

# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2019 йил, 4-сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда  
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

<p><b>Тахририят ижодий жамоаси:</b> <b>Бош муҳаррир:</b> и.ф.д. <b>М.Э.Пўлатов</b></p> <p><b>Бош муҳаррир ўринбосари:</b> доцент <b>Д.Х.Асланова</b></p> <p><b>Масъул котиб:</b> профессор <b>М.Қ.Пардаев</b></p> <p><b>Муҳаррир:</b> <b>Ф.А.Сафаров,</b> <b>Техник муҳаррир:</b> <b>С.Хусенов,</b> <b>Корректор ва саҳифаловчи:</b> <b>Ҳ.Н.Очилова</b></p> <p>1 йилда 4 мартаба чоп этилади.</p> <p><b>Ўзбекистон ҳудудида тарқатилади.</b></p> <p><b>Тахририят манзили:</b> 140100, Самарқанд шаҳар, Амир Темур кўчаси, 9-уй, тел.: +998(66)233-28-38, +998(66)233-17-88 факс: +998(366)231-12-53 эл.почта: samisiservis@inbox.uz</p>	<p><b>Тахририят кенгаши раиси:</b> <b>М.Э.Пўлатов</b> – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ректори, иқтисод фанлари доктори <b>Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:</b> <b>Д.Х.Асланова</b> – СамИСИ илмий ишлар ва инновациялар бўйича проректори, иқтисод фанлари номзоди, доцент</p> <p><b>Тахрир кенгаши аъзолари:</b> <b>Б.А.Бегалов</b> – Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика кўмитаси раиси, иқтисод фанлари доктори, профессор <b>М.Қ.Пардаев</b> – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, иқтисод фанлари доктори <b>Б.К.Ғоибназаров</b> – ЎзР Давлат Статистика кўмитаси Кадрларни қайта тайёрлаш ва статистика тадқиқотлари маркази директори, иқтисод фанлари доктори, профессор. <b>Д.Р.Зайналов</b> – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, иқтисод фанлари доктори <b>О.М.Муртазаев</b> – Тошкент Давлат Иқтисодиёт университети Самарқанд филиали директори, иқтисод фанлари доктори, профессор <b>М.Р.Болтабаев</b> – Ўзбекистон Давлат жисмоний тарбия ва спорт университети ректори, иқтисод фанлари доктори <b>Р.Х.Эргашев</b> – Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти профессори, иқтисод фанлари доктори <b>И.С.Тўхлиев</b> – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, иқтисод фанлари доктори <b>М.М.Мухаммедов</b> – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, иқтисод фанлари доктори <b>К.Б.Уразов</b> – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, иқтисод фанлари доктори <b>Қ.Ж.Мирзаев</b> – СамИСИ ўқув ва тарбиявий ишлар бўйича проректори, иқтисод фанлари доктори, профессор <b>Б.И.Исроилов</b> – ЎзР Адлия вазирлиги қошидаги юристлар малакасини ошириш маркази кафедра мудири, иқтисод фанлари доктори, профессор. <b>Б.Абдукаримов</b> – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, иқтисод фанлари номзоди <b>Б.У.Нуруллаев</b> – Самарқанд вилояти ҳокимининг туризмни ривожлантириш масалалари бўйича ўринбосари</p>
---	---

