \sum_{i=1}^3 P_{2i,3} x_i^{(m)} = \frac{x_2^{(m)} x_3^{(m)}}{2(x_2 + 1 / 2x_3)}$$

$$P(\{w: (\xi_m(w) = 2, \xi_{m+1}(w) = 2)\}) = 1 / 2x_2^{(m)} = 1 / 2x_2^{(1)}$$

$$P(\{w: (\xi_m(w) = 1, \xi_{m+1}(w) = 3)\}) = 0$$

dir. Qolgan hollarda

$$P(\{w: (\xi_m(w) = i_0, \xi_{m+1}(w) = i_1)\}) = \frac{x_{i_0}^{(m)} x_{i_1}^{(m)}}{2^{|i_0 - i_1|} (x_{i_0} + 1 / 2x_2)} = \frac{x_{i_0}^{(1)} x_{i_1}^{(1)}}{2^{|i_0 - i_1|} (x_{i_0} + 1 / 2x_2)}$$

(3) yordamida (4) dan

$$P_m(i_0, i_1, i_2, \dots, i_k) =$$

$$\left\{ \begin{array}{l} 0, \quad i_j=1, \quad i_{j+1}=3 \quad i_j=3, \quad i_{j+1}=1. \\ [2^{-1} x_2^{(1)}]^k \quad i_j=2 \quad j=0,1,\dots,k \\ \frac{x_{i_0}^{(1)} [x_{i_1}^{(1)} \dots x_{i_{k-1}}^{(1)}]^2 x_{i_{k-1}}^{(1)}}{4^{(|i_0-i_1|+\dots+|i_{k-1}-i_k|)} (x_{i_1} + 1/2x_2) \dots (x_{i_{k-1}} + 1/2x_2)}, \quad i_j = 1,3 \\ \frac{x_{i_0}^{(1)} [x_{i_1}^{(1)} \dots x_{i_{s-1}}^{(1)}]^2 x_2^{(1)t} [x_{i_s+t}^{(1)} \dots x_{i_{k-2}}^{(1)}]^2 x_{i_{k-1}}^{(1)}}{2^{2(k-1-l)} (x_{i_1} + 1/2x_2) \dots (x_{i_s} + 1/2x_2) (x_{i_{s+t}} + 1/2x_2) \dots (x_{i_{k-1}} + 1/2x_2)}, \end{array} \right. \quad (5)$$

qolgan holler uchun, bu yerda $l = |\{f : i_j = 2\}|$ to'planning quvvatini aniqlaydi. Bu yerdan osongina ko'rsatish mumkinki

$$\bigcap_{k \geq 0} \left(\sum_k (P_k / Q_k)^{1/2} Q_k \right) \leq 3 \bigcap_{k \geq 0} (x_{i_1}^{(1)} x_{i_2}^{(1)} \dots x_{i_n}^{(1)})^{1/2} = 0$$

dir. Teorema isbot bo'ldi.

Natija. $x^{(0)} \neq \bar{x}^{(0)} \in S^2$ bo'lganda $P_{x^{(0)}}$ o'lchov va $P_{\bar{x}^{(0)}}$ o'lchov singulyardir.

Adabiyotlar

1. Колмогоров А.Н., Основные понятия теории вероятностей. М, 1936, 138 с.
2. Гардинер К.В. Стохастические методы естественных наук. М.: Мир. 1986,. 528 с.
3. Биллингслей П. Эргодическая теория и информация. М: Мир, 1969, 238 с. Макаров И.П. Дополнительные главы математического анализа. М., Просвещение, 1968.-308 с.
4. Сарымсаков Т.А., Ганиходжаев Р.Н. Центральная предельная теорема для квадратичных цепей. // УзМЖ, 1991. №И, с.57-64.
5. Мейлиев Х.Ж., Гуломов О.Х. (КарГУ) Квадратичные стохастические операторы, построенные по биномиальным распределениям.
6. J.I. Abdullayev, R.N. G'anixo'jayev, M.H. Shermatov, O.I. Egamberdiyev. «Funksional analiz». Toshkent – Samarqand - 2009. -424 bet.
7. Abdiraxmonov, A., & Khurramov, O. (2022). Forming the professional skills of undergraduate mathematicians. Web of Scientist: International Scientific Research Journal, 3(02), 920-925.

BIG DATA

Abrorbek Tojiddinov
Nishonova Gulsumoy
Homidjonova Muntazam
Farg'ona davlat universiteti talabalari

Israil Tojimamatov
Farg'ona davlat universiteti o'qituvchisi

Annotatsiya. Ma'lumotlar — ro'yxatga olingan ma'lumotlar; faktlar, tushunchalar yoki ko'rsatmalarni inson yoki avtomatik vositalar yordamida muloqot qilish, talqin qilish yoki qayta ishlash uchun mos shaklda taqdim etish.

Informatika va axborot texnologiyalari sohalarida:

- Ma'lumotlar — uzatish, aloqa qilish yoki qayta ishlash uchun mos bo'lgan rasmiylashtirilgan shakldagi ma'lumotlarning qayta talqin qilinishi mumkin bo'lgan formatda keltirilishidir (ISO/IEC 2382:2015)^[3].
- Ma'lumotlar — axborot tizimlari va ularning foydalanuvchilari foydalanadigan ma'lumotlarni taqdim etish shakllaridir

Metrologiyada:

- Ma'lumotlar — asosiy yoki olingan choralar va/yoki ko'rsatkichlar bilan taqqoslanadigan qiymatlar
- Garchi ma'lumot almashish uchun ma'lumot taqdimotning biron bir shakliga ega bo'lishi (ya'ni ma'lumotlarga aylanishi) kerak bo'lsa-da, axborot birinchi navbatda bunday taqdimotning talqini (ma'nosi) hisoblanadi. Shu sababli, qat'iy ma'noda axborot ma'lumotlardan farq qiladi, garchi bu ikki atama norasmiy kontekstda sinonimlar sifatida ishlatiladi.

Kalit so'zlar: big data, INTEGER, SMALLINT, DECIMAL, FLOAT, CHAR, VARCHAR, DATE.

Ko'pchilik, terminlarni tushunish bo'yicha biroz qiynalishadi, lekin aynan terminlarni bilish, qo'yilgan vazifalarni yechishda yoki paydo bo'lgan xatoliklarni bartaraf etishda juda kerak bo'ladi. Misol uchun, biror muammo paydo bo'lsa, biz darhol Google'ni yordamga chaqiramiz, agar Google qidiruv tizimiga terminlar orqali so'rov bersangiz, muammo yechish qiyinchilik tug'dirmaydi, agar terminlarsiz oddiy so'zlar bilan qidirishni amalga oshirsangiz, muammoni yechishga ancha vaqt ketib qoladi.

Bu maqolada ma'lumotlar SQL tili va ma'lumotlar tiplari

Ma'lumotl tiplari. SQL tilida quyidagi asosiy ma'lumotlar tiplari ishlatilib, ularning formatlari xar xil MBBT lar uchun farq qilishi mumkin:

INTEGER	- butun son (odatda 10 tagacha qiymatli raqam va ishora).
SMALLINT	- "qisqa butun" (odatda 5 tagacha qiymatli raqam va ishora).
DECIMAL(p,q)	- o'nli son, p raqam va ishoradan iborat ($0 < p < 16$). O'nli nuqtadan

	so'ng raqamlar soni q orqali beriladi ($q < p$, agar $q = 0$ bo'lsa, tashlab yuborilishi mumkin).
FLOAT	- xaqiqiy son 15 ta qiymatli raqam va butun darajadan iborat. Daraja MBBT tipi bilan aniqlanadi (masalan, 75 yoki 307).
CHAR(n)	- uzunligi o'zgarmas, n ga teng bo'lgan simvulli qator ($0 < n < 256$).
VARCHAR(n)	- uzunligi o'zgaruvchi, n simvoldan oshmagani simvulli qator ($n > 0$ va xar xil MBBT larda xar xil lekin 4096 dan kam emas).
DATE	- maxsus komanda orqali aniqlanuvchi formatdagi sana (Subase da ko'zda tutilgan bo'yicha yy/mm/dd); sana maydonlari bizning eramizdan oldin bir necha mingyilliklardan boshlanuvchi va bizning eramiz beshinchi- o'ninchi mingyilligi bilan cheklangan xaqiqiy sanalarni o'z ichiga olishi mumkin.
TIME	-maxsus komanda orqali aniqlanuvchi formatdagi vaqt (ko'zda tutilgan bo'yicha hh.mm.ss).
DATETIME	- sana va vaqt kombinatsiyasi. (Sybase da TIMESTAMP).
MONEY	-maxsus komanda orqali aniqlanuvchi formatdagi pul. Format o'z ichiga pul birligi simvoli (\$, rub, ...) va uning joylashuvi (suffiks yoki prefiks), kasr qism aniqligi va pul qiymatini ko'rsatish shartlarini oladi.

Axborot – bu bilim, bilim – kuch, kuch esa g'alaba demakdir

Barchaga assalomu alaykum .Men bugun sizlarga informatika fanini kelib chiqish tarixini sizlarga tanishtirmoqchiman.Siz informatikaning turli davlatlarda turlicha fan sifatida o'rganilishini bilasizmi?Bu fan AQShda computer science-kompyuter fani ,Buyuk Britaniyada computing science-hisoblash fani sifatida o'ganiladi.

Informatika (fransuzcha: Informatique, inglizcha: computer science - kompyuter fani (AQShda), computing science - hisoblash fani (Buyuk Britaniyada)), axborotshunoslik — ilmiy informatsiya (axborot, xabar, ma'lumot)ning mohiyati, umumiy xossalari va krnu-niyatlarini, shuningdek, ilmiy kommunikatsiya tizimi (o'sha ilmiy informatsiyani tarqatish usullari va vositalari majmui)ni o'rganish bilan shug'ullanadigan ilmiy fan; inson faoliyatining EHM, kompyuterlar bilan bog'liq bo'lgan sohasi. Ijtimoiy fanlar jumlasiga kiradi. Uning markaziy tushunchasi — ijtimoiy hayotning istalgan sohasi va tarmoqlaridan olinadigan ma'lumotlar, ya'ni ilmiy informatsiya. „Informatika“ atamasi 1960-yillarda Fransiyada yuzaga kelgan bo'lib, information va automatique degan farang so'zlarining birlashmasidan kelib chiqqan. Bu atama ma'lumotni avtomatik ravishda qayta ishlashni o'rganuvchi sohani nomlash uchun o'ylab topilgan. XX asrga kelib xuddi avvaldan buyurtma qilingani kabi, dasturiy boshqaruvli hisoblash mashinalari ishlab chiqarish uchun ilmiy va texnik sharoitlar yuzaga kelgan edi. Ishlab chiqarilgan elektron hisoblash qurilmalari axborotni «qog'ozsiz» texnologiya asosida izlash, to'plash, saqlash, qayta ishlash va uzatish imkonini bera boshladi. Buning negizida XX asrning 50yillarida yangi fan – informatikaga asos solindi. Informatika atamasi fransuzcha informatique (information – axborot

va automatique – avtomatika) so'zi negizida hosil bo'lgan. Uning mazmuni «axborot bilan avtomatik ishlash» deb tushuniladi.

Informatika kompyuter texnikasini qo'llashga asoslangan bo'lib, inson faoliyatining turli sohalarida axborotlarni izlash, to'plash, saqlash, qayta ishlash va undan foydalanish masalalari bilan shug'ullanuvchi fandır. Qisqacha qilib aytganda informatika kompyuter texnikasi asosida axborotlar ustida bajariladigan amallar va ularni qo'llash usullarini o'rganuvchi fandır. XX asr 60-yillari oxiriga qadar "Informatika" termini o'rniga "hujjatnomalar" yoki "hujjatnoma va informatsiya" termini ishlatilgan. Fantexnika inqilobi, EHM, informatsiya texnikasi vo-sitalari (mikrofoto suratga olish, nusxa ko'chirish texnikasi va h. k.) va boshqaning paydo bo'lishi Informatika fan sifatida taraqqiy etishiga imkon tug'dirdi. Ayniqsa, kompyuterlar tarmog'i va u bilan bog'liq ravishda internet ti-zimining rivojlanishi umuman Informatika, xususan, Informatika kommunikatsiya tizimining yanada taraqqiy etishiga sabab bo'ldi.

O'zbekistonda ham Informatika masalalariga katta e'tibor berildi. Masalan, 1993 yilda informatsiyalashtirish to'g'risidagi qonun qabul qilindi, 1994 yil O'zbekiston xukumati Respublikani informa-tizatsiyalashtirish konsepsiyasini qabul qildi, shu yili EHM uchun dasturlar va ma'lumotlar bazasini huquqiy himoya qilishga doir qonun ishlab chiqildi. Keyinchalik O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Kompyuterlashtirish va informatsiyakommunikatsiya texnologiyalarini joriy qilishni yanada rivojlantirish to'g'risida"gi farmoni (2002 yil 30.05) chiqdi va Vazirlar Mahkamasining "Kompyuterlashtirish va informatsiyakommunikatsiya texnologiyalarini joriy qilishni yanada rivojlantirish to'g'risida"gi qarori (2002 yil 06.06) qabul qilindi.

Biz XXI asr axborot asrida yashamoqdamiz.Fan, texnika, ayniqsa axborot texnologiyalari shiddat bilan rivojlanayotgan ushbu davrda har bir inson axborot haqidagi tushunchalarga ega bo'lishi zarur. Shunday ekan yangi bilimlar olishdan aslo to'xtamang malumotlar omboriga oid juda kerakli va ko'pchilik(!) adashtiradigan ikki terminni tushuntirishga harakat qilaman: Ma'lumotlar ombori va Ma'lumotlar omborini boshqarish tizimi(MOBT).

Ma'lumotlar ombori bu — tartiblangan ma'lumotlarni saqlovchi va qayta ishlovchi axborot modeli hisoblanadi. Soddaroq qilib aytganda, bir xil turdagi axborotlarni o'zida saqlovchi va berilgan so'rovlar orqali ularni taqdim etuvchi model. Misol uchun, kitoblar javoni, bu ma'lumotlar ombori hisoblanadi, ya'ni bir xil turdagi(kitoblarni) obyektlarni o'zida saqlaydi, yoki bo'lmasa telefon raqamlar yozilgan kitobcha, bu yerda ism, telefon raqam kabi bir xil tipdagi ma'lumotlar saqlanadi, bu ham ma'lumotlar ombori.

Ma'lumotlar omborini boshqarish tizimi — bu ma'lumotlar omborini hosil qiluvchi, ma'lumotlarni qayta ishlovchi va qidiruvchi tizim hisoblanadi. Qisqa qilib aytganda, MOBT barcha jarayonlarni amalga oshiradi. Ma'lumotlar ombori faqat ma'lumotlarni saqlaydi, qolgan barcha ishlarni MOBT bajaradi.

Ma'lumotlar omboridagi ma'lumotlar, SQL so'rov tillari orqali boshqariladi, bu tilda MOBT'ga so'rov beriladi, bu so'rov u yerda qayta ishlanib, natija olish

uchun ma'lumotlar omboriga murojaat qiladi, u yerdan so'rovga mos ma'lumotni olib, so'rovga javob beradi:

So'rov berish:

SQL so'rov -> MOBT -> Ma'lumotlar ombori natija olish:

Ma'lumotlar ombori -> MOBT —> So'rovga javob

Quyidagi dasturlar MBBT'ga misol bo'la oladi:

- Oracle;
- MySQL;
- Microsoft Office Access;
- MariaDB;
- Microsoft SQL Server;

Hulosa shuki, siz o'ylagan bu dasturlar, ma'lumotlar ombori emas, balki MOBT hisoblanadi.

