

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
IQTISODIYOT VA TURIZM FAKULTETI
BUXGALTERIYA HISOBI VA STATISTIKA KAFEDRASI**

**“MILLIY IQTISODIYOTNI JADAL
RIVOJLANTIRISH VA YUQORI O'SISH
SUR'ATLARINI TA'MINLASH:
MUAMMOLAR VA YECHIMLAR”
mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy
konferensiyasi
5-may 2023-yil**

**Республиканская научно-практическая
конференция на тему**

**«ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСКОРЕННОГО
РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ
ЭКОНОМИКИ И ВЫСОКИХ ТЕМПОВ
РОСТА: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ»
5 май 2023 год**

and crucial allies in the fight against climate change and environmental protection in Uzbekistan. Because there will be no tourism of the future without sustainability in any country.

References:

- Fennell, (1999). 43. *Ecotourism: An Introduction* Accessed online: <https://doi.org/10.1002/jtr.283>
- Future Market Insights, (2021). *Ecotourism Market Outlook 2021 -2031 report*. Accessed online: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/gcc-ecotourism-market>
- Global Ecotourism Network (2016).
- Hoshimov M., (2009). *Ecological tourism of Uzbekistan “Zarafshon”* publishing house. Samarkand, Uzbekistan, p. 220 (in Uzbek)
- Khamidov O. H, (2017) *New Stage of Tourism Development in Uzbekistan: Actual Problems and Perspectives*. World Scientific News, 86(3) (2017) 123-138. Accessed online: <http://www.worldscientificnews.com/wp-content/uploads/2017/08/WSN-863-2017-123-138.pdf>
- UNEP and UNWTO, (2005), *Making Tourism more Sustainable-A Guide for Policy Makers*, p.11 *Mohonk Agreement – Global Ecotourism Network (2000)*.
- Rakhmatulla Khidirovich Ergashev, & Mohigul Khamidova. (2021). The ways and prospects of increasing the efficiency of ecotourism in Uzbekistan. *European Scholar Journal*, 2(4), 473-477. Retrieved from <https://scholarzest.com/index.php/esj/article/view/664>
- World Tourism Organization (UNWTO), (2012). *Compendium of best practices and recommendations for ecotourism in asia and the pacific*. Accessed online <http://www2.unwto.org/publication/compendium-best-practices-andrecommendations-ecotourism-asia-and-pacific>. Viewed November 21, 2018.
- Sayfullayeva, M. S. (2022). Directions for the Practice of Sustainable Tourism for Ecotourism Destinations in Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(12), 98-109.

HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARI BOZORIGA XIZMAT KO‘RSATISHNING RIVOJLANISHINI HOZIRGI DARAJASI

Ergasheva Aziza Farmonovna
Buxoro davlat universiteti, tayanch doktoranti

AQSH tomonidan olib borilgan keng ko‘lamli tadqiqotlar natijalariga ko‘ra hunarmandchilik mahsulotlari xaridorlarini quyidagi guruhlarga bo‘lishadi:

- 1- ushbu toifadagi xaridorlar maxsus mahsulotlar va kunlik mahsulotlari sotiladigan do‘konlari noyob mahsulotlarni qidirishmaydi;
- 2- katalog va internet orqali sotib oluvchilar;
- 3- sayyohlar do‘konlari, san‘at galereyalari kabi kichik do‘konlar bo‘lgan mustaqil sotuvchilar va muzeylarlardan xarid qiluvchilar.

Tadqiqot hunarmandlar tomonidan qo‘llaniladigan eng keng tarqalgan xom-ashyolarni tasniflangan ro‘yxatini ham ko‘rsatgan. Ushbu xom-ashyolar quyidagilarni o‘z ichiga oladi: savat, metall, teri, qog‘oz, idish, yog‘och, sovun, to‘qimachilik, tosh, shisha, suyak, shox va turli xil materiallarning kombinatsiyasi va texnikasi ordali yaratilgan mahsulotlar.

Narxlar segmentatsiyasiga kelsak, tadqiqotga ko‘ra to‘rtta asosiy hunarmandchilik toifasi va narxini keltirib chiqardi.