<b>У.Х.Қаландаров, Д.Б.Эгамкулова</b> Туризм соҳасида талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлантириш	65
<b>А.Н.Холикулов, Н.Б.Тагинова</b> Меҳмонхоналарда хизмат сифатининг мазмуни ва унинг такомиллашган таърифи	69
<b>С.А.Абдухамидов</b> Минтақавий туризмни ривожлантиришда ахборат-коммуникация технологияларидан фойдаланишнинг объектив зарурати	72
<b>А.А.Аблазов</b> Экотуризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришни бошқариш тизимини яратишнинг назарий асослари	76
<b>Б.Собиров</b> Туристик йўналишни ривожлантириш бўйича туристик рақобатбардошликнинг услубий асослари	81
<b>КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК</b>	
<b>Ю.П.Урунбаева, Б.Қ.Шермаматов</b> Мамлакат ижтимоий-иқтисодий тараққиётида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ўрни	89
<b>Ш.А.Султонов, Ғ.С.Мустафоев</b> Тадбиркорликни ривожлантиришда эркин иқтисодий зоналарнинг ўрни	93
<b>Ф.У.Турсунов</b> Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг самарали йўллари	95
<b>МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ</b>	
<b>В.Бердиқулов</b> Замонавий маркетинг сабоқларини шакллантириш – давр талаби	99
<b>Т.А.Бердиёров</b> Йўловчи ташиш транспорти хизматлари бозорини маркетинг тамойиллари асосида бошқариш	103
<b>Д.Р.Тухтасинова</b> Замонавий бошқарувнинг илмий концепциялари	107
<b>Р.М.Каримжанова</b> Миллий иқтисодиётни ривожлантиришда маркетинг стратегияларидан фойдаланиш	110
<b>Б.А.Сарсенбаев</b> Балиқ маҳсулотлари маркетингида нарх-навони шаклланиши ва унда талаб ҳамда таклиф ҳажмининг ифодаланиши	114
<b>МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ</b>	
<b>Д.М. Маликова</b> Молиявий хизматларнинг моҳияти ва уларнинг иқтисодиётдаги ўрни	119
<b>М.Ў.Худойбердиев, Ш.Х.Ёдгорова, И.Ж.Туркманов</b> Инновацион технологияларни ишлаб чиқаришга қўллашда тижорат банкларининг инвестицион фаоллигини ошириш	121
<b>БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ</b>	
<b>М.Қ.Пардаев, Ғ.А.Жумаева, А.Т.Мамажонов</b> Фермер хўжаликларида пахта етиштириш самарадорлигига таъсир этувчи омиллар ва уларни аниқлаш йўллари	126

Биринчидан, бугунги кунда Ўзбекистонда 7 та олий таълим муассасасида маркетинг (тармоқлар ва соҳалар бўйича), туризм соҳасида маркетинг, агромаркетинг, саноат маркетинги каби мутахассислар тайёрлаш йўлга қўйилган бўлиб, ушбу йўналишлар тайёрланадиган олий таълим муассасалари билан ҳамкорликда “Ўзбекистон маркетинглоглар жамияти” ни ташкил қилиш мақсадга мувофиқ.

Иккинчидан ҳар йили камида бир маротаба олий таълим муассасаларида маркетингнинг замонавий ютуқларига оид мастер класслар ташкил қилиш.

Учинчидан, республикада ҳар йили маркетинг соҳаси бўйича 270 дан ортиқ бакалавриат ва 40 дан ортиқ магистратура мутахассисликлари тайёрланади. Шунингдек, бугунги кунда 60 дан ортиқ малакали мутахассислар ушбу соҳада илмий тадқиқот олиб бормоқда. Юқоридагиларни эътиборга олган ҳолда республика миқёсида маркетинг соҳасига оид янгиликлар, муаммо ва ютуқлар, илмий ғоя ва ишланмаларни кенг ёритишга хизмат қиладиган илмий журнал фаолиятини ташкил этиш ва миллий маркетинг мактабини шакллантириш давр талабига айланмоқда.

**Фойдаланилган манбалар рўйхати:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги 4947-сон «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги Фармони;
2. t.me/eduuz – Олий ва ўрта таълим вазирлиги янгиликлари.

<p><b>В.Бердикулов</b>  <b>Формирование учений современного маркетинга – условие нынешней эпохи</b>  <b>Аннотация:</b> в статье объясняется важность маркетинга, его нынешняя роль и тенденции на основе современных требований. Также в ней описываются пути продвижения современного маркетинга и значение механизмов.  <b>Ключевые слова:</b> современный маркетинг; инновационный маркетинг; нейромаркетинг; когнитивный и сенсорный маркетинг; Интернет-маркетинг; event-маркетинг; маркетинг информационного рынка; “Общество маркетингologов Узбекистана”.</p>	<p><b>V. Berdikulov</b>  <b>Formation of modern marketing exercises - the condition of the modern epoch</b>  <b>Abstract:</b>the article explains the importance of marketing, its current role and trends based on modern requirements. It also describes how to promote modern marketing and the importance of mechanisms.  <b>Keywords:</b> modern marketing; innovative marketing; neuromarketing; cognitive and sensory marketing; Internet Marketing; event marketing; marketing information market; “Society of marketing specialists of Uzbekistan”.</p>
---	--