Ma'lumotlar ombori MOBT'ning bir qismidir, demak bu dasturlarni ishlatganda «ma'lumotlar ombori sifatida Oracle'ni tanladim» emas, balki «Ma'lumotlar omborini boshqarish tizimi sifatida Oracle'ni tanladim» to'g'ri bo'ladi. Ma'lumotlar ombori Obyekt va kattalik Ma'lumotlar omborini boshqarish tizimlari. Data Warehouse Data Warehouse ning tarkibiy qismlari Data Warehouse ni boshqarish tizimlari. Ma'lumotlar omborini tashkil etuvchi elementlar turli ko'rinishda bo'lishi mumkin. Eng ko'p tarqalgan va amaliyotda qo'llaniladigan ma'lumotlar matnli fayllar hisoblanadi. Chunki matnli fayllar orqali turli axborotlarni ifodalash va kompyuter xotirasida saqlash mumkin. Kompyuterlar asosidagi axborot texnologiyalarining ko'rinishlaridan biri ma'lumotlar ombori hisoblanadi. Oddiy fayllarda farqli ravishda ma'lumotlar ombori kompyuter xotirasida joylashgan axborotlarni izlash va saralashni amalgam oshirish imkoniyati bor. Ma'lumotlar ombori deb, kompyuterining uzoq muddatli xotirasida saqlanayotgan axborotlar va ular ustida aniq bir ishlash usullariga imkon beradigan ma'lumotlarga aytiladi Ma'lumotlar omborida turli ma'lumotlar saqlanishi mumkin. Masalan, poyezd, samolyot, avtobuslarning harakatlanish jadvali, do'kon yoki ombordagi mahsulotlarning mavjudligi haqidagi ma'lumotlar, talaba, o'qituvchi va xodimlar, shuningdek, kitoblar haqidagi ma'lumot va boshqalar ma'lumotlar omboriga misol bo'la oladi.

Ma'lumotlar omborini yaratish va uni ishlatish uchun shaxsiy kompyuterdan foydalanish shart emas. Masalan, shifokorning qabulxonasidagi bemorlar kartotekasini ma'lumotlar ombori deb hisoblash mumkin (kartotekalar qog'ozdan yoki kartonlardan foydalanib bajarilgan bo'lishi mumkin).

Masalan, shifokor kompyuterda matn fayllarni yaratishni o'rganib, bemorlar kartotekalarini bir nechta fayllarda yozib "kompyuterli" ma'lumotlar omborini hosil qilishi mumkin. Alibatta, bunday ma'lumotlar omboridan foydalanilganda bemorlarni hisobga olish va kerakli hujjatlarni tayyorlash (bemorga ma'lumotnoma berish, retsept yozish va h.k.) ancha tez bajariladi.

Ma'lumotlar omborini axborotlarni kompyuterlashgan shakldagi alohida yig'indisi deb tushunish mumkin. Biror kutubxonadagi barcha kitoblar yoki butun

dunyoda chiqayotgan jurnallardagi matematik tadqiqotlar haqidagi barcha maqolalar ro'yhatining jamlanishi ma'lumotlar omboriga misol bo'lishi mumkin. Yer yuzida keng foydalanilayotgan mavjud 3000 ma'lumotlar omborlaridan ko'p qismini xususiy kompyuterlarda yaratilgan. Ular omborlarda qanday ma'lumotlarni saqlash, axborotni qanday yig'ish, qanday yangilash va rasmiylashtirish kerakligi masalaarini hal etishgan. Ma'lumotlar ombori ham ular joylashgan mamlakatlar kabi turli-tumandir. Ba'zi axborot tizimlari katta emas. Masalan, Avstraliyadagi "Ausinet" tizimi 17 omborga, Amerikaning "DAYALOG" tizimi 250 dan ortiq omborga ega. Ko'pchilik tizimlar o'rtacha o'lchamlarga ega. Shvetsariyaning "Data – Star" tizimi 46, G'arbiy Germaniyaning "INKA" tizimi 42, fransiyaning "Kestel" tizimi 45, Buyuk Britaniyaning "Pergamon Infolayn" tizimi 35 omborga ega.

Ma'lumotlar omboridagi axborotlar bir necha usullar bilan tashkil etilishi mumkin. Ma'lumotlar omborlarining eng soda va keng tarqalgan shakli jadval ko'rinishidir. Ma'lumotlar omborining bunday ko'rinishi relyatsion omborlar deb ataladi. Relyatsion omborlar aniq sondagi ustunlarga ega bo'lib, ularning hammasi nomlarga ega bo'ladi. Kompyuterdan aksariyat hollarda matnli fayllar (turli xat, referat, she'r va h.k.) ni yaratishda foydalaniladi. Foydalanuvchining tajribasi oshib brogan sari u matnli fayllar o'rnida turli shakldagi va berilgan vazifalarni bajaruvchi fayllardan foydalana boshlaydi. Masalan, matn fayl ichida turli xil sonli, belgili ma'lumotlarni kiritish orqali jadvali, kartotekali, videotekali, tashkilotlar manzili, kasallik varaqlari, telefon nomerlari va boshqa ma'lumotlarni jamlovchi ombor sifatida foydalanishi mumkin.

Har qanday ma'lumotlar omborining vazifasi haqiqiy dunyoning obyektlar haqidagi ma'lumotlarni qayta ishlashidir. Umuman olganda, "obyekt" va "kattalik" degan iboralarni rasman ajratish mushkul. Lekin muayyan vaziyatda bu iboralarni ishlatish uchun ularni ta'riflashimiz mumkin. Obyekt – mavjud bo'lgan va o'ziga o'xshash narsalardan ajralib turadigan alohida olingan predmet. Masalan, akademik litsey yoki kasb-hunar kolleji obyekt hisoblanadi. Shuningdek, kimyoviy modda, biror qotishma, firma, zavod, inson hamobyekt bo'la oladi. Obyekt sifatida nafaqat moddiy predmetlar, balki haqiqiy dunyoni aks ettiruvchi abstract tushunchalar ham qaralishi mumkin. Masalan, san'at asarlari, kitoblar, teatrlardagi sahna ko'rinishlari, kinofilmlar, huquqiy normalar, falsafiy nazariyalar va boshqalar.

Bunga o'xshash obyektlar guruhi obyektlar to'plamini hosil qiladi. Masalan, akademik litsey yoki kasb-hunar kollejlardagi guruhlar, firmalar, ombordagi mahsulotlar, korxonada ishlovchi odamlar obyektlar to'plamini hosil qiladi. Bunday guruhdagi muayyan obyektни obyekt nusxasi deb atash mumkin.

Kattalik – biror-bir obyektни ifodalovchi va uning muayyan bir nusxasi uchun berilgan sonli yoki matnli qiymatni belgilovchi ko'rsatkich. Masalan, obyektlar to'plami sifatida biror akademik litsey yoki kasb-hunar kollejidagi guruhlarini olaylik. Berilgan guruhdagi o'quvchilar soni va hokazolar kattaliklar hisoblanadi. Yuqorida ko'rsatilganlarni hisobga olgan holda shuni aytish mumkinki, axborot

tizimini loyihalovchining eng muhim vazifasiga obyektlar va ularni tavsiflovchi ma'lumotlarni tanlash, ma'lumotlar orasidagi bog'lanishni o'rnatish kiradi. Axborot tizimi o'lchami va vazifasiga ko'ra obyektlar u yoki bu darajadagi o'zgaradigan ma'lumotlar bilan xarakterlanishi mumkin.

Shaxsiy kompyuterlar hisoblash texnikasi vositalarining yangi sinfini tashkil etadi. Ular axborotlarni qayta ishlashning yuqori kafolatlanishi, arzonligi, ixchamligi, turli amallarni bajara olishi, kam elektr quvvatini sarflashi bilan ajralib turadi. Bu xususiyatlar kompyuterlar asosida keng vazifalarga mo'ljallangan avtomatlashgan ishchi joylari (AIJ) ni yaratish imkonini beradi.

Kompyuterda ma'lumotlar omborini hosil qilish va ular bilan ishlash uchun maxsus dasturlar yaratiladi. Keyingi yillarda chiqarilayotgan kompyuterlarda amal bajarish tezligining juda kattaligi (100 mlrd/s) va uning uning xotirasi kengayganligi (40 – 60 Gb) katta imkoniyatlarga ega bo'lgan ma'lumotlar omborini yaratish imkonini bermoqda. Kompyuterda ma'lumotlar omborini yaratish va uni ishlatishni belgilovchi ikkita omil mavjud: birinchi omil – qanday mazmunga ega bo'lgan ma'lumotlar (ya'ni ularni tashkillashtirish) va ikkinchisi – yig'ilgan ma'lumotlardan qanday foydalanish kerakligidir. Masalan, xodimlar ro'yxatini qayta ishlovchi turli xildagi dasturlar mavjud. Lekin bunday dasturlar biror kishining familiyasini izlash yoki haqda biror ma'lumotni topishga (ajratishga) qarab bir-biridan jiddiy farq qiladi. Budan tashqari, har ir berilgan soha uchun o'zining dasturi ishlab chiqilishi kerak. Masalan, kimyoviy moddalar haqidagi ma'lumotlar ombori uchun mo'ljallangan dasturlar aviapassajirlar ro'yxatini qayta ishlash uchun umuman yaroqsizdir.

Ma'lumotlar omboridan foydalanish uchun maxsus dasturlar yaratiladi va bunday dasturlar ma'lumotlar omborini boshqarish tizimi deb ataladi. Ma'lumotlar omborida axborotlar asosan matn va raqam ko'rinishida saqlanadi.

Ma'lumotlar omborini boshqarish tizimi vazifasiga ma'lumotlar omborini boshqarishning quyidagi xususiyatlari kirishi mumkin:

- Ma'lumotlar omboriga kirish: foydalanuvchining talabiga javoban axborot turidan qat'I nazar unga qulay ko'rinishda javob berish.
- Ma'lumotlarni modifikatsiyalash: berilgan axborotni foydalanuvchi talabiga mos holda (texnik imkoniyatlari hisobga olingan holda) o'zgartirish.
- Ishonchlilik darajasi: qurilmalar tasodifan to'xtatilganda ma'lumotlar omborining qayta tiklanish qobiliyati.
- Ma'lumotlarni himoyalash: ma'lumotlar omboridan ruxsatsiz (sanksiyasiz) foydalanishning cheklanganligi.
- Ma'lumotlar omboridan tarmoqda foydalanish: ma'lumotlardan bir vaqtda bir necha kishining bir-biriga xalaqit bermasdan foydalanishi.

Ma'lumotlar omborini boshqarish tizimi o'zining ma'lum ko'rinishidagi ichki tuzilishiga, amalgam oshiruvchi amaliy dasturlarga ega bo'lishi kerak. Bunday dasturlar ikki turga: integrallashgan (umumlashtirilgan) va paketli dasturlarga ajratiladi.

Integrallashgan dasturlar avtomatlashgan ishchi joylari yaratishning asosini tashkil etadi. Bunday tizimlar quyidagilarni amalgam oshirishni ta'minlaydi: muammoli yo'naltirilgan axborotlarni kiritishning qulayligi oldin kiritigan axborotlardan foydalanishning yengilligi murakkab strukturali hujjatlarni qayta ishlash va shakllantirish shaxsiy kartotekalar, ishchi kalendarlar, yozuv daftarlari va boshqa vositalarni yaratishning mumkinligi.

Hozirgi kunda integrallashgan dasturlarga nisbatan paketli dasturlar ko'proq foydalaniladi. Keng tarqalgan paketli dasturlarga matnli axborotlarni qayta ishlash (Word), "Elektron jadvallar" va ma'lumotlar omborini qayta ishlash tizimlari misol bo'ladi. Keng tarqalganligi bo'yicha "Ishchi grafiklar" tizimi va kommunikatsiya tizimlari keyingi o'rinda turadi.

Ma'lumotlar ombori haqida tushuncha.

Inson o'z hayoti davomida ko'plab axborotlar bilan ishlaydi. Ular biron-bir narsa yoki jarayonga aloqador (masalan, tabiyat, jamiyat, ular orasidagi munosabatlar va hokazo) ma'lumotlar bo'lishi mumkin.

Narsa yoki jarayonni o'rganishda ularni obyekt deb atash qabul qilingan. Har bir obyekt o'ziga xos xususiyatlarga ega. Obyektlarni o'rganish jarayonida ular haqida ma'lumotlar yig'iladi, saqlanadi, qayta ishlanadi va uzatiladi. Axborotlarni yig'ish, saqlash, qayta ishlash va uzatishning ko'plab usullari mavjud. Kompyuterlar yaratilgunga qadar axborotlar bilan ishlash, asosan qog'ozda amalgam oshirilgan edi. Masalan, ma'lumotlar yig'ma jildlarda saqlangan, ularni uzatish esa odatdagi pochta orqali amalga oshirilgan. Hozirgi kunda ham bu usuldan voz kechilganicha yo'q. Lekin bugungi kunda, ya'ni axborotlar asri davrida katta hajmdagi ma'lumotlarni odatdagi usullar orqali qayta ishlab bo'lmaydi. Ma'lumki, axborotlarni saqlash, qayta ishlash va uzatish kompyuterining asosiy vazifalaridan biridir.

Kompyuterda ham axborotlarni turli usulda saqlash mumkin. Masalan, matn muharrirlari va protsessorlari (Blknot yoki MS Word dasturlari) yordamida katta hajmdagi axborotlarni saqlash mumkin. Lekin axborotlarni matn muharrirlari yoki protsessorlari yordamida saqlash va ular bilan ishlash axborotlarni qog'ozda saqlash va kerakli ma'lumotlarni izlash bilan deyarli teng. Ikkinchi tomondan, katta hajmdagi ma'lumotlar ichidan kerakli ma'lumotni tezda topish uchun bu ma'lumotlarni ma'lum bir tartibda saqlash talab etiladi. Ma'lumotlar bilan ishlashda kompyuter imkoniyatlaridan foydalanib, u holda barcha ishni avtomatlashtirish mumkin. Lekin shunda ham avval barcha ma'lumotlarni kompyuter xotirasiga kiritib olish zarur. Bugungi kunda ma'lumotlar bilan ishlashni kompyuterlar yordamida avtomatlashtirish deyarli barcha sohada qo'llanib kelinmoqda. Masalan, avtomobillar va ularning egalari haqidagi ma'lumotlar, fuqarolarning passport ma'lumotlari, shahar telefon ma'lumotnomalari va boshqalar.

