

14. Kenjayeva, X. (2021). Milliy ma'naviy merosimizda ta'lim-tarbiya masalalari. *Общество и инновации*, 2(6/S), 18-24.

15. Axmedova, D. (2021). JAMIYAT IJTIMOIIY-IQTISODIY HAYOTIDA AYOLLAR IJTIMOIIY FAOLLIGINI OSHIRISH OMILLARI .// *Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural, and social sciences*. Vol.-1, Iss.-7, 171-177.

ЎЗБЕКИСТОНДА МОКИ САВДОГАРЧИЛИКНИНГ ШАКЛЛАНИШИ ВА АҲАМИЯТИ (1991-2020 ЙИЛЛАР)

Охунжонова Ш.Ю.

ФарДУ, Ўзбекистон тарихи кафедраси ўқитувчиси
oxunjonova1191@mail.ru

Тоиржонова Р.Ш

ФарДУ, Ўзбекистон тарихи кафедраси ўқитувчиси

Аннотация. Ушбу мақолада рус тилидаги “челнок” ва ўзбек тилидаги “моки” тушунчалари, жамият ҳаётида савдогарлик фаолияти билан шугулланувчиларнинг тутган ўрнига аҳамият қаратилган. Тижорат фаолияти бозорни моллар билан тўлдиришига, аҳоли талабини қондиришига хизмат килганлиги кўрсатилган. Савдогарларнинг ижтимоий ҳолати, турлари, фаолияти, савдогарларнинг жинси ва ёш таркиби ҳақида маълумот берилган. Шунингдек тадқиқотда кейинги йиллардаги моки савдо фаолиятига киритилган ўзгариш ва янгиликлар ёритилган.

Калит сўз ва иборалар: моки савдо, челнок, тижорат, бизнес, савдо, халқаро савдо, бозор, иқтисод, тадбиркорлик.

Аннотация. В данной статье раскрываются понятия «челнок» на русском языке и «моки» на узбекском языке, роль занимающихся челночной торговлей лиц в обществе, а также значение их коммерческой деятельности для насыщения рынка необходимыми товарами и удовлетворения потребностей населения. В статье даны сведения о социальном статусе, полу, возрасту и категории челноков, а также о странах, в которых они осуществляли свою торговую деятельность. Кроме того, в исследовании отображены ряд нововведений и изменений, используемые в последние годы при осуществлении челночным бизнесом.

Ключевые слова и фразы: челночная торговля, челнок, предпринимательство, бизнес, рынок, экономика.

Annotation. This article describes the concepts of "Shuttle "in Russian and" Moki" in Uzbek, the role of persons engaged in Shuttle trade in society, as well as the importance of their commercial activities for raising the market with necessary goods and meeting the needs of the population. The article provides information about the social status, gender, age and category of shuttles, as well as about the countries in which they carried out their trade activities. In addition, the study shows a number of innovations and changes used in recent years in the implementation of the Shuttle business.

Key words and phrases: *shuttle trade, shuttle, entrepreneurship, business, market, economy.*

Турғунлик йилларидаги иқтисодий қийинчиликлар жамиятдаги ўзгаришларга туртки бўлди, тадбиркорлик билан шуғулланиш учун маълум имкониятлар пайдо бўлди. Фаолиятнинг янги соҳаларини ўзлаштираётган гуруҳлар шакллана бошлади. Шундай гуруҳлардан бири – кенг истеъмол молларини олиб сотиш билан шуғулланган кишилардир. Инглиз тилида “Shuttle”, рус тилида “челнок” [2: 111], ўзбек тилига таржимаси “моки” деб аталади [4: 18-19]. Чунки улар мол олиб келиш учун худди мокидек ўзлари топган йўл орқали тинимсиз бориб-келардилар. Ўтказилган суҳбатлар натижасида аниқланишича, моки савдогарлик билан шуғулланувчилар сони ССР парчалангандан сўнг кескин равишда ошган.

Чайқовчи – олибсотарлик билан шуғулланувчи шахс, олибсотар [7: 446]. Тижорат арабча - савдогарлик, олди-сотди иши. Савдо-сотик, савдо (савдогарлик) ишлари. Тижоратчи - тижорат билан шуғулланувчи шахс [7: 82-83]. Савдогар форсча - савдо қилувчи, тижоратчи. Хусусий савдо-сотик билан шуғулланувчи, савдо-сотикни касб қилиб олган киши [8: 414].