**Т.А.Бердиёров**– ТДИУ мустақил тадқиқотчиси

**ЙЎЛОВЧИ ТАШИШ ТРАНСПОРТИ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИ МАРКЕТИНГ ТАМОЙИЛЛАРИ АСОСИДА БОШҚАРИШ**

<p><b>Аннотация:</b> мазкур мақолада транспорт хизматлари бозорида маркетинг бошқарувини амалга оширишнинг методологик асосларини ишлаб чиқишнинг илмий-назарий жиҳатлари ўрганилган.  <b>Калит сўзлар:</b> транспорт, йўловчи ташиш транспорти, маркетинг, маркетингни бошқариш, маркетинг стратегияси, транспорт корхоналари, қонунчилик, ўзаро муносабатлар маркетинги, хизматлар бозори.</p>
--

Транспорт тизимида йўловчи ташиш тизими ижтимоий-иқтисодий муҳитнинг муҳим элементи сифатида мамлакатнинг юксак маданий тараққиётига ва муҳим ижтимоий аҳамиятга эга соҳадир.

Мустақиллик йилларида Ўзбекистон Республикасида йўловчи ташиш транспорт хизматлари бозорини ривожлантириш, аҳоли учун самарали бўлган тизимларни жорий

этиш бўйича бир қатор аҳамиятга молик ислоҳотлар амалга оширилди, жумладан: Ўзбекистон Республикасининг “Шаҳар йўловчилар транспорти тўғрисида”ги (1997 йил), “Темир йўл транспорти тўғрисида”ги қонунлар (1999 йил) қабул қилинди, 2000 — 2005 йилларда Ўзбекистон Республикасида шаҳар йўловчи ташиш транспортини ривожлантириш концепцияси бажарилди.

Сўнги йилларда Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Автомобиль транспортини бошқариш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2018 йил 6 мартдаги ПҚ-3589-сон қарори эса мазкур тизимни тубдан янгилаш, соҳада илғор ахборот-коммуникация технологиялари ва интеллектуал транспорт тизимлари яратиш борасида муҳим қадам бўлди.

Транспорт хизмати кўрсатишни ташкил этиш тизимини янада такомиллаштириш, ташувчилар учун рақобат муҳитини ҳамда қулай шарт-шароитларни яратиш, шунингдек, республика транспорт-транзит салоҳиятини ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 6 мартдаги “Юк ва йўловчи ташиш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4230-сон қарори қабул қилиниб, тармоқ қорхоналарига бир қатор имтиёзлар берилди.

Хусусан, Ўзбекистон Республикасида 2019 йил 1 январь ҳолатига транспорт соҳасида янги ташкил этилган қорхона ва ташкилотлар сони 2,1 минггага етиб, 2018 йилда жами ташилган йўловчилар 5818,1 млн. кишини ташкил этди. Йўловчи айланмасининг ҳажми эса 134,4 млрд. йўловчи-км.га тўғри келди. Транспорт турлари бўйича йўловчи ташиш таркибида 2018 йилда автомобиль транспорти етакчи салмоқга эга бўлиб, жами йўловчи ташиш ҳажмидаги улуши 98,3 фоизни, темир йўлга 0,4 фоизни, ҳаво транспортига 0,04 фоизи, бошқа транспортларга эса (шаҳар электр) 1,3 фоизни ташкил этган.

Шунингдек, йўловчи ташиш транспорт хизматлари бозорида ҳам юқори даражали ўсиш суръатини кузатишимиз мумкин. Бунда 2018 йилга келиб автомобил транспортида йўловчи ташиш ҳажми 5719,1 млн. кишини, йўловчи айланмаси 120,6 млрд йўл.-км.ни ташкил этиб, ўртача йўловчи ташиш масофаси 2017-2018 йилларда 21 км.га тўғри келган (1-расм).