Ma'lumotlar ombori o'zi nima? Ma'lumotlar ombori – aniq bir sohaga tegishli ma'lumotlarning strukturalangan va o'z nomiga ega bo'lgan majmui. Ma'lumotlarni strukturalash – ma'lumotlarni ma'lum xususiyatlari bo'yicha

birlashtirish. Masalan, korxonaning ma'lumotlar omborida quyidagi axborotlar saqlanishi mumkin: Korxonaning ishchi xizmatchilari haqidagi barcha ma'lumotlar. Korxonaning moddiy va texnik bazasi haqidagi ma'lumotlar. Omborlardagi zahiralar haqidagi ma'lumotlar. Tayyor maxsulotlar haqidagi ma'lumotlar va hokazo. Kompyuterlarda bu kabi ma'lumotlarni qayta ishlash uchun ma'lumotlar strukturasi belgilab olish kerak. Ma'lumotlar omborini tashkil etishda axborotlarni saqlash talab qilinadi. Ma'lumotlar omborida ustunlar Maydon , satrlar – Yozuv, Maydon va yozuvlar kesish katakchalari esa - Rekvizit deb yuritiladi. Maydon – ma'lumotlar ombori strukturasi belgilaydi. Yozuv – o'zaro mantiqan bog'langan maydonlar majmui bo'lib, biror obyektning asosiy xususiyatlarini ifodalaydi. Ma'lumotlar ombori strukturasi to'laroq tushunib olish uchun bir misol ko'ramiz. Ma'lumot kiritilmagan birgina maydonlar belgilangan 9-sinf o'quvchilari haqidagi bo'sh ma'lumotlar omborini tasavvur qiling. Ma'lumotlar omborini tashkil qilish uchun quyidagicha jadval tuzib olinadi. Ma'lumotlar toifasi – bu o'zgaruvchilarning turi va xotiradan qancha joy egallashini belgilab beruvchi kerakli omil. Foydalanilgan o'zgaruvchiga to'g'ri tipni belgilash muhim vazifalardan biridir. Sababi bu orqali biz, yaratayotgan dasturimizda yuzaga keladigan ba'zi bir muammolarni oldini olishimiz, eng asosiysi vaqt tejalishi va dasturning xotiradan kamroq joy egallanishiga erishishimiz mumkin. C# dasturlash tili keng ko'lamdagi ma'lumotlar toifasini o'zida mujassamlashtirgan. Quyida bir nechta ma'lumotlar toifasiga birikkan holatda o'zgaruvchilarni hosil qilishni ko'rishimiz mumkin.

References

1. Mamasidiqova, I., Husanova, O., Madaminova, A., & Tojimatov, I. (2023). DATA MINING TEXNALOGIYALARI METODLARI VA BOSQICHLARI HAMDA DATA SCIENCE JARAYONLAR. *Центральноазиатский журнал образования и инноваций*, 2(3 Part 2), 18-21.
2. Tojimatov, I. N., Mamalatipov, O. M., & Karimova, N. A. (2022). SUN'IY NEYRON TARMOQLARINI O'QITISH USULLARI. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(12), 191-203.
3. Nurmamatovich, T. I. (2021). RAQAMLI IQTISODIYOTNING GLOBALLASHUV JARAYONIDA IQTISOD TARMOQLARIDA QO'LLANILISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI. *Н34 Наука и инновации в XXI веке: Материалы Международной*, 291.
4. Tuychievich, B. M., & Nurmamatovich, T. I. (2021). ЖАМИЯТДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ. *Н34 Наука и инновации в XXI веке: Материалы Международной*, 189.
5. Kizi, A. Z. I., & Nurmamatovich, T. I. (2021). ZAMONAVIY DASTURLASH FANINI O'QITISHDA PYTHON DASTURLASH VOSITALARI YORDAMIDA AMALIY DASTURLAR YARATISHNING AHAMIYATI. *Н34 Наука и инновации в XXI веке: Материалы Международной*, 264.

PROSPECTS OF AUTOMATED SYSTEMS OF MONITORING AND METERING OF ELECTRICITY IN UZBEKISTAN

Topvoldiyev Nodirbek Abdulhamid o'g'li
Andijan Institute of Mechanical Engineering
Department of alternative energy sources
intern researcher
nadirbek.topvoldiyev@mail.ru

Abstract. Today, each kilowatt-hour of electricity should be worth as much as it is, taking into account its cost and acceptable profitability, and should be purchased by consumers and market entities in the amount that corresponds to their needs and economic capabilities. . Implementation of this situation requires the establishment of an electric energy system (EES) and a system that collects, processes and transmits information to a suitable data warehouse at each consumer. Therefore, the essence of the new metering of electricity produced and consumed should be based on automated systems of energy metering, in particular automated systems of monitoring and metering of electricity in ASMM ASMM .

Key words: ASMM , electrical energy system, IES, transformer , substation .

ASMM is a high-tech solution to the problems of calculating the electricity sold and received among the entities of the electricity market (commercial aspect), as well as for the purposes of determining irrational losses and unaccounted consumption of electricity throughout the entire technological chain of the energy system and consumers. designed to solve the issues of controlling the transfer of energy as a commodity.

ASMM provides an opportunity to provide indirect management of energy consumption through tariffs, direct management of electric loads in cases of their limitation, as well as management of mode interaction with consumers. The creation of generation, transmission, supply, production and other ASMM groups provides an opportunity to involve a wide range of subjects of the entire "production-transmission- distribution-supply-consumption" technological chain to manage EES regimes [3].

In this regard, in 2002, the "Concept of creating an automated system of commercial accounting of electricity at Uzbekenergo in modern economic conditions" was developed and approved. According to the concept, ASMM and its modernized options should be considered a distributed multi-level system of measurement, processing, storage and commercial accounting data and should be built on the principles of open architecture and distributed operation. The documents describing the information reports on the interaction with electric energy meters, data collection and transmission devices should be available to operators of commercial electricity metering systems, as well as to the main operator [4]. It can be seen that the subject of such interaction in the production and use of electricity and power in the company is the functional branch (FB) of

"Uzbekenergo" "Energosotish". With the beginning of the reform of the energy industry of Uzbekistan, the following independent economic entities were formed :

- open joint-stock companies for electricity production (IES, IEM OJSC);
- open joint-stock companies of electricity transmission, distribution and sale (ES OJSC) ;
- unitary enterprises for electric power transmission "Uzelektramok", HPP cascades, etc.

The subjects of the energy system of Uzbekistan currently use energy facilities designed and built without taking into account the technical requirements related to the operation of electricity accounting systems in the conditions of the operation of the energy market. Therefore, the following specific features of electricity metering systems built before 1991 are characteristic:

- requires replacement of a significant part of electricity meters with outdated and modern multi-function meters;
- voltage losses in measuring circuits of voltage transformers exceed standard values;
- values of loads of current transformers and secondary circuits of voltage transformers do not MEES regulatory requirements;
- meters are not available at some points of purchase and sale of electricity , which is contrary to the requirements of regulatory documents on commercial accounting of electricity;
- commercial electricity metering devices are not installed at all points of purchase and sale of electricity (subjects are not within the limits of the balanced affiliation of electric networks);
- data on electric energy losses are formed in moral and physical outdated calculation methods with large errors in data transmission and transformation;
- electric meters, voltage and current transformers of low accuracy classes operating in the non-linear zone with low sensitivity in case of significant power drops are used in measurement systems;
- operational and synchronized time data collection on electricity production and consumption is not carried out;
- communication channels for transferring data from electricity metering points to data collection and processing centers usually have low transmission speed or are non-existent.

The lack of theoretical developments in the field of commercial accounting of electric energy leads to a whole range of interconnected organizational and technical problems of measurements, processing and transmission of their results, determining balance components (accounting indicators), execution of accounting. makes the review relevant [5].

Such an analysis allows to determine the ways of improving the technological support of the use of electric energy and, as a result, to improve the activity of energy distribution. In order to make the energy system work more efficiently and organize modern interactions, all subjects of interaction use electric energy. it is

necessary to organize accurate and reliable, time-differentiated electricity and power accounting of operational data on production, transmission and consumption. This can be done only on the basis of modern ASMM s, which are used in all EES entities that generate, transmit and use energy supply companies and electricity consumers [2].

The creation of an automated information measurement system for accounting of electricity on a commercial basis allows solving the following issues that are relevant for EES of Uzbekistan:

- ensure commercial accounting of electric energy (active and reactive) within the limits of the balance of power grids and its entities at each accounting point;
- determination of actual electricity (active and reactive) produced by producers in the time interval accepted for calculations ;
- calculation of actual volumes of electric energy (active and reactive) coming to subjects of interaction ;
- increase the accuracy, reliability and efficiency of obtaining information about the production, transmission and consumption of electricity ;
- ensuring synchronization of measurements at all accounting points;
- automation of data collection, transfer and processing processes of accounting instruments ;
- increase the operational efficiency of power production, transmission and consumption regimes management;
- determination and estimation of all component balances of electricity ;
- improvement of electricity supply calculations;
- formation of optimal economic relations between producers, suppliers and consumers of electric energy (power) on the principle of state regulation and competition.

In the process of building an automated accounting system according to the concept, it is necessary to solve a number of organizational, technical and financial-economic issues, in particular, the following issues:

- to determine the exact amount of electricity produced, transmitted and consumed in the part of data collection, transmission and processing, as well as in the part of forming and using information between subjects of production and use of electric energy (later mutually subjects of influence) development of rules of interaction;
- bringing the current regulatory documents, which clearly define the requirements for electrical energy measuring equipment, into line with international and state standards;
- development of methods of determination and relations of electricity loss between subjects of cross-border interaction according to territorial characteristics;
- introduction of the necessary changes to the project solutions related to the current norms, as well as the principles and rules of installation of electricity accounting systems;

□ creation of a modern certification and metrological base in the process of operation, repair and service of meters, electricity metering systems, voltage transformers and current transformers at the production stage;

□ development, preparation or purchase of reference devices for meter verification;

□ creation of conditions for attracting investments and technologies to organize the general production of modern electricity metering systems and meters;

□ to determine the sources of financing for the construction of ASMM s, subjects of interactions in the development and consumption of electricity .

Suppliers of electricity, on the one hand, and between the level of control systems, on the other hand, is important for the implementation of the above-mentioned issues . High-frequency communication channels on power lines , physical lines, dedicated and switched telephone channels, radio channels, optical fiber channels, satellite communication channels, etc. can be used as communication channels in ASMM . ASMM communication channels can be specially created or separated from communication channels intended for working with other technical systems of entities at the request of ASMM .

The analysis of the work of electric energy induction system meters used in the networks of the energy supply organizations of the Republic of Uzbekistan, carried out in the period of 1950-2000 , shows that these devices have the following shortcomings:

□ low level of accuracy that does not meet the requirements of the modern level (the average static error of the instruments with induction systems used is 10-12% towards the deficit);

□ the possibility of unauthorized interference with the operation of counter mechanisms for the purpose of reducing the indicators and reducing the accuracy of operation;

□ low sensitivity of induction system meters leading to different deficit values (both in the facilities of energy companies and in consumer networks);

□ the increased prices of meter components necessary for restoration of serviceable devices working capacity in recent years (1998-2002) ;

□ opportunities to falsify the readings of meters used in consumer networks in order to reduce the payment for the energy used.

In order to prevent the above- mentioned shortcomings, in order to improve the economic situation of "Uzbekenergo" JSC and energy supply organizations, it is necessary to carry out the following works step by step.

□ for all categories of consumers - modern electricity metering devices that do not allow external intervention and allow automatic disconnection of consumers from electricity sources in case of overdue debts;

□ In the enterprises of JSC "Uzbekenergo" - integrated systems for accounting for electric energy consumption, which ensure the remote accounting of

consumed electricity and timely and complete payments, their use and transportation in networks loss control.

In order to analyze the effectiveness of the use of introduced single-phase electronic meters, the consumers who are being studied have induction meters of 2-2.5 accuracy classes, about the level of change in electricity consumption in November 2008 compared to November 2007. information was used. It should be noted that the annual average values of electricity consumed in the period of 2004-2008 were determined at each enterprise of the electric network.

Analyses show that after the introduction of modern electronic meters, the average consumption of electricity in single-phase networks increased by 25-30%, which showed the effectiveness of their use in household and small power consumers [1].

Thus, only in 2005-2008, more than 3 billion soums were obtained in the republic due to the introduction of modern accounting devices, which are the installation of ASMM elements in the sale of electricity to consumers in fixed volumes. The cost of installation of modern electricity meters at consumers was 95,000 soums for one point, taking into account additional devices for the purpose of ASMM -remote polling and influencing the meters.

and control of electricity consumption . Counters can be equipped with a disconnecting relay, differential current sensors and low-voltage modems for data transmission on the 0.4 kV network, according to the wishes and needs of the energy supply organization.

provide accounting and control of electricity consumption .

Taking into account the above, the following scheme of organization of accounting networks is implemented:

□ meters should be installed in consumers in such a way that all consumers are supplied from this line or from the transformer substation. In multi- storey buildings, a compact is installed in one box, and energy is supplied to the consumer via an individual cable through the meter. Thus, the authorization of consumers to the meters is prevented, the authorization of the monitoring staff to the instrument indicators is facilitated, the next modification of the accounting system is being prepared for the automatic transmission of information in the energy supply organization;

□ routers are installed in 0.4 kV transformer substations, and consumers connected to their network are directly connected to single- and three-phase meters of class 1.0, as well as "balanced" three-phase meters installed at the nodal points of the network provides meter services (inputs of multi-storey buildings and enterprises, connections of individual builders). "Balanced" three-phase meters of class 0.5 with transformer connection are installed in transformer substations ;

□ data from the routers is transmitted to the district center of energy supply through appropriate communication lines, including the line using the city ATS network.

When the district center is located near the district substation, a 6-10 kV network can be used for data transmission. Reception, processing and storage of information is organized in the center, work with consumers is carried out. It is planned to install a mnemonic card device of the district for the convenience of using information, accepting solutions and controlling them. It displays operational information about accidents, network failures, disconnection and connection of consumers. The district center information is transmitted to the energy accounting center for further aggregation. In a similar way, information from the city center can be transmitted to the regional or republican center.

Reference

1. Alijanov.D.D., Yo'lchiev.M.E., Islomov.D.D., Topvoldiyev.N.N. (2022). PREVENTING ACCIDENTS AND ACHIEVING ECONOMIC EFFICIENCY THROUGH A MULTI-FUNCTIONAL DEVICE IN SUBSTATIONS WITH A VOLTAGE OF 110/35/6 KV. *Theoretical & Applied Science*, 1001-1006.
2. Muhtorovich, K. M., & Abdulhamid o'g'li, T. N. (2022). DETERMINING THE TIME DEPENDENCE OF THE CURRENT POWER AND STRENGTH OF SOLAR PANELS BASED ON THE EDIBON SCADA DEVICE. *Web of Scientist: International Scientific Research Journal*,3(5), 1902-1906.
3. Alijanov, D. D., & Topvoldiyev, N. A. (2022). PHYSICAL AND TECHNICAL FUNDAMENTALS OF PHOTOELECTRIC SOLAR PANELS ENERGY. *Theoretical & Applied Science*, 501-505.
4. D.D. Alijanov, N.A. Topvoldiyev. (2021). SOLAR TRACKER SYSTEM USING ARDUINO. *Theoretical & Applied Science*, 249-253.
5. Topvoldiyev Nodirbek Abdulhamid o'g'li, & Komilov Murodjon Muhtorovich. (2022). Stirling's Engine. *Texas Journal of Multidisciplinary Studies*, 9, 95–97

SAYOHATNOMALAR TREVEL JURNALISTIKANING ILK KO'RINISHI SIFATIDA

Niyozmetov Bunyodbek Qadamboy o'g'li

O'zbekiston jurnalistika va

Ommaviy kommunikatsiyalar universiteti magistranti

Annotatsiya. Travel jurnalistika jahonda ro'y berayotgan barcha jarayonlarda, yangi tendensiyalarni to'la-to'kis qamrab olishining imkoni yo'q, albatta. Lekin ayni vaqtda milliy o'ziga xosliklarini milliy o'ziga xosliklarini milliy manfaatlariga putur yetkazmagan holda ko'rib chiqish axborot jamiyati sari intilish jarayonida asqotadigan birmuncha samarali bo'lgan natijalarni belgilab olish bugungi jurnalistikamiz uchun zaruriy ishlab chiqarishdandir. Globallashuv va hozirgi turmush jarayonining keskin sur'ati, ilmiy-texnika taraqqiyoti, yangi axborot texnologiyalari hayotimizni, umuman jamiyatni jadal ravshan o'zgartirmoqda. Bunday sharoitda kishilik jamiyatining travel jurnalistlar oldiga qo'yadigan talablari ham o'zgarmoqda. Global axborot makonda esa travel jurnalistlar ham siyosatchi, ham davlat arbobi, ham millat himoyachisi va xalqlar o'rtasidagi madaniy aloqalarni o'rnatuvchi ko'priksifatida faoliyat yuritmoqchi joiz.