“Мокки савдогарчилик” нинг моҳияти шундан иборатки, жисмоний шахс имконияти даражасида ўз мамлакатидан маҳсулот олиб чиқиб хорижий мамлакатларда сотади ва унинг пулига маҳсулот сотиб олиб, яна ўз мамлакатига олиб келиб сотади. Ана шу йўл билан тўплаган маблағини кўпайтиради. Кейинчалик бу доимий такрорланиб турувчи жараёнга айланиб қолади. Бу ўринда халқимизнинг “бўзчининг мокисидек бориб келади” иборасини қўллаш жуда мос келади.

Айримлар эса “тадбиркорлик” деганда пулни пулга уриб бойлик орттирувчи кимсаларни тушунса, бошқалар бозорда товарни бир жойдан олиб, иккинчи жойда икки-уч хиссага пулловчи “олиб-сотарлар”ни тушунадилар. Баъзи кимсалар тадбиркорга жиноятга мойил, қонунсиз йўллар билан пул топувчи “чайқовчи” сифатида қарайдилар [6]. Моки савдогарларнинг чайқовчилардан фарқи шунда эдики, моки савдогарлар

махсулотни ушлаб туриш эвазига эмас, аксинча камроқ фойда кўrsa ҳам тезроқ ва кўпроқ сотиш ҳисобига даромад топишганлиги кузатилди. Чайқовчи товарни сотиб олар экан, уни маълум бир вақтдан сўнг нарҳини кўтарилишини тахмин қилади. Агар нарх кўтарилмаса у зарар кўради.

Моки бизнесининг моҳияти - ушбу товарларни кейинчалик ички бозорда чакана ёки кичик улгуржи савдода сотиш учун истеъмол товарлари импорти, бундан ташқари, чет элларга сайёҳлик визаси билан саёҳат қилган шахслар томонидан амалга оширилади. Бунда истеъмол товарларидан кийим-кечак, поябзал, маиший техника, заргарлик буюмлари ва шу каби бошқа буюмларнинг кенг ассортименти қамраб олади. Моки бизнеси - бу сўнгги йилларда МДХ мамлакатларида ички савдонинг етарли даражада ташкил этилмаганлиги сабабли ва илгари мавжуд бўлмаган саёҳат қилиш имконияти туфайли ривожланган халқаро савдо-сотиқнинг ўзига хос тури [3] бўлиб қолди.

Ўзбекистонда моки савдогарчиликнинг шаклланиши. Халқаро савдонинг ривожланиши узок тарихга эга бўлиб, турли даврларнинг ривожланиш хусусиятига мос ҳолда ривожланиш тенденциясига эга бўлган. Илк давлатларнинг пайдо бўлиши том маънодаги халқаро савдонинг шаклланиши ва ривожланиш даврини бошлаб берган [5].

Ўзбекистонда моки савдо фаолият сифатида пайдо бўлиши 1980-йилларнинг охирларида аҳолининг маълум бир қисми тадбиркорлик билан шуғулланишга мажбур бўлди. Кўп одамлар учун савдо танлов эмас эди; бу зарурат, омон қолиш учун восита эди [11].

Шунингдек, Ўзбекистонда чегараларнинг очилиши савдо мақсадларида саёҳатларнинг кўпайишига олиб келди. Бозор муносабатларига ўтилиши, савдо-сотиққа муносабатнинг ўзгариши натижасида муайян ижтимоий ва маданий муҳит шаклланди.

Моки савдо қандай аҳамиятга эга бўлган? XX асрнинг 90-йиллар ўрталарида барча МДХ мамлакатларида моки савдогарчилик истеъмол

бозорларини тўлдиришда муҳим ўрин эгаллаган. Бироқ, моки савдогарларнинг жуда камчилик қисми якка тадбиркор сифатида рўйхатдан ўтган ҳолда ўз фаолиятини амалга оширган. Уларнинг катта қисми чет элга асосан сайёҳ сифатида қатнаб моки савдогарчилик билан шуғулланган. Шунингдек, аҳолининг эҳтиёжини ўрганган ҳолда улар томонидан талаб қилинадиган истеъмол товарларини сотиш билан шуғуллана бошлаганлар. Бу товарлари учун божхона йиғимлари тўлашда шахсий истеъмол ёки туристик юк сифатида ўтказиш каби имтиёзлардан фойдаланишган. Имтиёзлар одатда ҳақиқий сайёҳлар учун белгиланган бўлиб, чет элдан олиб келинган ёки чет элга олиб чиқиладиган товарларни шахсий истеъмол учун мўлжалланиши назарда тутилиб, товарларнинг муайян қисмига нисбатан божхона йиғимлари белгиланмаган ёки имтиёзли миқдорда белгиланган эди.