**1-расм. Ўзбекистон Республикаси автомобил транспортида йўловчиларни ташиш ва йўловчи айланмаси<sup>1</sup>**

Аммо, йўловчи ташиш транспорти тизимида рентабеллик даражасининг пастлиги, унинг аҳоли саломатлиги ва экологияга таъсири талаб даражасида эмаслиги, шунингдек, иқтисодиётнинг реал секторларида транспорт харажатлари улушининг юқорилиги, ҳудудларнинг йўл тармоқлари ва инфратузилма объектлари билан нотекис таъминланиши аҳоли ва иқтисодиёт тармоқларининг йўловчи ташиш транспорт хизматларига бўлган талабларини баҳо ва сифат жиҳатдан етарлича қондира олмаяпти.

<sup>1</sup>Манба: ЎЗР Давлат статистика қўмитаси маълумотларига асосида муаллиф томонидан тузилган.

Ушбу ҳолатлар йўловчи ташиш транспорт хизматларини кўрсатиш тизимини бошқаришнинг истеъмолчиларга йўналтирилган маркетинг ёндашувини ишлаб чиқиш заруриятини келтириб чиқаради.

Жаҳон амалиётида йўловчи ташиш транспорт корхоналари хизмат кўрсатиш сифати ва мижозларни кўрсатиладиган хизматлардан қониқишига таъсир этувчи омилларни ҳисобга олган ҳолда ўз фаолиятини мижозга йўналтирирган маркетинг концепциялари асосида ташкил этганлар.<sup>1</sup>

Ҳозирги вақтда йўловчи ташиш транспорти хизматлари сифатли бошқаришнинг хорижий назарияси ва амалиётида учта гуруҳ мезонлари мавжуд бўлиб,<sup>2</sup> улар (1) истеъмолчи томонидан қабул қилинган сифат кўрсаткичлари, (2) самарадорлик кўрсаткичлари (харажатлар ва хизматлар натижалари нисбати), (3) натижавий кўрсаткичлардир (хизмат кўрсатувчи ташкилотнинг мақсадлари).

Майкл Маир томонидан эса транспорт хизматлари бозорида мақсадли маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш бўйича стратегик таҳлилда асосан учта тоифадги омилларга яъни, биринчи тоифага умумий фойдаланиладиган йўловчиларни ташиш хизматларини тавсифловчи кўрсаткичларни киритади: қамров зонаси, қамров зонасидаги аҳоли сони, қатновлар сони, километр-соат ва бошқалар<sup>3</sup>.

Кўрсаткичларнинг иккинчи тоифаси хизматнинг самарадорлигини акс эттирувчи омиллар киритилади ва улар қуйидагиларни ичига олади: тақдим этилаётган хизматлар ҳажми (киши бошига ташрифлар сони, соатига қатновлар сони); хизматларнинг сифати (тезлик, ўртача ҳайдаш оралиғи, бахтсиз ҳодисалар сони); хизматларнинг мавжудлиги (транспорт тармоғининг узунлиги 1 км 2 гача, дам олиш ва таътил кунлари ишлаш).

Кўрсаткичларнинг учинчи тоифаси эса транспорт операциялари самарадорлигини акс эттирувчи омиллар бўлиб, улар иқтисодий кўрсаткичлар (йўналиш бўйича фойдаланиш харажатлари), фойдаланиш кўрсаткичлари, транспортдан воситалар фойдаланиш даражаси (транспорт воситаларининг юки, машина кунлари, машина километрлари), меҳнат унумдорлиги (ҳар бир ишчига йўналишлар сони), энергия самарадорлиги, тарифлар.

Фикримизча, йўловчи ташиш транспорт хизматлари бозорида истеъмолчиларга йўналтирилган бошқарувни ташкил этишда асосий эътибор транспорт хизматларидан истеъмолчиларнинг қониқиши ва қониқишига таъсир этувчи омиллар асосида баҳоланиши мақсадли мувофиқдир.