Quyidagi segmentlar:

1. Funktsional buyumlar: ustaxonalarda ishlab chiqaradigan, dastgoh yoki kichik zavodda tayyorlangan kulolchilik, plitka yoki mebel kabi qo‘lda ishlatiladigan buyumlari, milliy yoki eksport bozorlari uchun ishlab chiqariladi. Ushbu segment mahsulotlari katta do‘konlarda sotiladi.
2. An‘anaviy san‘at mahsulotlari: yuqori sifatni saqlab qolgan holda madaniyatga qiziqadiganlar uchun yaratilgan mahalliy hunarmandchilik mahsulotlari bo‘lib, ushbu segment o‘rta va yuqori darajadagi bozorlarda kichik zanjirlar va mustaqil chakana savdo do‘konlari tomonidan sotiladi.
3. Dizaynerlar mahsulotlari: ba‘zan mahalliy hunarmandchilikka asoslanadi, chet elliklar eksport bozoridagi moda tendentsiyalariga mos keladi. Bu segmentdagi mahsulotlar yuqori darajadagi bozor segmenti mahsulotlari bo‘lib, mutaxassislik tavsiyasi bilan sotiladi.
4. Yodgorlik mahsulotlari (suvenirilar): arzon, universal bantlar yoki soddalashtirilgan an‘anaviy hunarmandchilik mahsulotlari bo‘lib, mahalliy chakana yoki xalqaro rivojlanish agentliklari orqali sotiladi. Bu segmentdagi mahsulotlar quyi bozorga mos tushadi va ular dam olish joylaridagi sovg‘alar do‘konlarida sotiladi.

Hunarmandchilik mahsulotlari bo'yicha asosiy eksportchi davlatlar, asosan quyidagilar: Xitoy, Hindiston va Vetnamdir. Xitoy butun dunyo bo'ylab eng katta uy aksessuarlari eksportchisi hisoblanadi va 2015 yil aprel oyida Xitoyda taxminan 70% hunarmandchilik mahsuloti AQShda sotilgan, Hindistonning umumiy hunarmandchilik eksporti uy aksessuarlari mahsulotlari hisoblanadi va 2017 yilda 3,5 milliard dollarga, 30 foizi AQShga 824 mln. AQSH dollar miqdorida eksport qilingan.

Hunarmandchilik mahsulotlarining asosiy xususiyatini uning sotilishida o'sishning asosiy sababi mahsulotning ishlab chiqarilish davrining qisqarirish va yangi dizaynlarni yaratishidir. Hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarining asosiy turlari - mikro ishlab chiqarish korxonalarini bo'lib, ular nodavlat tashkilotlar, kichik ishlab chiqarish korxonalarini, xususiyl sektoriga ega bolgan o'z ustaxonalari mavjud bo'lgan chakana savdo korxonalarini hisoblanadi. Ushbu tadqiqot hunarmandchilik uchun jahon bozorining tahlili va quyidagi tendentsiyalarni namoyish etadi.

Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida rivojlanayotgan mamlakatlardagi hunarmandchilik ishlab chiqaruvchilarining ta'siri:

- Uy aksessuarlari mahsulotlari uchun, ayniqsa yuqori darajadagi bozor o'sib bormoqda. Bu nafaqat G'arb bozorlarida, balki butun mintaqalarda o'rta sinf sifatida o'sishi kutilmoqda aholisi tezda, ayniqsa, Xitoy va Hindistonda kengayib bormoqda.

Rivojlanayotgan mamlakatlardagi hunarmandlar uchun mahsulotlar yaratish uchun juda ko'p va keng imkoniyatlar mavjud bo'lib, ular quyidagilar:

- Xitoy va Hindiston - Osiyo mamlakatlari bilan bir qatorda hozirgi vaqtda hunarmandchilik ustunligi butun dunyo bo'ylab ishlab chiqarilgan mahsulotlar va yaqin kelajakda buni davom ettirishi mumkin. Ularning nufuzi asosan arzon, yuqori hajmli, g'arbda ishlab chiqarilgan mahsulotlarga asoslangan;

- ko'pgina xaridorlar va iste'molchilar Xitoydan tashqari boshqa mamlakatlarda ishlab chiqarilgan noyob mahsulotlarni izlashadi;

Faqat mahalliy loyihalar uchun bozor cheklangan bo'lsa-da, "global uslub" - bu mahsulotlarni birlashtiradigan mahsulotlar zamonaviy dizaynlashtirilgan etnik unsurlar - bu o'sib borayotgan bir toifadir va bu hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari uchun imkoniyatdir;

- past darajali (arzon narxlardagi ustuvor) va yuqori darajali (yuqori sifatli ustunlik) bozorlar o'rtacha (o'rtacha darajadagi o'rtacha sifat) nisbatan turg'un.

Eng past darajali mahsulotlarda raqobat kuchli va ishlab chiqarish qobiliyatini sezilarli darajada talab qiladigan bo'lsada, "hashamatli" bozorda o'ziga xos dizaynlar, yuqori sifat va kichik miqdorlarda ishlab chiqarishga ko'proq e'tibor qaratiladi, narxlashda ko'proq moslashuvchanlikni ta'minlaydi.