Савдогарлар молларини олиб юришда фойдаланган катакли сумкалар моки савдогарлар рамзига айланган. Масалан, Қирғизистоннинг Дордой бозорида катак сумка кўтарган савдогарларга, шунингдек, МДХ нинг турли шаҳарларида ҳам мокиларга атаб ҳайкал ўрнатилган.

XX асрнинг 90-йиллар бошида Ўзбекистонда дастлабки аралаш бозорлар шакллана бошлаган. Фақат маҳсулот эгаси бўлган деҳқонлар савдо қилинадиган озиқ-овқат ёнидаги бўш жойларда бирин-кетин соябонлар ўрнатилди. Кўп жойларда гиламчалар ва йиғма каравотлар устига серкатнов “тадбиркорлар” олиб келган нарсалар харидорлар эътиборига ёйиб қўйилди. Шундай қилиб “ёйма бозорлар”нинг пайдо бўлиши авж олди. Одатда, сотувчилар маҳсулотларни савдо қилишга мўлжалланмаган жойларда сотар эдилар. Кимдир ўз молларини уйидан чиқмасдан таниш-билишлар, қўни-қўшни, қариндош - уруғларига сотиб, савдо айланмасини катталаштирган. Оммавий маҳсулотлар танқислиги даврида савдогарлар, арзон сифати паст энг зарур молларни, асосан, Хитой, Қозоғистон ва Россиядан олиб келишар эди. Улар аниқ бир молни сотиб олишни мўлжаллаб йўлга чиқмаган, балки, сотиб олаётганида унинг тури ва сифатига катта эътибор берилмаган. Одатда,

мол олиб келиш учун, айтиш мумкинки, кўр-кўрона, аниқ бир режасиз жўнаб кетганлар. Нархи маъқул келган ва олиб бориб қимматига сотиш мумкин бўлган маҳсулотлардан аёллар тақинчоқлари, сигаретлар, парфюмерия буюмлари, устки трикотаж, теридан ишланган кийимлар, пайпоқ ва ички



кийимлар кўпроқ сотиб олинган. Булар оз-оз миқдорда олиб келишган, чунки савдогарлар ўз бизнесига катта пул сарфлай олмас эдилар. Шунингдек, олиб келинаётган молга нисбатан талаб даражасини олдиндан билиш ҳам қийин эди. Омад келиб, натижа яхши бўлгудек бўлса, олиб келинадиган товарлар учун сарфланадиган маблағни икки бараварига, ҳатто уч бараварига ҳам ошириш мумкин бўлган [9].

Моки савдогарларининг XX асрнинг 90-йилларидаги ижтимоий ва инновацион фаолияти, албатта, макротрансформация жараёнларига ҳисса қўшди. Мокилар давлат томонидан таъминланмайдиган истеъмол молларини олиб келишди ва узоқ вақт давомида танқислик (дефицит) муаммосини ҳал қилишди [10].

Моки савдогарлари биринчилардан бўлиб совет даврида илгари қабул қилинмаган ва ҳаттоки қонуний равишда таъқиқланган тадбиркорлик амалиётини амалга оширдилар. Яъни, улар янги иш услубининг кашшофлари

ва новаторлари бўлишди [10]. Лекин, қадимдан ўзбекларнинг анъанавий турмуш тарзида савдо катта ўринни эгаллаган эди.

Улар қатнайдиган жойлар географияси ва унинг кенгайиши. Маълумки, савдогарларнинг сафарлар тўғрисида “расмий” маълумотлар фақат чекланган шаклда мавжуд. Ушбу тадқиқот асосан моки бизнеси вакиллари, шунингдек, сайёҳлик агентликлари, савдо сектори ва бошқа ташкилотлар вакиллари билан суҳбатлар пайтида олинган маълумотларга асосланган бўлиб, иқтисодий фаолиятнинг ушбу тури билан боғлиқ.