Эдвардссон ўзининг тадқиқотларида бизнесда мижозларнинг қониқишига эришиш улар берган маълумотлардан фойдаланишга боғлиқлигини асолаган ва бундай маълумотларни олишнинг энг қулай усули мижозлар шикоятларини тинглаш эканлигини қайд этади<sup>4</sup>. Йўловчи ташиш транспорти ҳайдовчисининг мижозга дўстона муносабати, мижозларнинг эҳтиёжларини яхшироқ билишга ва натижада мижозлар қониқишига эришиш мумқунлиги Эболи тадқиқотларида асосланган.<sup>5</sup> Ишончлилик ва қулайлик - бу мижозлар эҳтиёжини қондиришда муҳим аҳамиятга эга бўлган омил эканлигини Савана ва Сорбетт тадқиқотларида кўриб ўтилган<sup>6</sup>.

Тадқиқотчилар фикрига кўра, автомобил ишлаб чиқарувчиларнинг маркетинг

<sup>1</sup> Weber E. From Here to There: A Creative Guide to Making Public Transport the Way to Go. EMBARQ, 2011. URL: <http://www.indiaenvironment-portal.org>.

<sup>2</sup> Todd Litman «Reinventing Transportation; Exploring the Paradigm Shift Needed to Reconcile Sustainability and Transportation Objectives». Transportation Research Record 1670, Transportation Research Board (www.trb.org) (1999).

<sup>3</sup> Meyer, M. «Measuring that which cannot be measured (at least according to conventional wisdom)». URL: [http://onlinepubs.trb.org/onlinepubs/conf/re-ports/cp\\_26.pdf](http://onlinepubs.trb.org/onlinepubs/conf/re-ports/cp_26.pdf) (2000) (дата просмотра: 11.11.2015/)

<sup>4</sup> Edvarson, B (1998) Causes of customer dissatisfaction. Studies of public transport by critical incident method. Managing service quality. An international journal, 8(3)189-1

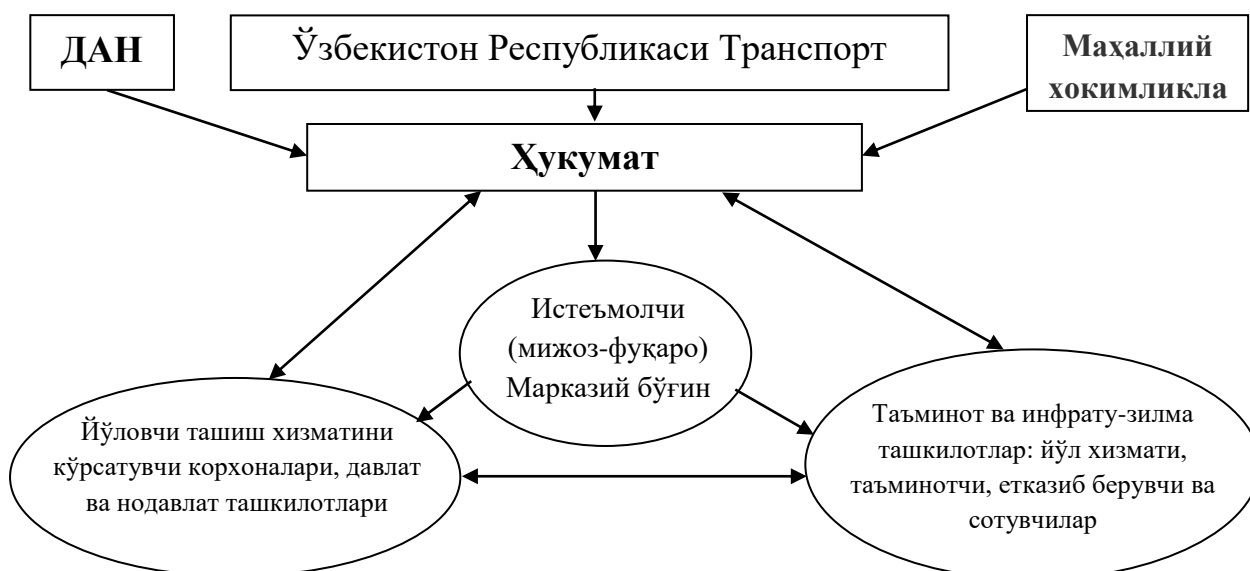
<sup>5</sup> Eboli, L. and Mazulla, G. (2007). Service quality attributes affecting customer satisfaction for Bus transit: Journal of public transportation, 10(3) 21-34.