Kalit so'zlar: Trevel jurnalistika, sayohatnoma, mif, sayyoh, yo'l ocherki.

Insonning tabiiy ehtiyojlari qatorida ma'naviy ehtiyoji ham doimo yonma-yon turadi. Ovqat yeyish, kiyim kiyish, uxlash, umuman harakat qilish qanchalik muhim bo'lsa, shu jarayonda insonning o'zini o'rab turgan olamni bilishga qiziqish ham ortib boraveradi. So'nggi paytlarda odamlarning sayohatga bo'lgan ehtiyoji ortdi. Bunga birinchi sabab, kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanganligidir. Ilgari odamlar boshqa shaharlar, mamlakatlar, diyorlar haqida faqat kitoblardan o'qigan bo'lsa, XX asrga kelib kinomotogarfiya tufayli tabiat tasvirlari, chiroyli joylar haqida tasavvurga ega bo'ldilar, televideniyaning yaratilishi esa boshqa yurtlar haqida vizual axborotlar auditoriya xabardorligining ortishiga sabab bo'ldi. Butunjahon o'rgimchak to'ri – Internetning paydo bo'lishi orqali odamlar o'zlari borgan joylari haqida axborot bera boshladilar. Boshqa tomondan buning ijtimoiy-siyosiy sabablari ham bor edi. O'zbekiston mustaqil davlat bo'lgandan keyin, qator davlatlar bilan diplomatik aloqalarni yo'lga qo'yib, to'g'ridan-to'g'ri istagan mamlakati bilan turli sohalarda o'zaro hamkorlik munosabatlarini amalga oshirish imkoniyatini qo'lga kiritdi. Ta'kidlash joizki, sayyohlik mamlakat iqtisodiyotini rivolantirishning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi.

Odamlar uzoq-yaqin o'lkalarni, unda yashayotgan xalqlarni, ularning turmush tarzini, nima bilan shug'ullanishlarini bilgisi, boshqa yerlarda sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni kimningdir ko'zi bilan bo'lsa-da "ko'rgisi" kelgani tufayli bu janrga ehtiyoj tug'ilgan.

Sayohatnomaning (yo'l ocherki) asosiy xususiyati - safar davomida muallif ko'rgan voqealarini, uchrashgan odamlari bilan qilgan suhbatlarini, turli shahar,

qishloq, mamlakatlardan olgan taassurotlarini ma'lum tizimga solib, muayyan nuqtai nazardan yoritishdir. Shundan kelib chiqib, yo'l ocherkning yana bir muhim xususiyati ko'zga tashlanadiki, u ham bo'lsa yo'l ocherkning ma'rifiy xarakterga ega ekanligidir.

Dastlab shaxsiy mayl, istak tufayli safarga chiqish keyinchalik atrofni, olamni bilishga qiziqish, aniq maqsad bilan almashdi, hozirga kelib u butun bir mamlakat qiyofasini aks ettiradigan soha, yo'nalishga aylandi. Davlatlarning tashkil topishi va shaharlarning taraqqiyotiga qarab odamlar yangi hududlarni bosib olish yoki tinch yo'l bilan, ya'ni u yerga oldindan ayg'oqchilarni – ko'pincha buning uchun savdogar, dengizchi va shunchaki joyini o'zgartirishni xohlagan sayohatchilarni yuborishgan. "Sayohat" davomida milliy o'zligini anglab yetganlar, "begona"dan "o'zi"ni farqlay boshlaganlar. Sayohatda esa nafaqat yangi makonlar kashf etiladi, balki yo'lovchi ko'rgan-kechirganlari, taassurotlarini kimgadir aytadi, safar davomida chekkan mashaqqatlarini kim bilandir bo'lishgisi keladi.

Yo'l ocherk (safarnoma) dastlab sayohatnoma – ommabop adabiy janrlari ta'sirida paydo bo'ldi va shakllandi. Adabiyotshunos va madaniyatshunos U.A. Stetsenko o'zining "Safarda yozilgan tarix" nomli tadqiqotida ta'kidlaganidek: "Barcha mif, afsona va xalq og'zaki ijodi namunalari asosida safar mavzusi yotadi". Ana shu muayyan manzilga qilingan safar yo'l ocherki (safarnoma)ning boshqa ocherk turlaridan farqlab turuvchi asosiy xususiyati hisoblanadi.

Qadimgi misr qo'lyozmalarining guvohlik berishicha, "Halokatga uchragan kema haqidagi ertagi"² sayohatnomaning dastlabki namunalaridan biri hisoblanib, unda sayohatga chiqqan qahramonlarning "o'zi" va "begona" olam o'rtasidagi qarama-qarshiliklari batafsil hikoya qilinadi. Mazkur asar qadimda qator sayyohlarning yozilajak asarlariga asosiy manba bo'lib xizmat qilgan. Tabiiyki, safar bilan bog'liq rang-barang sarguzashtlar, ko'z ko'rib, quloq eshitmagan voqealar, turli xavf-xatarlar, qiyinchiliklar, dushmanga qarshi kurashlar haqida xalq og'zaki ijodi namunalari bo'lgan afsonalar, rivoyatlar qiziqarliligi, sarguzashtga boydigi bilan hamisha o'quvchilarni o'ziga jalb etgan. Bunday mazmundagi sayohatnomalar adabiy janr sifatida, ayniqsa antik davrda keng tarkalgan. Ularning eng mashhurlariga misol tariqasida "Odisseya" va "Iliada" afsonalarini keltirish mumkin. Umuman, badiiy-publitsistika bo'yicha tadqiqot olib borgan mutaxassislarining fikricha, aslida barcha sayyohatnomalar (yo'l ocherklari) Homerdan boshlangan, ya'ni muallif ishtirokidagi badiiy-hujjatlilik va to'qima yo'l ocherklari, xatlar, esselar, yo'l lavhalari va b.qalarni keltirish mumkin. Amerikalik madaniyatshunos olim Mak Kennen o'zining "Sayyoh. Bo'sh vaqtni o'tkazishning yangi nazariyasi" nomli kitobida sayohatning asosiy maqsadi – " boshqa makon

² McQuail D. Mass Communication theory. London: Sage Publicatios, 1996. P. 65. Цит. по: Зернецкая О.В. Новостийные медиа в политическом дискурсе // Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2./ Сост. и общ. ред. И.Ф.Ухвановой-Шмыговой..Минск, 2000. С.137.

va zamon, begona yurt, tarix, madaniyatdan o'z-o'zini izlash va o'zligini anglash"³, deb aytgan edi. Demak, bu yo'l ocherkining ham asosiy maqsadi hisoblanadi.

Ta'kidlash joizki, ocherk turarli ichida yo'l ocherki o'ziga xos mavqega ega bo'lib, u publitsistikaning eng qadimiy janrlaridan hisoblanadi. Sayohatnomalar(yo'l ocherki)ning X-XI asrlarda paydo bo'lgan namunalaridan badaxshonlik Nosir Xusravning fors tilida yozilgan "Sayohatnoma"si, arab sayyohi Ibn Batutaning ko'rgan-kechirganlari tasvirini mana shu janrga mansubdir. O'zbek tilida yo'l ocherkining talaygina unsurlarini Zahiriddin Muhammad Boburning "Boburnoma" asarida uchratish mumkin. Adabiyotning janri hisoblangan she'riy sayohatnomalarga Muqimiyning "Sayohatnoma"si singari asarlar yorqin misol bo'la oladi. Rus sayohatnomalari (yo'l ocherki)ning rivojiga N.Novikov, A.Bestujev, A. Pushkin, Goncharov, A.Chexov kabi yozuvchi va publitsistlar hissa qo'shganlar. Xususan, A.Pushkinning "Arzrumga sayohat", A.Chexovning "Sibir bo'ylab", "Saxalin oroli", Goncharovning "Pallada" kabi yo'l ocherklari mashhurdir. Demokratik ruhdagi rus yozuvchilarining yo'l ocherkiga xos xususiyatlardan biri ularning yozganlarida voqea-hodisalarga g'oyaviy jihatdan munosabat bildirish yetakchilik qilgan. Shunchaki ko'rgan, eshitgan narsasini g'oyaviy maqsadsiz qayd qilishni, ya'ni ijtimoiy hayotni munosabatsiz tasvirlashni behuda mashg'ulot deb sanaganlar. Rus demokrat yozuvchisi Gersening "Janob Vedrinning yo'l bitiklari» ("Путевые записки г. Вёдрина") felyetonida bunday ocherklar ustidan kulingan. Demak, ular muallifning dunyoqarashi, nuqtai nazari yo'l ocherkiga materiallarini tanlashda asosiy mezon deya hisoblaganlar.

Tabiiyki, yaxshi yo'l ocherki muallifning safar davomida ko'rgan voqealarining shunchaki bayoni berilmaydi. Qolaversa, jurnalistning o'zi ham hamma ko'rganini nashrga berishni o'ziga ep ko'ravermaydi. Ocherknavis eng muhim va eng qiziqarli voqealarni saralab olishi, buning uchun ijodiy safar davomida aytmqochi bo'lgan asosiy fikrni, g'oyani va uni yoritishdan ko'zlangan asosiy maqsad bilishi zarur. Asosiy g'oya yoki muallif aytmqochi bo'lgan fikr balki safarga borishdan oldin, safar davomida yoki keyin paydo bo'lishi mumkin. Unga jurnalistning shaxsiy kuzatuvlari, olingan yana yangi axborot, ma'lumotlar orqali gazeta, jurnal, radio va televideniye ko'rganlari haqida yangi tasavvur bo'ladi. XX asrning boshlarida o'zbek milliy matbuoti paydo bo'lgach, unda chop qilingan sayohatnomalar (yo'l ocherki)ning g'oyaviy maqsadi, mazmun-mundariyasi ham tamoman o'zgardi. Odatda, bunday ocherklarning "vujudi"ga mustabidlik kishani solingan mahalliy aholining erki, mustaqilligi uchun kurash, uni baxtli hayotga erishtirish g'oyasi singdirilgan. Mahmudxo'ja Behbudiyning 1914-1915-yillari "Oyina" jurnalida chop etilgan "Sayohat xotiralari" yo'l ocherkida taraqqiyparvar (jadidlar)ning ilgari surgan g'oyalari o'z aksini topgan. Eng avvalo, qaysi mamlakat yoki shahar haqida so'z yuritsa, u yerdagi maktab-madrasalar, madaniyat va matbuot to'g'risida ma'lumot beradi, mulohazasini bildiradi. Bu jadidlarning o'z davrida tamadduniyatning ushbu unsurlarini ijtimoiy

³ Mac Cannen D. Tourist. A new theory of leisure class. - N.Y., 1976. - 217 p.

taraqqiyotning asosiy belgilaridan biri sifatida qabul qilganini ko'rsatadi. Muallif turkmanlar yashaydigan cho'llardan o'tib borarkan, ularning turmush tarziga e'tibor qaratadi: "Yo'l ustidagi turkmanlarni boshindagi(uzunligi uch yarim qarish, eni ikki qarishdan ziyoda) telpagidan boshqa ko'rgu yeri yo'q, faqat hanuz belidagi aksariyat ila xanjari bordur. Ammo alar xanjar o'rnig'a qalam tutish zamoni kelganini bilmaydurlar. Ko'z oldidagi madaniyat asari bo'lgan shahar va otash arobadan ibrat olmaydurlar".⁴

Hajga borayotgan rus, musulmon, yahudiy hojilarining ahvolini qiyoslarkan, muallif yozadi: "Yahudiy hojilarning ahvoli rus hojilaridan yaxshi va ammo bizning musulmon hojilarining ahvoli og'irdur. Til bilmaslik, pulsiz hajg'a qasd qilmoq va pulliklarning xaysu chirkinligi(xasisligu iflosligi) yana mashaqqatini ziyoda etar".

Shu tariqa, Mahmudxo'ja Behbudiy zamonaviy ko'rinishdagi yo'l ocherki (sayohatnomasi)ni yaratdi. Unda muallifning pozitsiyasi, nuqtai nazari yorqin aks etishi bilan birga, realistik (haqqoniy) tasvir ustuvorlik qiladi.

Xulosa o'rinda shuni aytish mumkinki, Travel jurnalistika (sayohatnoma yoki yo'l ocherki) - safar davomida muallif ko'rgan voqealarni, uchrashgan odamlar bilan qilgan suhbatlarni, turli shahar, qishloq, mamlakatlardan olgan taassurotlarini ma'lum tizimga solib, muayyan nuqtai nazardan yoritishdir; O'zbek matbuotida sayohatnomlar dastlab "Turkiston vilotining gazetisi"da paydo bo'ldi; Qadimgi Misr qo'lyozmalarining guvohlik berishicha, "Halokatga uchragan kema" haqidagi ertagi sayohatnomaning dastlabki namunalaridan biri bo'lib, unda sayohatga chiqqan qahramonlarning "o'zi" va "begona" olam o'rtasidan qarama qarshiliklarni batafsil hikoya qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. McQuail D. Mass Communication theory. London: Sage Publicatios, 1996. P. 65. Цит. по: Зернецкая О.В. Новостийные медиа в политическом дискурсе // Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов
2. Introduction to Journalism Student Activities Book, by Dianne Smith, MJE, 2010.
3. Behbudiy. Tanlangan asarlar. T.1997.
4. Abdulla Avloniy. Afg'on sayohati. Kundaliklar."Sharq yulduzi", -T.1990. №7

⁴Behbudiy M. Sayohat xotiralari // Oina. 1914. 34-son. - B. 812

PYTHON VA TENSORFLOW YORDAMIDA SUN'IY INTELLEKT DASTURINI YARATISH TEXNOLOGIYASI

Zulunov R.M.

fizika-matematika fanlari nomzodi, dotsent

Ermatova Z.Q.

o'qituvchi, Toshkent axborot texnologiyalari universiteti Farg'ona filiali

Annotatsiya. Ushbu maqolada fotosuratlardagi tasvirlarni ajrata oladigan murakkab sun'iy intellekt ilovasini ishlab chiqishni ko'rib chiqilgan. Neyron tarmog'ining asosiy tamoyillaridan foydalanib, yuklangan tasvirlarini taniy oladigan murakkab loyiha yaratilgan.

Kalit so'zlar. Susun'iy intellekt, neyron tarmoq, tasvirlar, Python kutubxonalari, Google xizmatlari.