Кўпинча савдогарлар мол олиб келиш учун бегона мамлакатларга, у ернинг бирорта улгуржи бозорини билмай туриб жўнаб кетган. Улар йўлда ўзларига ўхшаган савдогарлар билан танишиб олар ёки зарур молни маҳаллий аҳолининг йўл кўрсатиши билан топиб олар, кимдир ўша бозорни ўзи излаб топишга ҳаракат қилган.

Бугунги кунда чет элга борадиган тижоратчилар учун бозор излаб юриш ташвишлари йўқ, чунки бу бизнес ривожланди. Йирик улгуржи савдо марказларига эга бўлган мамлакатлар миждозларни ахборот билан таъминлаш тизимини йўлга қўйиб олган. Масалан, Туркияда бозор ҳақидаги ҳар қандай маълумотларни савдогар тўхтаган меҳмонхонада олиши мумкин эди. Италия ва Грецияда эса маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналар ташриф буюрувчиларни улгуржи бозорлар жойлашган масканлардан хабардор қилиши мумкин бўлган.

XX асрнинг 90- йилларидан Хитойга қатнашни бошлаган дастлабки савдогарларнинг хотираларига кўра, Хитой савдогарларни харид қилиш туризмнинг қулайлиги билан жалб қилган. Савдо сафарлари бир неча кун давом этган ва одатдагидек қатъий равишда текширилмаган. Бундан ташқари, бундай саёҳатлар учун махсус виза талаб қилинмаган.

Моки савдоси географиясини кузатадиган бўлсак, савдогар ташриф буюрадиган мамлакатлар сони йиллар давомида сезиларли даражада ошди. Бу, биринчи навбатда, турли мамлакатларнинг консуллик хизматлари

томонидан жамоавий сайёҳлик визаларини беришнинг соддалаштирилган тартибини жорий этиш билан боғлиқ. Польша ва Туркиядан кейин бошқа мамлакатлар ҳам “импорт қилувчи сайёҳларни” қабул қила бошлаган. Айни пайтда улар Туркия, Польша, Хитой, Бирлашган Араб Амирликлари, Греция, Кипр, Италия, Франция, Жанубий Корея, Уммон, Миср, Таиланд, Ҳиндистон ва бошқа баъзи мамлакатларга “моки савдогарлар” саёҳат қилишмоқда. “Энг арзон” ва энг машҳур йўналишлар - Туркия, Хитой ва Польша бўлган.

Савдогарлар ойига 3-4 марта, асосан Туркия, Хитой ёки Польшага, Россия, Бирлашган Араб Амирликларига саёҳат қилишган. Бундай бизнес саёҳат қилиш учун маълум миқдордаги сармояни талаб қилган, тажриба ва шахсий алоқалар ҳам жуда муҳимдир: баъзи одамлар ҳанузгача товарларни чет элда яшайдиган оила аъзоси ёки таниши ёрдамида сотиб олишган **[1: 111]**.

Финляндиядан - музлатгичлар, компьютерлар. Туркиядан - трикотаж, чарм ва олтин буюмлар. Грециядан - мўйнали кийимлар, тўқима кийимлари. Италиядан – таниқли брендларнинг поябзаллари, кийимлари, ички кийимлари. Ҳиндистондан – заргарлик буюмлари, кийим-кечак, поябзал. Хитойдан – ўйинчоқлар, электроника, кийим-кечак, поябзал. Бирлашган Араб Амирликларидан – олтин, заргарлик буюмлари олиб келинган.

Хитой маҳсулотлари узоқ вақт ва қатъий равишда бозорни тўлдирди. Юқори сифатли бўлмаса ҳам, лекин ёрқин, хилма-хил ва энг муҳими – арзон эди. Аммо, аслида эса Хитой молларининг ишончсизлиги ҳақидаги қарашлар эскирган. Дарҳақиқат, улар жуда кўп “истеъмол товарлари” ва арзон нусхаларини ишлаб чиқарадилар. Шу билан бирга, Хитойда арзон нархлардаги, аммо юқори сифатли маҳсулотларни топиш мумкин. Тажрибали моки савдогарлари, бу бизнесга энди кириб келганларга агар ўз фаолиятини ривожлантиришни режалаштираётган бўлса, ўзлари учун мос ва кизиқарли нарсани танлашни маслаҳат берган.