Rivojlanayotgan mamlakatlar o'ziga xos materiallardan tayyorlangan mahsulotlarni xarid qiladi: ular sham, yog'ochdan tayyorlangan buyumlar, sun'iy gullar va mevalar, sopol idishlar, shisha idishlar, metall buyumlar va suyakdan yasalgan mahsulotlar.

Xitoy global uy aksessuarlari bozorida eksport qiluvchi sifatida egallab turgan pozitsiyasida bo'lib, soha mutaxassislari ushbu tendentsiyaning yaqin kelajakda o'zgarishiga ishonch hosil qilishadi. Xitoy ulkan ishlab chiqarish quvvati va ish haqi kamligi bilan boshqa davlatlarning ishlab chiqaruvchilari ajralib turadi. Zamonaviy uskunarlar va yuqori mahsuldorlik Xitoyga ishlab chiqaruvchilar katta miqdorda mahsulotni tez, o'z vaqtida va past narxlarda etkazib berishga imkon beradi. Bu kompaniyalar ishlab chiqarishni mexanizatsiyalashda (kesish, saralash, qadoqlash va hokazo) kompyuterorqali bezash va rang berish texnologiyalaridan mukammal va ilg'or foydalanish omkonini beradi. Bunday yangilik Xitoylik ishlab chiqaruvchilarga boshqa mamlakatlardan keltiriladigan qo'lda tayyorlangan naqshlarning yaqin nusxalarini mashina yordamida yaratishga ham imkon yaratadi.

Endi har qanday mahsulotni arzon va samarali Xitoy dunyodagi boshqa joylardan ko'ra ko'proq ishlab chiqarishi mumkin. Samarali ishlab chiqarish va yig'ish qoidalariga qo'shimcha ravishda, Xitoy fabrikalari xaridorning inventarizatsiyasini boshqarish tizimi va aniq spetsifikatsiyalar bo'yicha yorliqlarni, shtrixkodlashni va qadoqlashni aniq ta'minlash va tartibga solishga qodir.

Hozirgi vaqtda Xitoy mahsulotlariga bo'lgan global talab juda yuqori, ba'zi xitoy korxonalarini kerakli malakali ishchilarning yetishmasligi sababli buyurtmalarini bekor qilib, ularni boshqa ishlab chiqarish ob'ektlarini Vetnam kabi mamlakatlarda mavjud bo'lgan malakali mehnatdan foydalanib ochishga undaydi. Xitoyda hukmronlik bozor ham boshqa Osiyo ishlab chiqaruvchilarining o'sishiga olib keldi.

Vyetnam bilan solishtirganda, Hindiston mahsulotni o'z vaqtida yetkazib berishda qiyinchiliklarga duch kelmoqda (yetkazib berish olti yoki etti oygacha davom etishi mumkin). Ammo, Hindiston keng ishlab chiqaruvchilik qobiliyatiga ega va Vyetnam kabi, minimal buyurtmani past miqdorda va o'ziga xos, ko'rinishi Osiyoning rivojlanayotgan boshqa mamlakatlari - Indoneziya, Tailand, Kambodja va Filippin -

“Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o‘shirish sur‘atlarini ta‘minlash: muammolar va yechimlar”

har bir taklif jozibador mahsulot va ko‘nikmalar majmui, ammo umuman Xitoy, Hindiston va Vetnamga qaraganda kamroq raqobatbardosh.

Qabul qiluvchilar ushbu davlatlar taklif qiladigan juda ko‘p narsalar mavjud bo‘lsa-da, narxlar nisbatan yuqori va shunga o‘xshash ko‘plab mahsulotlar Xitoy yoki Vetnamda yanada arzon narxlarda sotilishi mumkin. Indoneziyaning hunarmandchilik mahsulotlari eksporti 2009 yilda 449 million dollardan 2012 yilda 443 million dollargacha qisqardi.

Afrikalik hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari - Gana, Janubiy Afrika, Mozambik, Malavi, Keniya va Tanzaniya -jahon bozorida qator hunarmandchilik mahsulotlarini taklif etmoqda. Janubiy Afrika va Gana eng yuqori eksport qobiliyati va raqobatbardosh dizaynlarga ega. Ularning muvaffaqiyati barqaror yetkazib berishga asoslangan. Gana hunarmandchilik mahsulotlari eksporti 2 mln 2005 yildan 2011 yilgacha 14,9 million dollarni tashkil etgan. Biroq, ganalik ishlab chiqaruvchilar hali ham qiyinchiliklarga duch kelishmoqda. Dizayni bilan bir qatorda, xaridor mahsulot sifatini tez-tez ta‘kidlab turishi, suvga asoslangan polistiralalar va yog‘och yetishmasligi kabi yetishmayotgan texnologiyalardan aziyat chekmoqda[1].