Аннотация. В этой статье рассматривается разработка сложного приложения искусственного интеллекта, которое может отличать изображения от фотографий. Используя базовые принципы нейронной сети, был создан сложный проект, способный распознавать загружаемые изображения.

Ключевые слова. Искусственный интеллект, нейронная сеть, изображения, библиотеки Python, сервисы Google.

Abstract. This paper considers the development of a sophisticated artificial intelligence application that can distinguish images from photographs. Using the basic principles of a neural network, a complex project was created that can recognize uploaded images.

Keywords. Artificial Intelligence, Neural Network, Images, Python Libraries, Google Services.

Sun'iy intellekt va mashinali o'qitish texnologiyalarini turli sohalarda joriy etish jamiyat taraqqiyotining hozirgi sur'atlarida dolzarb talabga aylandi. Turli intellektual texnologiyalarning integratsiyasi bu davrda asosiy omil hisoblanadi. Python dasturlash tilini sun'iy intellekt va mashinali o'qitish texnologiyalarini tatbiq etishda qo'llanilishi kengayib bormoqda.

Python o'zining doimiy yildan-yilga rivojlanishi bilan ajralib turadi. Veb-ishlab chiquvchilar orasida Python tezda sun'iy intellekt (AI) va mashinali o'rganish (ML) tizimlarini ishlab chiqish uchun mo'ljallangan tilga aylandi. Sun'iy intellekt tizimlari muhandislar uchun imkoniyatlar olamini yaratdi.

Fotosur'atdagi tasvirlarni tanib olish sun'iy intellektning dolzarb masalalaridan biridir. Bu masalani hal etish uchun Python tilining quyidagi kutubxonalari qo'llash mumkin:

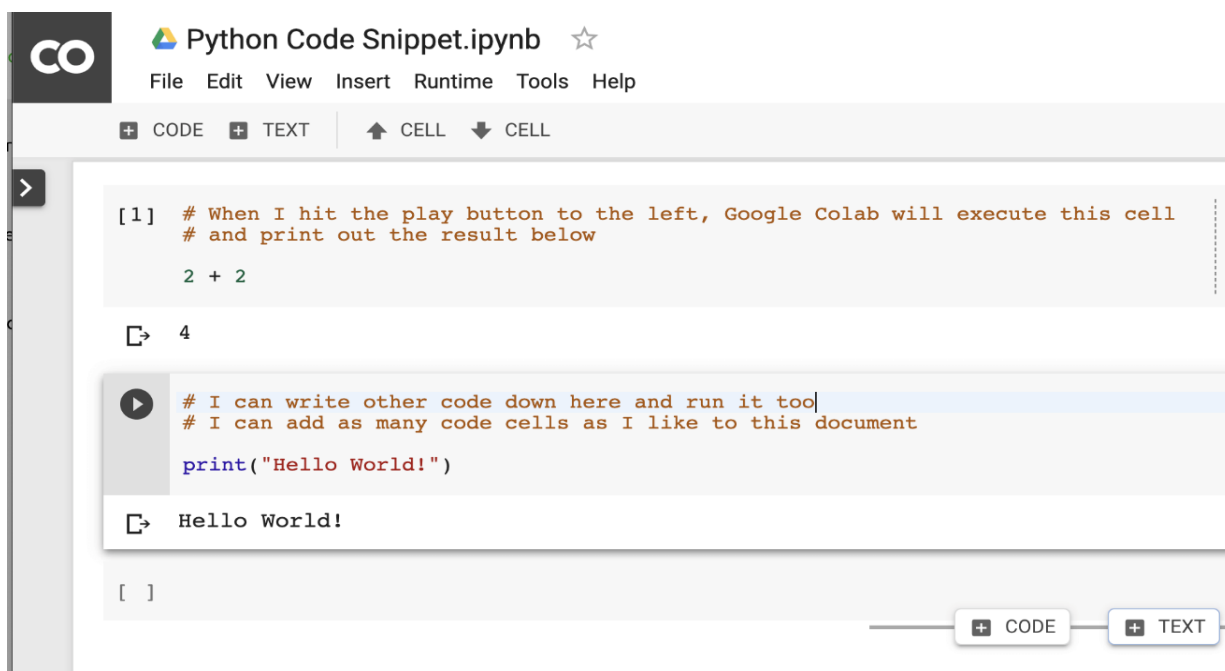
- Numpy - bu massivlar bilan ishlash uchun ko'plab funktsiyalarni qo'llab-quvvatlash imkonini beruvchi kutubxona bo'lib, shuningdek, ko'p o'lchovli massivlar bilan ishlash uchun mo'ljallangan yuqori darajadagi matematik

funksiyalarni qo'llab-quvvatlaydi. Neyron tarmoqlar matematika, massivlar va ma'lumotlar to'plamlari bo'lganligi sababli, Numpy ajralmas hisoblanadi.

- Tensorflow kutubxonasidan ham foydalanamiz. U Google tomonidan yaratilgan va neyron tarmoqni qurish va o'qitish muammolarini hal qilish uchun xizmat qiladi. Shu sababli, neyron tarmoqni o'rgatish jarayoni faqat Numpy yordamida yozishdan ko'ra biroz osonroq.

- Matplotlib kutubxonasi xam ishlatiladi. Ikki o'lchovli grafikalar bilan ma'lumotlarni qayta tiklash uchun xizmat qiladi. Unga asoslanib, siz grafikalar, tasvirlar va boshqa vizual ma'lumotlarni yaratishingiz mumkin, ular odam tomonidan ancha oson va yaxshiroq qabul qilinadi va vizual xususiyatlarga ega.

Ishlab chiqish muhiti sifatida biz Googlening maxsus xizmati Colabdan foydalanamiz. Colab odatda ixtiyoriy Python kodini yozish va bajarish imkonini beradi va ayniqsa mashinali o'rganish, ma'lumotlarni tahlil qilish va o'qitish uchun juda mos keladi.



Rasm 1. Googlening maxsus xizmati Colab ko'rinishi.

Colab butunlay bepul va kodni bloklarda bajarishga imkon beradi. Misol uchun, biz neyron tarmog'ini o'rgatayotgan kod blokini bajarishimiz mumkin va keyin biz har doim butun dasturni boshidan oxirigacha emas, balki faqat o'qitilgan neyron tarmog'ini sinab ko'rish uchun yangi ma'lumotlarni ko'rsatadigan kod qismini bajarishimiz mumkin. Ushbu tamoyil ko'p vaqtni tejaydi va shuning uchun biz Google Colab xizmatidan foydalanamiz.

Ushbu misolda neyron tarmoq fotosuratda mushuk yoki it tasviri bor-yo'qligini aniqlash imkoniyati yaratiladi. Loyihada dastlab kutubxonalar va sinflarni import qilinadi, Microsoft mushuklar va itlar tasvirlari ma'lumotlar to'plami yuklanadi. Keyin tasvirlarning o'lchamini o'zgartirish funksiyasi

yordamida ma'lumotlar to'plamidan olingan barcha tasvirlar hajmi kichraytiriladi. Modelni yaratish uchun asosiy qatlam va Neyron tarmoq modeli yaratiladi. Yuklangan to'plamdagi rasmlar asosida bitta iteratsiyada Neyron tarmoq treningi o'tkaziladi. So'ng rasmlarni yuklash funksiyasi yordamida foydalanuvchi tanib olish kerak bo'lgan rasmlarni yuklaydi. Va nihoyat barcha rasmlar birma-bir ko'rib chiqiladi va neyron tarmoqqa fotosuratda nima borligini aniqlash imkoniyati beriladi. Foydalanuvchi yuklagan rasmlar 'It' yoki 'Mushuk' sarlavhasi bilan ekranga chiqariladi.

Loyihani amalga oshirish uchun quyidagi kod tatbiq etiladi:

```
# Kutubxonalar va sinflarni import qilish
import Numpy as np
import tensorflow as tf
import tensorflow_datasets as tfds
from tensorflow.keras.preprocessing.image import load_img, img_to_array
from tensorflow.keras.layers import Dense, GlobalAveragePooling2D,
Dropout
import matplotlib.pyplot as plt
from google.colab import files
# Microsoft ma'lumotlar to'plamini yuklash
train, _ = tfds.load('cats_vs_dogs', split=['train[:100%]'], with_info=True,
as_supervised=True)
# Tasvirlarning o'lchamini o'zgartirish funksiyasi
OLCHAM = (224, 224)
def resize_image(img, label):
    img = tf.cast(img, tf.float32)
    img = tf.image.resize(img, OLCHAM)
    img /= 255.0
    return img, label
#Ma'lumotlar to'plamidan olingan barcha tasvirlar hajmini kichraytirish
train_resized = train[0].map(resize_image)
train_batches = train_resized.shuffle(1000).batch(16)
# Modelni yaratish uchun asosiy qatlam yaratish
base_layers =
tf.keras.applications.MobileNetV2(input_shape=(OLCHAM[0], OLCHAM[1], 3),
include_top=False)
# Neyron tarmoq modelini yaratish
model = tf.keras.Sequential([base_layers,GlobalAveragePooling2D(),
Dropout(0.2),Dense(1)])
model.compile(optimizer='adam',
loss=tf.keras.losses.BinaryCrossentropy(from_logits=True), metrics=['accuracy'])
# Neyron tarmoq treningi (bizning rasmlarimiz, bitta trening iteratsiyasi)
model.fit (train_batches, epochs=1)
#Rasmlarni yuklash funksiyasi
```

```
files.upload ()  
# Bu joyda yuklangan rasmlarning nomlari  
rasmlar = []  
# Barcha rasmlar birma-bir ko'riladi va neyron tarmoqqa fotosuratda nima  
borligini aniqlash imkoniyati beriladi  
for i in rasmlar:  
    rasm = load_img(i)  
    rasm_array = img_to_array(rasm)  
    rasm_resized, _ = resize_image(rasm_array, _)  
    rasm_expanded = np.expand_dims(rasm_resized, axis=0)  
    prediction = model.predict(rasm_expanded)  
    plt.figure()  
    plt.imshow(rasm)  
    label = 'It' if prediction > 0 else 'Mushuk'  
    plt.title('{}'format(label))
```

Xulosa qilib aytganda Python dasturlash tilining vositalari va maxsus Tensorflow, Numpy va Matplotlib kutubxonalaridan foydalanishi sun'iy intellekt texnologiyalari uchun dasturiy ta'minot yaratish uchun katta yordam beradi. Shu bilan birga, ilovalarni ishlab chiqishda Googlening maxsus xizmati Colab tomonidan qulay imkoniyatlar yaratiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. R. Zulunov. Preparing the educational process for the era of artificial intelligence. The journal of integrated education and research, Volume 1, issue 4, September 2022, p.261-263.
2. R. Zulunov. Use of artificial intelligence technologies in the educational process. Web of Scientist: International Scientific Research Journal (WoS), Volume 3, Issue 10, Oct., 2022, p. 764-770.
3. Р. Зулунов, Подготовка образовательного процесса к эпохе искусственного интеллекта. Periodica Journal of Modern Philosophy, Social Sciences and Humanities, 2022, Oct., 11, p. 81-83.
4. Р. Зулунов. Что такое искусственный интеллект и как он работает. Ta'lim_fidoyilari, 2022 noyabr 1 qism, 149-153 b.
5. R. Zulunov. Sun'yiy intellekt texnologiyalarini ta'lim jarayonida qo'llanilishi. Xorazm Ma'mun akademiyasi habarnomasi, 11/3 2022, 163-166 b.
6. Р. Зулунов, А.Тиллаволдиев. Использование технологий искусственного интеллекта в образовательном процессе. Periodica Journal of Modern Philosophy, Social Sciences and Humanities, 2022, v.12, Nov, p.137-142.
7. R. Zulunov, D.Irmatova. Sun'yiy intellekt texnologiyalaridan foydalanish. The journal of integrated education and research, 1(6), November 2022, p.53-56.
8. R. Zulunov, A. Tadjibaeva. Blended learning in higher education using LMS Moodle. Образовательный процесс, 2019, 5 (16), p. 5-9.

INBAUND MARKETING STRATEGIYALARI VA UNI BIZNESDA QO'LLASH AHAMIYATI

Akbarov Nodir G'afurovich

Ph.D, i.f.f.d.Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti
nodir.akbarov@tsue.uz

Kabulova Nurguzal Umirbek qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti
guzalumirbekovna@gmail.com

Qo'chqorova Gulrux Muxtarbekovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti
q.g.muxtarbekovna@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada potensial mijozlarni foydali kontent yaratish orqali jalb qiluvchi, raqamli marketingning bir shakli sifatida inbaund marketingning strategiyalari yoritiladi. Maqola doirasida inbaund marketing samaradorligini belgilovchi vositalar va strategiyalar, va uni biznes faoliyatida qanday yuritish ahamiyati tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: inbaund marketing, jalb qilish strategiyalar, qiziqtirish strategiyalari, mamnuniyat uyg'otish.

Kirish. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023-yil boshida butun dunyo bo'ylab jami 5.16 milliard kishi internetdan foydalanadi, bu butun dunyo aholisining 64.4 foiziga teng degani. Shuni ishontirib aytish mumkinki, bu ko'rsatkichlar o'sishi insonlarning xarid qilish usullari bilan birga o'zgaradi. Hozirgi bozorda faoliyat yuritayotgan biznes subyekting savdoni oshirish bo'yicha yo'llari faqat an'anaviy marketing staretiyalaridan foydalanish bo'lib qolmasligi kerak, ular auditoriyalar o'z vaqtini ko'p o'tkazadigan joyda bo'lishi lozim: internetda. Shuningdek, potensial mijozlarni topib ular bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish biznes subyektlariga raqamli marketingning inbaund marketing shaklidan foydalanishga majbur bo'lmoqdalar, bu esa kam xarajat bilan katta foyda keltirishi mumkin. Inbaund marketing kompaniya va uning istiqbollari yoki kompaniya mahsulotlariga ixtiyoriy ravishda qiziqish bildirgan mijozlar bilan (axborot byulletenlariga, bloglarga obuna bo'lish asosida) yaqin munosabatlarga asoslangan organik marketing shaklini ifodalaydi.

Mavzuning o'rganilganlik darajasi. "Inbaund marketing" termini 2005-yilda HubSpot bosh direktori Brayan Xalligan tarafidan o'ylab topilgan [1]. Inbaund marketing- mijozni brend bilan o'zaro munosabatlarga jalb qilish va xaridorga aylantirish imkonini beruvchi foydali kontent. Inbaund marketing an'anaviy marketing strategiyasi bo'lib qolgan outbound marketing (chiquvchi marketing)dan farqi nimada? Inbaund marketingning namoyondalari B.Xalligan va D.Shah fikrlariga ko'ra bunday umumiy nuqta nazar bilan qarashning yondashuvi

paydo bo'lishiga sabab, o'tmishda samarali ishlayotgan marketing tadqiqotining endi foyda bermayotganligi. Ularning xulosasi shunday edi: "Odamlar sotuvchilar tomonidan xalal berilmasliklarini va ularni ta'qib qilmasliklarini xohlashadi. Aksincha ularga ularga yordam berilishga muhtoj"[2]

Inbaund marketingning mohiyati kompaniya to'g'risidagi reklama xabarlarini bilan ularni ta'qib qilib, ularning javob reaksiyalarini kutish emas, balki potensial xaridorlar qiziqishiga erishish va kompaniya (kompaniya veb-sayti)ga jalb qilish. Potensial mijozlar e'tiborini jalb qilish yuqori sifatli kontentni ishlab chiqish va ushbu kontentni bir nechta onlayn kanallar, jumladan, qidiruv tizimlari va ijtimoiy media ulashish orqali erishiladi. Internet-marketingda "kontent" atamasi turli formatlarni anglatadi, jumladan yangiliklar, veb-maqolalar, videolar, elektron kitoblar, infografikalar, amaliy tadqiqotlar, qanday qilish bo'yicha qo'llanmalar, fotosuratlar va boshqalar.