<sup>6</sup> Cavana, R., Corbett, L. and Lo, Y. (2007), "Developing zones of tolerance for managing passenger rail service quality", International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 24 No. 1, pp. 7-31.

кампаниялари одатда кўпроқ ижтимоий мавқе ва ўзини ўзи кадрлаш тушунчаларини ўз ичига. Кўп ҳолатларда истеъмолчилар учун автоулов ўзини ифода этиш воситаси, саёҳат қилиш каби рамзий тушунчаларни ифодалайди<sup>1</sup>.

Замонвий менежмент ва маркетинг назарияларида хизматлар тармоғи, уни етказиб берувчилар тармоғини ва тармоқлараро муносабатларни мувофиқлаштиришни жаҳон бизнесининг энг яхши кўрсаткичга эришишнинг асосий калити сифатида қарайди.<sup>2</sup>

2-расмда йўловчи ташиш транспорти бозорида стратегик шериклик ва муносабатлар маркетингига асосланган истеъмолчига йўналтирилган бошқарув модели таклиф қилинган.



**2-расм. Йўловчи ташиш транспорти бозорида ўзаро муносабатлар маркетингига асосланган истеъмолчига йўналтирилган бошқарув модели<sup>3</sup>**

2-расмда келтириб ўтилган модел йўловчи ташиш транспорти бозорида истеъмолчига йўналтирилган бошқарувни амалга ошириш имконини берувчи бошқарув, истеъмолчи ва хизмат кўрсатувчиларнинг интеграциялашган шаклини акс эттиради.

Фикримизча, йўловчи ташиш транспорти бозорини самарали бошқаришда қуйидагиларга эътибор қаратилиши мақсадга мувофиқ:

йўловчи ташиш хизматларини бозорини бошқаришда ҳукуматнинг асосий вазифаси нафақат йўловчилар ташиш самарадорлигига эришиш, балки транспорт корхоналари фаолиятини шаҳар ва қишлоқларни экологик софлигини таъминлаш асосий йўналтириши сифатида қаралиши лозим;

йўловчи ташиш хизматларини кўрсатувчи бозор субъектлари нафақат аҳолига қулай ва тез хизматлар таклиф этиш, балки биринчи галдаги вазифа сифатида уларнинг хавфсизлигини таъминлашга юқори аҳамият қаратилиши лозим;

йўловчи ташиш хизматларини кўрсатувчи бозор субъектлари фаолиятини назорат қилишда истеъмолчиларнинг ваколотларини кенгайтиришга қаратилган чораларни белгилаш мақсадга мувофиқ;

шаҳар транспортида йўловчилар доимо тезкор ҳаракатдан манфаатдор. Бундай интерактивликка эса ахборот коммуникацияларидан самарали фойдаланиш орқали

<sup>1</sup> Anna Ibraeva, Joro Figueira de Sousa. Marketing of public transport and public transport information Provision. Available online at [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com). Procedia - Social and Behavioral Sciences 162 ( 2014 ) 121 – 128.

<sup>2</sup> BodmerM., MartinsJ.A. Transport service quality and social responsibility through the relationship marketing. Lecturers at Federal University of Rio de Janeiro. [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)

<sup>3</sup>Муаллиф ишланмаси

эришиш мумкин.

Тадқиқот натижаларидан маълум бўлмоқдаги, йўловчи ташиш хизматлари бозорини ривожланиши ушбу бизнесни бошқаришнинг янги шаклини талаб қилади, чунки у бир томондан давлат, маҳаллий ҳокимлик, иккинчи томондан транспорт компаниялари ва учинчи томонидан аҳолининг энг муҳим хизматга бўлган эҳтиёжи турибди. Таклиф қилинган бозорни стратегиянинг янги ташкилий йўналиши белгиланган уч гуруҳ қатламнинг бозорга таъсир кўрсатишдаги ролини қайта белгилаш ва ишлаб чиқарувчи сектори, мижозлар ва жамият ўртасида инновацион алоқаларни ўрнатишга қаратиш лозим деб ҳисоблаймиз.