Lotin Amerikasida, Peru, Meksika, Kolumbiya, Gonduras, Gvatemala, Boliviya va El Salvador hunarmandchilikning asosiy eksportchilar hisoblanadi. Meksika va Peruda mahsulotlar sifati va dizayni boyligi bo‘yicha yetakchi hisoblanadi. Gvatemalada ham mukammal dizaynlarga ega, lekin narxlar kamroq raqobatbardosh bo‘lishga moyildir ayniqsa, bozor talablariga javob beradigan, malakali agentlar va eksportchilarning mavjudligi, AQShga eksport qilishda tajribali hunarmandlar, nisbatan barqaror va raqobatbardosh narxlar, mahsulotni o‘z vaqtida yetkazib berish, sifatni nazorat qilish, o‘zgarishlarni amalga oshirishga tayyorlik, xaridor talablari, to‘liq qadoqlash va etiketlash, yaxshi muloqot qobiliyatlari va salohiyati katta hajmdagi mahsulotlarni ishlab chiqaradi. 2005 yilda Peru hunarmandchilik mahsulotlari eksporti 40 mln miqdorda AQShga (39 foiz) va Ekvadorga (11 foiz) bozorlar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Barber, T., & Krivoshlykova, M. (2006). Global market assessment for handicrafts. Washington, United States Agency for International Development.
2. Farmonovna, E. A., Mirjonovna, T. A., & Aminovna, J. G. (2020). National handicrafts and tourism. *Вопросы науки и образования*, (9 (93)), 23-26.
3. Ergasheva, A. (2021). A HANDICRAFT AND TOURISM INDUSTRY. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 3(3).
4. Farmonovna, E. A., Matyakubovna, K. M., & Habibulloevna, K. S. (2020). The role of the tourism national crafts in Bukhara region. *European science*, (1 (50)), 15-16.
5. Farmonovna, E. A. (2021). Impact of Globalization in a Handicraft Perspective in Uzbekistan. *Spanish Journal of Innovation and Integrity*, 1, 9-13.
6. Эргашева, А. (2021). Globalizatsioning hunarmandchilik istiqboliga ta'siri. *Центр научных публикаций (buxdu. uz)*, 8(8).
7. Эргашева, А. (2023). Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini sotishda raqamli marketing o'rni. *Центр научных публикаций (buxdu. uz)*, 31(31).

EN 2020, 100% DES TOURISTES SERONT PARTIS

François Perroy -directeur de l'agence Emotio Tourisme

Ah qu'il est bon de tourner la page d'une année et d'une décennie. On repart tout neuf. C'est chouette le matin du 1er janvier. On vient juste de quitter ses amis mais c'était déjà l'an dernier, une autre décennie. Et ce premier jour de notre nouvelle révolution autour du soleil est propice à s'interroger sur les tendances du moment et celles à venir. Bon, la décennie qui s'ouvre vaut son pesant d'incertitudes, mais le monde est résilient si l'on en croit les écrits qui nous rappellent que la moitié de la population européenne est morte de la peste au Moyen-Age (on est toujours là, très nombreux et désormais on étudie tout, absolument tout avec des moyens considérables : je vous recommande ce livre documenté et drôlatique, *Psychologie de la connerie*, pour libérer vos tensions du mois de Janus, un dieu à deux têtes, l'une regardant vers l'arrière et l'autre vers l'avant, le mois qui lui était consacré, *januarius mensis*, marquant le passage d'une année à l'autre). Je ne vous ai pas perdu ? Et fait intéressant au passage, les vagues suivantes de peste auront eu pour origine une variation climatique (tiens tiens) et seront arrivés d'Asie par les ports. Bref, j'en viens au fait touristique.