Inbaund marketingning muhim elementi bu kompaniya veb-saytiga tashrif buyuruvchilarning to'liq veb-sahifalar ochilishi, obuna bo'lish shakllarini optimallashtirish va takliflar berish orqali ular bilan bog'lanish uchun aloqalariga ega bo'lish. Va bu o'z navbatida, e-mail marketing va mijozlar bilan munosabat boshqaruvini(CRM) qo'llash orqali xaridorni uzoq muddatli mijozga aylantirishga olib keladi.[3]

Metodologiya. Inbaund marketingni amalga oshirish negizida 3ta asosiy ustuvor g'oya yotadi.

E'tiborni tortish: qimmatli mazmundagi kontent va suhbatlar bilan kerakli odamlarni jalb qilib, ularning ishonchli maslahatchisi sifatida gavdalanish.

Qiziqtirish: ularning muammoli nuqtalari yoki qiynayotgan savollariga yechim taqdim qilish orqali mahsulot yoki xizmatni sotib olish ehtimolini oshirish;

Mamnuniyat uyg'otish: mijozning xarididan mamnuniyat yoki qoniqish hosil qilishiga yordam berish yoki ta'minlash.

Bu bosqichlarni amalga oshirish strategiyalari yana turlarga bo'linadi va har bir bosqichda qo'llaniluvchi vositalari mavjud.

Jalb qilish strategiyalari: bunda maqsadli auditoriyangizni jalb qilish uchun ular e'tiborini tortuvchi kontent yaratish bilan bog'liq sa'y-harakatlar yotadi. Potensial auditoriyaga erishish uchun ularga ahamiyat kasb etadigan blog maqolalari, kontent yaratish juda muhim. Bular sizning mahsulotingiz yoki xizmatigingizdan foydalanish bo'yicha qo'llanmalar, undan foydalanish orqali qanday manfaatga ega bo'lishi yoki qiynayotgan muammolariga yechim topishi haqidagi ma'lumotlarni, tovarga nisbatan mijozlar sharhlari yoki vaqti-vaqti bilan o'tkaziladigan aksiyalar yoki chegirmalarni o'z ichiga olishi kerak.

Inbaund marketing metodologiyasi asosida maqsadli auditoriyaga yanada chuqurroq kirib borish uchun qidiruv mexanizmlarini optimallashtirish (SEO) strategiyasi bilan jalb qilish texnikasini yanada rivojlantirish mumkin. SEO strategiyasini qo'llashda mahsulot yoki xizmatga, mijozlarning duch kelayotgan muammolariga va ularning yechimiga aloqador kalit so'zlarni topa olish eng katta talab qilinagan narsa. Bu sizning kontentingiz va ma'lumotlaringiz ushbu

ma'lumotni qidirayotgan odamlar uchun qidiruv tizimining natijalari sahifasida (SERP) organik ravishda paydo bo'lishiga imkon beradi va bu o'z navbatida maqsadli auditoriya yoki biznes uchun potensial mijozlarni shakllantiradi.

Qiziqtirish strategiyalari. Mijozlarni kompaniyaga bo'lgan qiziqishini uyg'otish uchun inbaund marketing marketingdan foydalanilgan vaqtda, maqsadli auditoriya siz bilan uzoq muddatli munosabatda qolish istagini uyg'otayotganingizga ishonch hosil qiling. Ular bilan savdo qo'ng'iroqlarida kompaniyangiz mahsulotini yoki xizmatini sotish emas, balki ularning muammolariga yechim sotish eng old maqsadingiz bo'lishi kerak. Bunday munosabatga asoslangan barcha bitimlar mijozlar va sizning biznesingiz uchun o'zaro manfaatli shartnomalar bilan yakunlanishini ta'minlaydi - ya'ni siz o'zingizga to'g'ri keladigan mijozlar uchun qiymat berasiz.

Mamnunlik uyg'otish strategiyalari. Bunda xarid qilingandan keyingi qo'llab quvvatlovlar, xizmatdan qoniqqanlik bo'yicha fikrlar bilan mijoz bialn doimiy bo'lishni nazarda tutiladi. Ushbu strategiyalar biznes jamoan a'zolarini istalgan vaqtda mijozlarga yordam beradigan maslahatchi va mutaxassislariga aylantirishni o'z ichiga oladi. Masalan, bunday vositalarga chatbotlar. Mijozlarga taklif qilingan yangi texnikani o'rnatishda yordam berish, bundan tashqari, qanchadir muddatdan keyin sotib olingan mahsulot yoki xizmat to'g'risida ularning fikr-mulohazalarini olish va yaxshilash bo'yicha g'oyalarni ko'rib chiqish uchun qoniqish so'rovnomalari yuborish shular jumlasidan. Mamnun mijoz brend himoyachisi va targ'ibotchisiga aylanadi, shuning uchun katta va kichik barcha o'zaro munosabatlarni ehtiyotkorlik bilan bajarish lozim. Hubspotning bildirgan fikriga ko'ra inbaund marketing strategiyalarini har birini amalga oshirishda o'ziga xos vositalardan foydalaniladi va ularning tarkibini quyidagicha bo'lishgan.

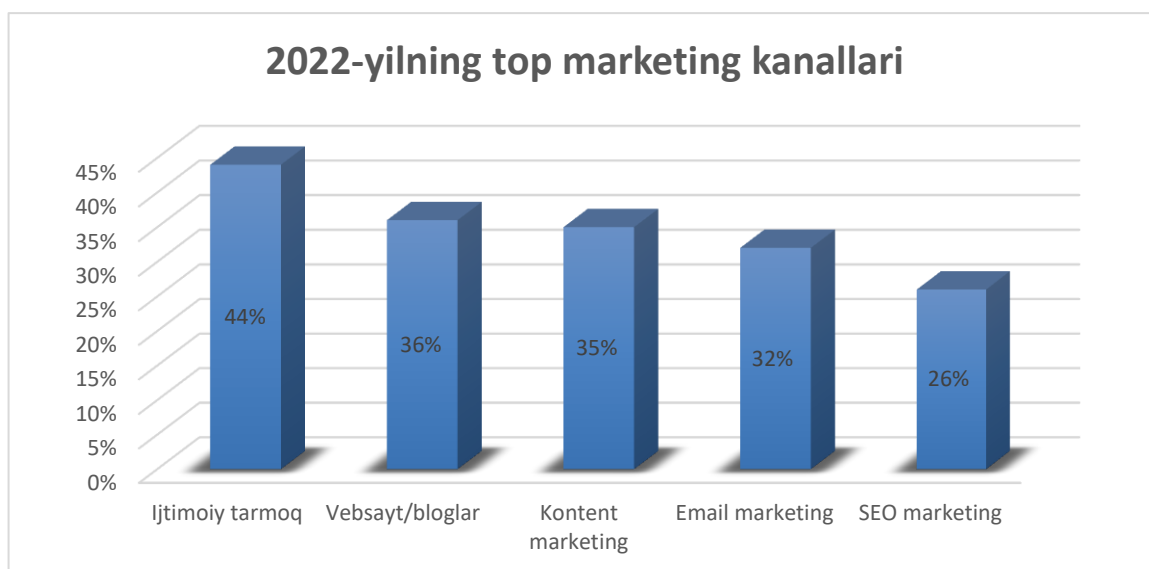
E'tiborni tortish vositalari	Qiziqtirish vositalari	Mamnunlikni hosil qilish vositalari
Reklama	Lidogeneratsiya	Email marketing
Video	Email marketing	Chat botlar
SEO(Qidiruvni optimillashtirish)	Avtomatlashtirilgan marketing	Tovar nisbatan ma'lumotlar
Bloglar, kontentlar		

1-jadval. Inbaund marketing strategiyalarini amalga oshirishda qo'llaniluvchi vositalar[4].

Tahlil va natijalar

Tahlil ma'lumotlarga ko'ra, an'anaviy marketing usullaridan foydalangan kompaniyalarga nisbatan blog yuritishni qo'llagan kompaniyalar mijozlardan 97% veb-sayt havolasini olishi aniqlandi. Inbaund marketingni faoliyatimizda qo'llash outbond marketing strategiyalarini qo'llashdan 61% arzonga tushar ekan. Biznesdan biznesga (B2B) sektordagi tashkilotlarda inbaund marketingning email

marketing vositasi ko'proq ishlashi, daromadning 59% shu usuldan foydalanish orqali kelishi ma'lum bo'lgan. Demand Gen Report tarafidan o'tkazilgan tadqiqotga ko'ra, biznesdan biznesga (B2B) iste'molchilarining 95 foizi biznes mazmunini bildiruvchi kontentlar ularda mahsulot ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi subyektlarga nisbatan ishonch uyg'otishiga asosiy omil deb ta'kidlashgan[5].



1-rasm. 2022-yilning top marketing kanallari. [6]

Hubspot Inbaund marketing tendensiyalari bo'yicha statistic ma'lumotlariga qaraydigan bo'lsak inbaund marketing strategiyalarini qo'llovchi kompaniya mahsulot yoki xizmatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni joylash bo'yicha kanallardan ijtimoiy media 46%, vebsayt yoki bloglarda berib borish 36%ni tashkil qilgan.

Xulosa

Inbaund marketing biznes uchun auditoriyani izlash, ularni manfaatini birinchi qo'ygan holda jalb qilishingiz va ular bilan doimiy aloqani o'rnatish, orqali ishonchli maslahatchi pozitsiyasida bo'lib, sodiq mijozlarga erishish. Inbaund marketing bu yaxlit bir tizim, biznesda foydalanishdan oldin shuni tushunish kerak, agar sizda bozorda kompaniya brendidan xabardorlikni oshirish, sotuv hajmini o'stirish kabi maqsad bo'lsa, boshqa marketing taktikalaridan foydalanganingiz ma'qul. Inbaund marketing bu sizga aniq mijozlar auditoriyasini jalb qilishga, va doimiy munosabatda bo'lishni ta'minlovchi aniq strategiyalar majmuini taklif qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Chouaib Dakouan, M., and M. Redouane Benabdelouahed. "Digital inbound marketing: particularities of business-to-business and business-to-customer strategies." Strategic Innovative Marketing and Tourism: 7th ICSIMAT, Athenian Riviera, Greece, 2018. Springer International Publishing, 2019.
2. Halligan, B., Shah, D., (2009), Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs. Wiley
3. E S Soegoto, T.Simbolon Inbound Marketing as a Strategy in Digital Advertising IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 407 (2018) 012183 doi:10.1088/1757-899X/407/1/012183
4. HubSpot State Inbound Strategy 2022 <https://www.hubspot.com/>
5. DemandGenReport: "2022 State Of B2B Marketing Technology", cited February 2023. <https://www.demandgenreport.com>
6. HubSpot State Inbound Strategy 2022 <https://www.hubspot.com/>

MEHMONXONA XIZMATLARIDA ISTEMOLCHILAR SODIQLIGINI SHAKLLANTIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI

Soliyeva Nilufar Muxtorjon qizi
nmsolieva@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada marketing faoliyatining ahamiyati va uning mehmonxona faolitatida qanchalik muhim rol o'ynashi iste'molchilar sodiqligini shakllantirish va ishlab chiqaruvchi tomonidan tizimli yondashilgan holda, shuningdek marketing strategiyasini ishlab chiqishda xizmat ko'rsatuvchi bozorni segmentlarga bo'lib chiqish zarurligi ilmiy isbotlab berilgan.

Kalit so'zlar: marketing, joylashtirish vositalari marketingi, bozor segmentatsiyasi.

Har bir mehmonxonaning o'ziga xos tashkiliy madaniyati bo'lishi kerak. Yuqori darajadagi mehmonxonalarda har bir xodim ushbu madaniyatning egasi sifatida ishlaydi. Agar mehmonxonaning madaniyati yuqori bo'lsa, unda tashkilotning o'zi va uning xodimlari umuman ishlaydi. Yuqori xizmat ko'rsatish madaniyati xodimlarni mijozga e'tibor berishga undaydi. Umumiy madaniyati past bo'lgan mehmonxonalar oddiy xizmat ko'rsatish standartlariga rioya qilmaydi. Mehmonxona menejrlari yaxshi ishchilarni jalb qilish va ushlab turish uchun marketing tamoyillarini qo'llashlari kerak. Samarali ishlash uchun xodimlar muntazam ravishda o'z tashkilotlari haqida ma'lumot olishlari kerak (qoida tariqasida, xodimlar mehmonxona barida yoki restoranda menyu haqida ma'lumotga ega emaslar). Mehmonxonada yangi ishchilarni jamoada ishlashga tayyorlash va kadrlar almashinuvini kamaytirish uchun o'quv dasturini ishlab chiqish kerak. Kadrlar tayyorlash dasturini amalga oshirish tashkilotning rivojlanishiga hissa qo'shishi mumkin. Xodimlar o'z vazifalarini qanchalik yaxshi bajarsalar, imidj shunchalik ijobiy bo'ladi va mehmonlar ko'payadi.

Bozorlar xaridorlardan iborat bo'lib, xaridor bir-biridan turli xil xususiyatlarda farq qiladi. Ular turli xil istaklarga, imkoniyatlarga, munosabatlarni sotib olishga va sotib olish odatlariga ega bo'lishi mumkin. Mijozlarning keng doirasiga mehmonxonalarda joylashishni taklif qilish asta-sekin o'tmishga aylanishi kerak. Tor toifadagi sayohatchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun tovarlar va xizmatlar kompleksini aniq belgilash kerak.

Sodiqlik darajasiga ko'ra, ba'zi iste'molchilar bitta brendning tarafdorlari bo'lishi mumkin, boshqalari - boshqasining. Shu munosabat bilan, odamlar o'rtasidagi munosabatlarni boshqarish imkonini beradigan mijozlar bazasi yaratilganda munosabatlar marketingini shakllantirishga katta e'tibor beriladi.

Mehmonxona maqsadli bozorlarni tanlashi, ularning ehtiyojlarini o'rganishi, xabar tayyorlashi, segmentga samarali ta'sir ko'rsatadigan kerakli nashrlarni, televizion dasturlarni va radio dasturlarni tanlashi kerak. Potensial segmentlarga biznes sayohatchilari, xususiy sayyohlar, davlat va sport guruhlar kiradi. Reklama xabari odamlarni mehmonxona tomonidan taklif etilayotgan xizmatlar to'g'risida

xabardor qilishga, ularni o'sha erda yashashga ishonitirishga qaratilgan bo'lishi kerak. U aniq tilda aytilishi, qiziqishni uyg'otishi, ishonarli ko'rinishi, joylashuvi haqida ma'lumot berishi va aloqa raqamlarini ko'rsatishi kerak.