Умуман олганда, 1991 йиллардан буён энг оммалашган моки сафарлари анъанавий етакчи улгуржи бозорлар – Туркия ва Хитой бозорларига қаратилган. Респондентлардан олинган маълумотларга кўра, Тошкент бозорларида Туркия ва Хитойда ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ўртасидаги рақобат ўсиб борган.

Савдо туризмнинг асосий бозорлари – Туркия, Хитой, Польша, Италия ва Испания, Бирлашган Араб Амирликларидир [12].

Хулоса сифатида шуни айтиш керакки, савдогарлик касби инсониятнинг энг қадимги касбларидан бири бўлиб, ҳамма халқларда ҳам алоҳида обрў-эътиборли касблардан ҳисобланган. Тижорат фаолияти бозорни моллар билан тўлдиришга, аҳоли талабини қондиришга хизмат қилувчи бозордаги энг муҳим фаолиятдир. Бозорлар фаолиятини такомиллаштириш, истеъмолчиларга янада маданиятли хизмат кўрсатиш, савдо соҳасида меҳнат қилаётганларнинг, пировард натижада эса халқ турмушининг фаровонлашувига, иқтисодиётимизнинг юксалишига хизмат қилади.

Фойдаланилган манба ва адабиётлар:

1. Кайзер М. Неформальный сектор торговли в Узбекистане. Журнал социологии и социальной антропологии. – 2000. Том III. № 2. – С. 111.
2. Климова С. Г. Челноки: бегство от нужды или погоня за шансом // Социальная реальность. 2006. № 2.
3. Мельниченко Татьяна, Альберто Болонини, Роберто Заватта // Российский челночный бизнес. Общая характеристика и взаимосвязь с итальянским рынком: https://nisse.ru/articles/details.php?ELEMENT_ID=129115#pril1
4. Окюлов О, Юлдошев Ж. Мокки савдогарчилик нима? ёхуд олди-соттининг айрим ўзига ҳос хусусиятлари. // Ҳаёт ва қонун – 2002. № 6 – Б 18-19.
5. Основы таможенного дела. – Ташкент: Мир экономики и право, 1998.

6. Рўзиназаров Ш.Н., Синдаров К.Н. Тадбиркорлининг ҳуқуқий асослари. Тадбиркорга ҳуқуқий ёрдам (савол-жавоблар, қонун ҳужжатлари). Т.: “Консаудитинформ” 2002.
7. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти. – Т.: 2006. 4-жилд.
8. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти. – Т.: 2006. 3-жилд.
9. Хренников И. В России давно есть средний класс - «челноки» // Портал электронных СМИ для предпринимателей «Деловая пресса» http://www2.businesspress.ru/newspaper/article_mId_44_aId_51458.html
10. Ядова Е.Н. Челночество как социальный ресурс трансформационного периода // Специальность 22.00.01 «Теория, методология и история социологии» Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Москва – 2009.
11. <https://polsci.umass.edu/people/regine-spector>
12. <https://rusbizinformation.com/chto-takoe-chelnochnyy-biznes/> Что такое челночный бизнес?

ЎЗБЕКИСТОНДА “ҲАРАКАТЛАР СТРАТЕГИЯСИ” АСОСИДА ДАВЛАТ ХИЗМАТЧИЛАРИНИ ТАНЛАШ ВА ТАЙЁРЛАШ ТИЗИМИНИ ИСЛОҲ ЭТИЛИШИ

Юлдашев А.А.

*Наманган муҳандислик-технология институти Кенгаши
котиби, тарих фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)
bekavaz87@mail.ru*

Аннотация. Ушбу мақолада Ҳаракатлар стратегияси асосида Ўзбекистонда давлат хизматларига замонавий бошқарув технологияларини жорий қилиниши, соҳага кадрларни танлаш ва тайёрлаш жараёнларини замонавий ёндашувларда ислоҳ этилиши, таълим муассасаларида кадрлар тайёрлаш саломогининг ортиб бориши таҳлил қилинган. Шунингдек, хорижий давлатлар тажрибалари асосида Ўзбекистонда “ақлли” бошқарув принципларини амалиётга жорий қилиш масалалари ёритиб берилган.

Калит сўз ва иборалар: Ҳаракатлар стратегияси, Давлат хизматини ривожлантириш агентлиги, мерикратия, vacancy.argos.uz, фрустрация, геральдика, “ақлли” бошқарув