<p><b>Т.Бердиёров</b></p> <p><b>Управление рынком пассажирского транспорта на основе принципов маркетинга</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в данной статье рассматриваются методологические разработки научно-теоретических аспектов управления маркетингом на рынке транспортных услуг.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> транспорт, пассажирские перевозки, маркетинг, управление маркетингом, маркетинговая стратегия, транспортное предприятие, маркетинг взаимоотношений, рынок услуг</p>	<p><b>T.Berdiyorov</b></p> <p><b>Market of public transportation management based on marketing principles</b></p> <p><b>Abstract:</b> this article explores the scientific and theoretical aspects of marketing management in the transport services market.</p> <p><b>Keywords:</b> transportation, passenger transportation, marketing, marketing management, marketing strategy, transport enterprises, enterprise, relationship marketing, services market.</p>
--	---

**Д.Р.Тухтасинова** - Фарғона Политехника институти катта ўқитувчиси

### ЗАМОНАВИЙ БОШҚАРУВНИНГ ИЛМИЙ КОНЦЕПЦИЯЛАРИ

<p><b>Аннотация:</b> замонавий бошқарув асосида бошқарув концепциялари, ривожланиш стратегиялари ўрганилади. Бундай бошқарувдан фойдаланиш ҳар томонлама самара келтирадиган фаолият турларидан бири ва улардан фойдаланиш йўналишлари берилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> замонавий бошқарув, мослашиш концепциялари, глобал стратегиялари концепциялари, фирмалар фаолиятини оптималлаштириш, глобал стратегиялар, режалаштириш, бошқарув функциялари, назорат, координация, рағбатлантириш</p>
---

#### Кириш

Илмий бошқарув концепциялари ўрганиш XX асрнинг бошларида дунё хўжалигининг жадал ривожлантиришга қаратилган ҳаракатлар негизида жадаллашди. Хусусан, АҚШда бошқарувни ривожлантиришга кенг қизиқиш орқали катта менежмент мактаби ва бизнес мактаб ташкил этилган. Бугунки кунда АҚШ инфраструктураларни бошқариш бўйича ривожланган мамлакат ҳисобланади ва замонавий бошқарув бўйича дунё мамлакатлари ичида етакчилик қилади. Дунё хўжалигининг глобал ривожланиши даврида кўплаб хорижий давлатларда замонавий бошқарув соҳасида илмий тадқиқотлар бугунки куннинг долзарб вазифаларидан саналади.

#### Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили

Мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда бошқарувнинг замонавий йўналишларини ташкил этиш ҳар томонлама самарали йўналиш саналади. Европада ҳам бизнес мактаблар фаолияти ривожланган. Замонавий бошқарув бўйича илмий тадқиқотлар билан кўплаб олимлар шуғулланишган. Уларга Ф.Тейлор, Д.М. Гвишиани, Г.Х. Попова, А.В. Попова, А.Г. Аганбеяна, К).П. Васильева, А.И. Анчишкин, А. Файоля, П. Друкера, М.Х. Мескона, Х. Вольфганга, И. Ансоффа ва бошқалар. Улардан бири “Менежментни ривожлантириш бўйича Европа фонди” (European Fund for Management Development) ҳисоблади. Унда 300 дан ортиқ менежментни ўқитиш

# “СЕРВИС”

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят бўлимида  
нашрга тайёрланди.

Гувоҳнома № 18-2464

20.12.2019 йилда теришга берилди. 28.12.2019 йилда босишга рухсат  
этилди. Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sup>1/8</sup>. “Times” гарнитураси.  
Офсет босма усули. Шартли босма табоғи 14,49. Ҳисоб-нашриёт табоғи  
11,75. Адади 100 нусха. Буюртма № .

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти босмахонасида чоп  
этилди.

Манзил: 140100, Самарқанд шаҳри, Амир Темур кўчаси, 9.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2019