Mehmonxona biznesida mijozlarga - mehmonxona sanoati xizmatlarining bevosita iste'molchisiga qaratilgan tashkilotlar tomonidan amalga oshiriladigan barcha marketing faoliyati mijozlarning sodiqligini oshirishga qaratilgan. Bu sodiqlikning mavjudligi, ya'ni. iste'molchilarning ushbu kompaniyaga ijobiy munosabati va barqaror savdo hajmi uchun asosdir. Bunday chora-tadbirlarni ma'lum iste'molchilar guruhlariga uchun iqtisodiy foyda (boshqariladigan sodiqlik qiymati) bilan ta'minlash natijasida mehmonxona xizmatining narxini (kommunalligini) oshiradigan va rasmiy va norasmiy aloqa orqali shuningdek, etkazib beruvchi va iste'molchi o'rtasidagi o'zaro ta'sir, aloqalar intensivligini oshirish, ishonchni oshirish va tashkilot xizmatlaridan qoniqishni barqarorlashtirish (aloqalardan kelib chiqadigan sodiqlik).

Tashkilotning xizmat ko'rsatish sifatiga yo'naltirilgan faoliyat doirasida mijozga boshqa provayderlar xizmati bilan almashtirilishi mumkin bo'lgan yagona imtiyozni taklif qilish (masalan, mehmonxonani o'zgartirish). yashash joyi, boshqa sayyohlik kompaniyalari xizmatlaridan foydalanish) faqat yuqori iste'mol xarajatlari (iqtisodiy sodiqlik). Ushbu noyob taklifga mijozning asosiy ehtiyojlarini qondirish uchun moslashtirilgan, maxsus ishlab chiqilgan xizmatlarini taqdim etish orqali erishish mumkin.

Bundan tashqari, tajriba va ishonchga asoslangan operatsiyalarda STB tashkiloti o'zining sifat kafolati yoki mustaqil institutlar tomonidan berilgan sifat sertifikatlari orqali xaridorning idrok etilgan xavflarini kamaytirishi mumkin. Mehmonxona va turistik bozor xizmatlari iste'molchilarining alohida ishonchini qozonish alohida yo'nalish hisoblanadi barcha taniqli mehmonxona tarmoqlari marketologlarining sa'y-harakatlari juda yuqori sifatli va xilma-xil mehmonxona xizmatlarini taqdim etish uchun ma'lum bir imidjni yaratish va qo'llab-quvvatlash orqali yo'naltirilgan.

Marketing turli xil faoliyat turlarini o'z ichiga oladi:

1. Iste'molchining istaklari va ehtiyojlarini ochib berish.

Muvaffaqiyatli ishlaydigan kompaniyalar o'zlarining mehmonlarini doimiy ravishda kuzatib boradilar va xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini yaxshilashga harakat qiladilar.

Imkoniyat berilganida mehmonlarning o'zlari xizmatda aynan nimaga mos kelishini va nimani yaxshilash kerakligini aytib berishga tayyor.

2. Istaklar va ehtiyojlarni qondiradigan tovar va xizmatlar majmuasini yaratish.

Har yili yangi tovarlar va xizmatlar yaratilib, bozorga kirib boradi. Faqat so'nggi yillarda mehmonxona biznesida, "appartament" sinfidagi mehmonxonalar, hostellar va boshqa ko'plab turdagi mehmonxonalar paydo bo'ldi. Bozor talablarini o'rganish iste'molchilarga turli xil mehmonxona xizmatlarini taklif qilishga olib keladi.

3. Korxonalar rentabelligining maqbul darajasini yaratish maqsadida tovarlar va xizmatlarni bozorga olib chiqish va yaratilgan tovar va xizmatlarni sotish.

Marketingning yakuniy bosqichi maqbul daromad darajasini yaratishdir. Bu aynan hamma maqsadga erishishga intiladi, ammo faqat muvaffaqiyatli kompaniyalarga unga erishadilar. Zamonaviy marketing nafaqat biznesning vazifalaridan biri, balki uning falsafasi, fikrlash turi, biznesni tuzish va uni tushunish usulidir. Marketing vositasi hech qachon mijozni aldash yoki kompaniyaning obro'siga putur etkazish uchun ishlatilmasligi kerak. Marketing, mijozga kerakli qiymatni taqdim etadigan tovarlar va xizmatlarning kombinatsiyasini yaratish, ularni ushbu tovarlar va xizmatlarni sotib olish uchun turtki yaratadi va uning haqiqiy ehtiyojlarini qondiradi.

Joylashtirish vositalari ma'lum bir segmentni tanlagan bozorning o'ziga xos ehtiyojlarini qondirish uchun o'zlarining xizmat ko'rsatish strategiyasini yaratishi kerak.

Mehmonxonalar bozorini segmentlash an'anaviy ravishda quyidagi o'zgaruvchilarga asoslangan:

- demografik (yoshi, jinsi, daromadi, ma'lumot darajasi);
- xulq-atvorli (tez-tez, kamdan-kam uchraydigan, noyob sayohatlar);
- narx (xizmatlar to'plamining yuqori, o'rta va past narxi);
- psixografik (turmush tarzi, xulq-atvori, darajadagi talablar qulaylik).

Shunday qilib, marketingning joylashtirish vositalaridagi ahamiyatini anglab yetish raqobatdosh mehnat bozorida oldinga chiqishga va ajralib turishga yordam beradi. Har qanday korxonalar bozordagi eng yaxshi mahsulotni taklif qilishi mumkin, ammo yaxshi marketing faoliyatisiz u sarmoyadan kerakli daromad keltirmaydi, chunki aynan marketing mahsulot yoki xizmatni potentsial mijozlarga ma'lum qiladi.

Zamonaviy marketing nafaqat biznesning vazifalaridan biri, balki uning falsafasi, fikrlash turi, biznesni tuzish va uni tushunish usulidir. Marketing vositasi hech qachon mijozni aldash yoki kompaniyaning obro'siga putur etkazish uchun ishlatilmasligi kerak. Marketing, mijozga kerakli qiymatni taqdim etadigan tovarlar va xizmatlarning kombinatsiyasini yaratish, ularni ushbu tovarlar va xizmatlarni sotib olish uchun turtki yaratadi va uning haqiqiy ehtiyojlarini qondiradi.

Xizmat ko'rsatish sohasidagi marketing boshqa tijorat faoliyati bilan taqqoslaganda o'ziga xos xususiyatlarga ega.

Joylashtirish vositalari marketing konsepsiyasining eng ustuvor yo'nalishi bu mijozlarning istaklari va ehtiyojlarini qondirishdir. Joylashtirish vositalari rahbariyati birinchi navbatda foyda olish haqida o'ylashdan ko'ra mijozlar ehtiyojlarini qondirishga e'tibor bersa, moliyaviy jihatdan yanada foydali natijalarga erishadi, keyin esa mijozlarga mukammal xizmat ko'rsatadi.

Bozor segmentatsiyasi butun potentsial bozorni kichikroq, bir xil sohalarga bo'lishni o'z ichiga oladi. Ko'p sonli mijozlarga mehmonxonada turar joy taklif qilish asta-sekin o'tmishga aylanib boradi. Har qanday tor toifadagi sayohatchilar ehtiyojlarini qondirish uchun tovar va xizmatlar turini aniq belgilash zarur.

Iste'molchilarning o'ziga xos ehtiyojlariga qarab mehmonxonalar sanoati segmentlarga bo'linishi mumkin: biznes sayohatchilar uchun to'liq pansionat, ekonom-klass xizmati, kvartiralarga xizmat ko'rsatish, yuqori darajadagi ekonom-klass xizmati, kurortlarga xizmat ko'rsatish, shahar markazida va uning chekkalarida, avtomobil yo'llari bo'ylab xizmat ko'rsatish. Joylastirish vositalari ma'lum bir segmentni tanlagan bozorning o'ziga xos ehtiyojlarini qondirish uchun o'zlarining xizmat ko'rsatish strategiyasini yaratishi kerak.

Har xil turdagi mehmonxona korxonalarini turistik mahsulotni yaratishning muhim tarkibiy qismi bo'lib, ularning asosiy maqsadi turistlar va sayohat qiluvchilarning vaqtincha yashashlari uchun sharoit yaratish va turli xizmatlarni ko'rsatishdir. Shunga ko'ra, mehmonxona majmuasining bozor jozibadorligi mehmonlarga xizmat ko'rsatish tizimini yaratish va ko'rsatish sifatiga bog'liq.

Bozor iqtisodiyotining o'zgarishi sharoitida mehmonxona xizmatlari yangi maqomga ega bo'ldi, uning sifat mezonini mehmondo'stlik edi. Ammo Rossiya mehmonxonalarining aksariyati mavjud turizm infratuzilmasi kabi xizmat ko'rsatish sifati bo'yicha xalqaro standartlarga javob bermaydi. Bu va aksariyat mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish sifati darajasi, suv ta'minoti tizimidagi ichimlik suvi sifati xalqaro sanitariya talablariga javob bermasligi mehmonxonalarni maxsus ichimlik suvi qurilmalari va muzqaymoq qurilmalariga ega bo'lishga majbur qilmoqda. Shuningdek, aksariyat mehmonxonalarda zamonaviy aloqa va aloqa vositalari, tegishli audiovizual uskunalarga ega konferentsiya zallari va sinxron tarjima uchun texnik vositalar va boshqalar mavjud emas.

Mehmondo'stlik sanoatida sifat menejmenti har doim eng qiyin muammolardan biri bo'lib kelgan, chunki natija ma'lum vaqtdan keyin namoyon bo'ladi va nomoddiydir. Mehmonxona xizmatlari turli toifadagi iste'molchilar uchun ularning ehtiyojlari va sotib olish qobiliyatidan kelib chiqib, ularning sifatini boshqarish, tushirish yoki oshirish imkonini beruvchi bir qator xususiyatlarga ega. Xizmatlarning sifatini oldindan tekshirish mumkin emas, chunki ularni ko'rsatish va iste'mol qilish bir vaqtning o'zida sodir bo'ladi, xizmatlarni saqlash mumkin emas, ular o'zgaruvchanlik, sezilmasligi, ob'ekt va sub'ektning ajralmasligi bilan tavsiflanadi.

Mehmonxona o'z raqobatchilariga nisbatan afzalliklarga ega bo'lib, mijozlarga raqobatchilarga qaraganda arzonroq narxlarda ko'proq qiymat yoki mehmonxona mahsulotlarini taklif qilish yoki mijozlarga mehmonxona mahsulotlarining yuqori narxlarini etarli darajada qoplaydigan katta imtiyozlarni taqdim etish orqali erishiladi. Agar mehmonxona o'zining mehmonxona mahsulotini eng yuqori sifat yoki katta hajmdagi xizmatlarni taklif qilish orqali joylashtirsa, u holda u va'da qilingan sifat va xizmatlarning butun paketini taqdim etishi kerak bo'ladi. Shunday qilib, joylashishni aniqlash mehmonxonaning marketing taklifini farqlashdan boshlanadi, shunda u iste'molchilarga raqobatdosh takliflardan ko'ra ko'proq qiymat beradi. Shu bilan birga, endi faqat raqobatchilardan farq qilish muhim emas, faqat iste'molchi mehmonxona

mahsulotida ko'rishni istagan belgilarga e'tiborni qaratadigan taklif muvaffaqiyatli bo'lishi mumkin.

Foydalangan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. "Xalq so'zi" gazetasi, 2018 yil 28 dekabr
2. Джанджугазова Е. А., Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 224 с.
3. Джардемюв Диас Дауренович. Использование маркетинга в гостиничном бизнесе. //Маркетинг, реклама и PR «Молодой учёный» . № 18 (308). Май 2020г. с.т 181-184
4. Mehmondo'stlik sanoatida biznesni rejalashtirish: Qo'llanma/ Vinogradova M. V. [va boshqalar]. - 4-nashr. - M.: Dashkov va K, 2014.-- 280 b. 2.
5. Tompson. A.A. Strategik boshqaruv. Tahlil qilish uchun tushunchalar va vaziyatlar / A.A. Tompson. - M.: Uilyams, 2016.-- 228 b.

IJTIMOYIY VA MEHNAT MUNOSABATLARINI BOSHQARISH TIZIMIDA OILA-MEHNAT MUOZANATI

Soliyeva Nilufar Muxtorjon qizi
nmsolieva@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada ijtimoiy va mehnat munosabatlari boshqarish tizimida oila mehnat muozanat tizimi tahlil qilinadi. Dunyo mamlakatlaridagi ijtimoiy va mehnat munosabatlarining asosiy elementlarining xususiyatlari hukmron ijtimoiy nuqtai nazaridan ko'rsatilgan. Har birining ijtimoiy-madaniy o'ziga xosligini saqlab qolgan holda, mehnat munosabatlarini rivojlantirishda tub o'zgarishlar allaqachon belgilab qo'yilgan, bu esa asosiy xususiyatlari hali ham qurilayotgan yangi model haqida gapirishga imkon beradi. Maqolada ushbu o'zgarishlarning asosiy yo'nalishlarini tahlil qilishga harakat qilinadi.

Kalit so'zlar: Ijtimoiy, mehnat, oila, tizim, munosabatlar, jamiyat, mehnat sharoiti.

Butun jamiyat barqarorligi va rivojlanishida oila katta ahamiyatga ega. Kichkina guruh sifatida oila o'z a'zolarining xatti-harakatlarini tartibga solish funksiyasini ushbu kichik guruh ichida ham, tashqarisida ham bajaradi. Oila yangi avlodni ko'paytirish va qo'llab-quvvatlash funksiyalarini bajaradi, ijtimoiylashuvning asosiy instituti - shaxsning kelajakdagi butun hayotiga ta'sir qiluvchi muvaffaqiyatdir. Shunday qilib, oila har qanday shaxsning xavfsizligi va xavfsizligini ta'minlash funksiyasini bajaradigan, ammo zamonaviy sharoitda jiddiy muammolarni (oilaviy aloqalarning tartibsizligi, nikoh munosabatlarining beqarorligi) boshdan kechirayotgan yangi avlodlarni ijtimoiylashtirishning eng qadimgi institutlaridan biri ekanligini hisobga olsak, ajralishlar sonining ko'payishi, turmush o'rtoqlarning ijtimoiy mehnat tizimidagi mavqeining o'zgarishi, jiddiy iqtisodiy qiyinchiliklar, hissiy-psixologik ko'rinishlarning o'zgarishi, ota-onalarning funksiyalari va boshqalar), o'rinli deb hisoblash mumkin. jamiyatning ushbu hodisasining ijtimoiy salohiyatini saqlash va mustahkamlashda ijtimoiy xodimning faolligi ortib bormoqda.

Zamonaviy oila nafaqat o'z a'zolarining kundalik hayoti, bola tug'ilishi va tarbiyasi, nogironlarni qo'llab-quvvatlash bilan bog'liq ko'plab muammolarni hal qilishga, balki inson uchun o'ziga xos psixologik boshpana bo'lishga chaqiriladi. U o'z a'zolarining iqtisodiy, ijtimoiy, psixologik va jismoniy xavfsizligi va xavfsizligini ta'minlaydi. Bugungi kunda jamiyat tomonidan belgilangan vazifalarni to'liq amalga oshirish uchun ko'plab oilalar yordam va qo'llab-quvvatlashga muhtoj.

To'liq va ko'p bolali oilalar, yolg'iz onalar oilalari, harbiy xizmatchilar, nogiron bolalarni tarbiyalayotgan oilalar, asrab olingan va qo'riqlanadigan bolalar, nogiron ota-onalari, talaba oilalari, qochqinlar, migrantlar, ishsizlar, ijtimoiy oilalar va boshqalar. yordam berish. Ularda ijtimoiy ish kundalik oilaviy muammolarni hal qilishga, oilaviy ijobiy munosabatlarni mustahkamlash va rivojlantirishga, ichki

resurslarni tiklashga, erishilgan ijobiy natijalarni, ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatni barqarorlashtirishga va ijtimoiylashuv salohiyatini ro'yobga chiqarishga qaratilishi kerak.

Oila bilan mehnat - bu ijtimoiy himoyaga va tashqaridan yordamga muhtoj odamlarning kichik guruhlariga qaratilgan maxsus tashkil etilgan faoliyat. Bu aholini ijtimoiy himoya qilish turlaridan biri bo'lib, uning asosiy mazmuni yordam, oilaning normal faoliyatini tiklash va saqlashga yordam berishdir. Oila bilan ijtimoiy ish bugungi kunda ijtimoiy himoya va qo'llab-quvvatlash, davlat darajasida oilaga ijtimoiy xizmatlar ko'rsatish uchun ko'p funktsiyali faoliyatdir. . Oilani ijtimoiy himoya qilish- bu oila, shaxs va jamiyatning barkamol rivojlanishi manfaatlari yo'lida xavfli vaziyatda normal faoliyat ko'rsatayotgan oilaning minimal ijtimoiy kafolatlari, huquqlari, imtiyozlari va erkinliklarini ta'minlashga qaratilgan, asosan, davlat tomonidan amalga oshiriladigan chora-tadbirlarning ko'p bosqichli tizimi. Oilani ijtimoiy himoya qilishda muhim rol oilaning o'ziga yuklanadi: ota-ona aloqalarini mustahkamlash; jinsiy aloqa, giyohvandlik, zo'ravonlik, tajovuzkor xatti-harakatlar tashviqotiga qarshilikni shakllantirish; oilaning normal psixologik salomatligini saqlash va boshqalar. Ushbu faoliyat turli profildagi oila bilan ijtimoiy ish bo'yicha mutaxassislar tomonidan amalga oshiriladi. U muayyan jamiyat (federal yoki hududiy) sharoitida amalga oshiriladi va uning o'ziga xos xususiyatlari bilan belgilanadi.

Bozor munosabatlari rivojlanishi sharoitida oilalarni ijtimoiy qo'llab-quvvatlashda quyidagi vazifalarni hal qiluvchi barcha darajadagi Bandlikka ko'maklashish markazlari muhim rol o'ynaydi:

- Oilani ijtimoiy qo'llab-quvvatlash masalalari bo'yicha ma'lumotlarni to'plash va tarqatish;
- Kasbiy ta'lim va bandlik masalalari bo'yicha konsalting xizmatlarini ko'rsatish;
- Oilaviy turdagi korxonalarini ochishga ko'maklashish;
- Bolalar va o'smirlarning kasbiy yo'nalishi;
- Vaqtincha ishlamaslik uchun nafaqa to'lash;
- Ishchi kuchini tanlash va ulardan foydalanish bo'yicha maslahatlar berish;
- Xodimlarni ta'minlashda yordam berish;
- Mijozlar bilan ijtimoiy-psixologik ish.

Xulq-atvor faolligi pasaygan, pessimizm va sog'lig'i yomon bo'lgan oilalar uchun ijtimoiy yordam zarur. Bu ayollar bo'sh ish o'rinlari kam yoki deyarli yo'q bo'lgan mintaqalarda, hududlarda alohida ahamiyatga ega. ijtimoiy qo'llab-quvvatlashning har xil turlari shaxsiy va oilaviy parchalanishni to'xtatish, odamlarning o'ziga ishonishlariga yordam beradi, ularni mustaqil ish, kasanachilik, yordamchi dehqonchilikni rivojlantirishga yo'naltiradi. Oilaviy ijtimoiy xizmat - ijtimoiy, ijtimoiy, tibbiy, psixologik, pedagogik, ijtimoiy-huquqiy xizmatlar va moddiy yordam ko'rsatish, og'ir hayotiy vaziyatlarda fuqarolarni ijtimoiy moslashtirish va rehabilitatsiya qilish bo'yicha ijtimoiy xizmatlarning faoliyati. So'zning tor ma'nosida bu oilalar, boshqalarga qaram bo'lgan va o'zlariga

g'amxo'rlik qila olmaydigan shaxslar, ularning normal rivojlanishi va mavjudligi ehtiyojlarini qondirish uchun zarur bo'lgan aniq ijtimoiy xizmatlar bilan ta'minlash jarayoni sifatida tushuniladi.

Ijtimoiy siyosat davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining odamlarning jamiyatdagi hayot sifatini yaxshilashga qaratilgan harakatlari shakli sifatida strategik xarakterdagi maqsadli chora-tadbirlar tizimida, shu jumladan xizmat ko'rsatish stantsiyalarini shakllantirish va tartibga solish mexanizmida ifodalanadi. Ijtimoiy siyosat jamiyatda xizmat ko'rsatish stantsiyalarini shakllantirish va rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar majmuini belgilaydi, uning maqsadi mehnat bozorida vaziyatni yaxshilash, mehnatga haq to'lash, mehnatni muhofaza qilish va ijtimoiy himoya qilish, himoya qilish xodimlar rivojlanish ijtimoiy sheriklik. Shu bilan birga, bir qator muammolarni o'z ichiga olishi kerak bo'lgan cheklovlarni hisobga olgan holda, STO tizimida bozor iqtisodiyoti tamoyillarini amalga oshirish uchun chegaralarni belgilash kerak: bozor mexanizmlarining kelajak avlodlar bilan o'zaro munosabatlari; XMT konventsiyalari va Rossiya tomonidan jahon hamjamiyati doirasidagi majburiyatlari bilan belgilangan xizmat ko'rsatish stantsiyasining elementlari doirasi, ularning mazmuni "bozor asosida" bo'lmasligi kerak.

Masalan, mehnat munosabatlarining bunday elementlari kasbga yo'naltirish va maslahat berish, fuqarolarni ish bilan ta'minlash, nogironlarni kasbiy rehabilitatsiya qilish, tugatgan ayollarni kasbga tayyorlash va qayta tayyorlashdir. tug'ruq ta'tillari, va boshq.

Tarixiy tajriba shuni ko'rsatadiki, xizmat ko'rsatish stantsiyalarini tijoratlashtirish darajasi iqtisodiyoti past rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarga qaraganda ancha rivojlangan davlatlarda nisbatan pastdir, chunki avvalgilarning iqtisodiy imkoniyatlari ularga kengroq xizmat ko'rsatish stantsiyalarida odamni ijtimoiy himoya qilish mezonlarini joriy etishga imkon beradi.

Jamiyatda ijtimoiy va mehnat munosabatlarining shakllanish jarayoni tarixiy, iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy va siyosiy nuqtai nazardan belgilanadigan juda ko'p omillar ta'siri ostida sodir bo'ladi. Asosiy omillar qatoriga ijtimoiy siyosatning xususiyatlari, ijtimoiy mehnat va ishlab chiqarishning rivojlanishi, iqtisodiyotning globallashuvi kiradi.

Har qanday jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy kontseptsiyasi ijtimoiy siyosatning ajralmas qismi sifatida ijtimoiy va mehnat munosabatlarini shakllantirish va tartibga solish mexanizmini o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, ijtimoiy siyosat deganda fuqarolarning har tomonlama rivojlanishi, ularning hayoti va mehnatining munosib darajasi va shart-sharoitlarini, ijtimoiy himoyasini ta'minlaydigan hukumat tomonidan tanlangan strategik ijtimoiy-iqtisodiy yo'nalish tushuniladi. Ikkinchisiga qonuniy yoki boshqa tarzda belgilangan ijtimoiy himoya, qo'llab-quvvatlash va yordam kafolatlari kiradi. Ijtimoiy siyosatning asosiy maqsadi - aholining mehnat va iqtisodiy faolligini rag'batlantirish orqali hayot darajasi va sifatini oshirish. Quyidagi vaziyatni ta'kidlash muhimdir: jamiyat rivojlanishining

ijtimoiy-iqtisodiy kontseptsiyasi ijtimoiy va mehnat munosabatlarining tijoratlashtirish darajasini belgilaydigan mulk munosabatlarini asosiy element sifatida o'z ichiga oladi.

Iqtisodiyotning globallashuvi xalqaro mehnat taqsimoti tizimini shakllantirish jarayoni nafaqat jahon savdosining jadal o'sishi, xorijiy investitsiyalarning faol oqimi, texnologik jarayonlarning tez o'zgarishi, balki milliy moliya bozorlarining o'zaro bog'liqligi kuchayishi, davlatlar o'rtasidagi spekulativ operatsiyalarning valyuta oqimlari oshishi, ikkilamchi moliya bozorlarining kuchayishi va nomutanosiblikning kuchayishi bilan tavsiflanadi. to'lov qobiliyatida, savdo. Ushbu jarayonlarning barchasi birgalikda milliy darajada makroiqtisodiy siyosatga ta'sir qiladi va uning shakllanishini cheklaydi, bu mehnat siyosatida eng jiddiy namoyon bo'ladi va butun dunyoda jiddiy muammolarni keltirib chiqaradi. SRT-larni shakllantirish omili sifatida, globallashuv mehnat unumdorligi, daromadlar va moddiy farovonlik sohalarida mavjud bo'lgan tengsizliklarni chuqurlashtiradigan va SRT-larda teng imkoniyatlarning oldini oladigan iqtisodiy kuchlarni ozod qiladi, bu esa SRT-larda mehnatni himoya qilish siyosatidan foydalanishda doimiy qiziqishni saqlashga yordam beradi - milliy mehnat bozorlarini himoya qiladi.

Shunday qilib, oilalarga nisbatan ijtimoiy ishning yo'nalishlarini tahlil qilgandan so'ng, oilalarga yordam tizimli va katta hajmda ko'rsatilmoqda degan xulosaga kelishimiz mumkin. Davlat va nodavlat tashkilotlarining oilalarga ko'maklashish borasidagi barcha sa'y-harakatlariga qaramay, oila ichidagi munosabatlar, umuman, oila qadriyatini saqlash muammolari bugungi kungacha dolzarbligicha qolmoqda.

Oila bilan ijtimoiy ishning yo'nalishlarini sanab o'tdilar va ularning mazmunini ochib berdilar: oilani ijtimoiy himoya qilish, oilani ijtimoiy qo'llab-quvvatlash, oilaga ijtimoiy xizmatlar. Ijtimoiy xizmatlar doirasida oilalar o'z e'tiborini Oila va bolalarga ijtimoiy yordam ko'rsatish markazlariga qaratdilar.

Biz zamonaviy rus oilasi inqirozni boshdan kechirmoqda degan xulosaga keldik, ammo ijtimoiy ishchi oilaning obro'si va barqarorligini tiklashga yordam berishi mumkin va kerak. Oila butun jamiyat barqarorligining garovi sifatida davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari va jamoatchilikning jiddiy e'tiborini kuchaytirishni, oilalar ahvolini yaxshilash bo'yicha ko'proq chora-tadbirlar ko'rishni talab etadi, bularning barchasini, shu jumladan, oilalar yordami bilan amalga oshirish zarur.

Mehnat proteksionizmi har doim siyosiy, iqtisodiy, texnologik, moliyaviy va tovar proteksionizmining sintezi va natijasidir, bunda kvotalar va importni litsenziyalash, texnologik rivojlanish yo'llarini tanlash, valyuta kurslarini tartibga solish va h.k. va milliy mehnat bozorida ish o'rinlarini himoya qilishga qaratilgan. Shu bilan birga, mehnat bozori o'ziga xos o'ziga xos himoya usullaridan foydalanadi: xorijiy ishchilar oqimini ma'muriy cheklash, milliy mehnat bozorida ishchi kuchi narxlarini tartibga solish va boshqalar.

Foydalangan adabiyotlar

1. Vitik S.V. Rossiya korxonalarida reproduktiv mehnatni rag'batlantirish, mexanizm va samaradorlikni baholash: Iqtisodiyot fanlari nomzodi ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. Ekaterinburg, 2012 yil.
2. Balinskaya N.R. Reproductiv mehnatni rag'batlantirish mexanizmlari asosida korxonada xodimlarini boshqarish / N.R. Balinskaya, S.V. Vitik, S.V. Koptyakova, I.V. Ritter. Sankt-Peterburg, 2014 yil.
3. Oila va bolalar bilan ijtimoiy ish texnologiyasi / Xanti-Mansi avtonom okrugi mehnat va aholini ijtimoiy muhofaza qilish boshqarmasi / Ed. ed. Yu. V. Krupova. - Xanti-Mansiysk: GUIP "Poligrafist", 2013. - 117 p.
4. Ijtimoiy ish nazariyasi va amaliyoti: XX-XXI asrlarda rivojlanishning asosiy yo'nalishlari (mahalliy va xorijiy tajriba): Reader. / Komp. va ilmiy ed. S. I. Grigoryev, L. I. Guslyakova. 2-nashr, qo'shing. va qayta ishlangan. - M.: "MAGISTR-PRESS" nashriyoti, 2004. - 479 b.

MUNDARIJA

A: Fizika – Matematika. Texnika. Iqtisod. Informatika. Arxitektura fanlari

Makhmudov A.O. The art of painting and wood carving in national memory.....2

Жуманиёзов М.Ш., Рахмонов А.Т., Холиқова С.А. Ёз мавсуми учун импорт ўрнини босувчи тут ипак куртларининг насли уруғларини тайёлашнинг ресурс тежамкор технологиясини яратиш8

Жуманиёзов М.Ш., Ботиров А.З., Худжаматов С.Х. Ёз мавсумида тут ипак куртининг пиллаларидан капалаклар тешиб чиқиш интенсивлиги.....12

Xudjamatov S.X., S.O.Ortiqova, N.Z.Saidmurodova Tut ipak qurtining go‘zal va marvarid zotlarida pilla kalibiri.....16

Ishmanova D.N., Qo‘chqarova G.M. Korxonalarni strategik boshqarish tizimini takomillashtirish.....20

Musurmonova J.O. Hudularni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda infratuzilma tarmog‘ining o‘rni.....24

Xurramov O.Sh. Ikki o‘lchovli simpleksda aniqlangan mendel va bernulli o‘lchovlari orasidagi bog‘lanish31

Tojiddinov A., Nishonova G., Homidjonova M., I. Tojimamatov Big data35

Topvoldiyev N.A. Prospects of automated systems of monitoring and metering of electricity in Uzbekistan43

Niyozmetov B.Q. Sayohatnomalar trevel jurnalistikaning ilk ko‘rinishi sifatida.....49

Zulunov R.M., Ermatova Z.Q. Python va tensorflow yordamida sun‘iy intellekt dasturini yaratish texnologiyasi53

Akbarov N.G‘., Kabulova N.U., Qo‘chqorova G.M. Inbaund marketing strategiyalari va uni biznesda qo‘llash ahamiyati.....57

Soliyeva N.M. Mehmonxona xizmatlarida istemolchilar sodiqligini shakllantirishning marketing strategiyalari62

Soliyeva N.M. Ijtimoiy va mehnat munosabatlarini boshqarish tizimida oila-mehnat muozanati.....67