Prospective dans le rétroviseur. J'ai repris un formidable rapport, *Le tourisme des années 2020*, édité par le Conseil National du Tourisme et le Secrétaire d'Etat chargé (énumération)... et du tourisme, publié voilà une dizaine d'années. Il constituait une forme de suite au rapport *Réinventer les vacances* :

“Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o‘shirish sur‘atlarini ta‘minlash: muammolar va yechimlar”

RAQOBATBARDOSH MUHITDA MEHMONXONALARDA SIFATLI XIZMAT KO‘RSATISHNING MUHIM JIHATLARI. <i>Davronov Istamxo‘ja Olimovich</i>	85
RAQAMLI TRANSPORT XIZMATLARI SIFATINI MOBIL ILOVALARDAN FOYDALANIB OSHIRISH (UzTransport va UzTmyBus mobil ilovalari misolida). <i>Farmanov Erkin Alimovich</i>	87
O‘ZBEKISTONNING EKOTURIZM RESURLARI: KAMCHILIK VA ISTIQBOLLARI. <i>Ruziyeva Maxbuba Tulkinova, Maxmadiyev Abdukarim To‘xtamish o‘g‘li</i>	90
ЖАҲОНДА ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИНИНГ РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧЛАРИ ВА ҲОЗИРГИ ҲОЛАТИ ТАҲЛИЛИ. <i>Тухтаев Умиджон Шухратович</i>	91
ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ ҲУҚУҚИЙ-ИНСТИТУЦИОНАЛ АСОСЛАРИ. <i>Тухтаев Умиджон Шухратович</i>	93
WELLNESS TURIZMI RIVOJLANISHINING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI. <i>Alimova Shaxnoza Oktyamovna</i>	98
BUXORO DESTINASIYALARIDA FAOLIYAT YURITAYOTGAN TUROPERATORLAR FAOLIYATI TAHLILI. <i>Ashurova Maftuna Sharifovna</i>	100
BUXORO VILOYATIDAGI DIQQATGA SAZOVOR JOYLARGA TRANSPORT XIZMATLARI VA HARAKATCHANLIGI TAHLILI. <i>Axmatova Mohigul Ergash qizi</i>	102
MINTAQADA TURIZMNING BARQAROR RIVOJLANISHIDA KADRLAR MALAKASINI OSHIRISH MASALALARI. <i>Kadirova Shafoat Xabibulloyevna</i>	104
PROSPECTS OF MARKETING COMMUNICATION TOOLS FOR CULTURAL TOURISM IN UZBEKISTAN (BUKHARA REGION) <i>Radjabov Odil Olimovich, Mambetkadirova Gulnar</i>	105
TURISTIK OQIMNING O‘SHIRISHIDA TRANSPORTLARNING AHAMIYATI. <i>Kadirova Shafoat Xabibulloyevna</i>	108
MEHMONXONA BIZNESIDAGI MARKETING FAOLIYATINING MOHIYATI. O‘roqova Dilfuza Bahriddinovna , <i>Sadikova Nargiza Maxsudovna</i>	110
ONLINE TURISTIK BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYASI VA ISTIQBOL PARAMETRLARI. <i>Nasriddinov Shohrux Zayni o‘g‘li</i>	112
DÉVELOPPER LE TOURISME EN FRANCE EST UNE PRIORITÉ. <i>Ivan Samson</i>	114
O‘ZBEKISTONDA EKOTURIZMNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI VA UNDA SAMARALI FOYDALANISH YO‘LLARI. <i>Malikova Shaira Baxtiyorovna</i>	115
TURIZMNI RIVOJLANTIRISH DOLZARB MASALA. <i>Axrorova Nafisabonu Olimjonovna</i> ..	118
DIGITALISATION AND SUSTAINABLE TOURISM: ENHANCED BENEFITS. <i>Sayfulayeva Madina Sirojiddinovna</i>	120
HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARI BOZORIGA XIZMAT KO‘RSATISHNING RIVOJLANISHINI HOZIRGI DARAJASI. <i>Ergasheva Aziza Farmonovna</i>	122
EN 2020, 100% DES TOURISTES SERONT PARTIS. <i>François Perroy</i>	124
Turistik destinatsiyalar mohiyatiga yondashuvlar va turistik destinatsiyalar shakllanishining nazariy-uslubiy jihatlari. <i>Hamidov Saidjon Komilovich</i>	126
Turizm xizmatlar bozorida raqobatbardoshlikni oshirishda marketing strategiyalari. <i>Qodirov Azizjon Anvarovich</i>	129
O‘ZBEKISTONDA SANATORIYALAR FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH MASALALARI. <i>Umirov Jasurbek Temirquliyevich</i>	133
TURISTIK RAQOBATBARDOSHLIKNI TA‘MINLOVCHI KOMPLEKS CHORA-TADBIRLARNI ISHLAB CHIQUISH (“AUTHENTIC TRAVEL” MCHJ misolida) <i>O‘roqova Dilfuza Bahriddinovna</i> ...	136
III sho‘ba. Iqtisodiyot tarmoqlarida barqaror yuqori o‘shirish sur‘atlarini ta‘minlash va ularning energiya samaradorligini oshirish	139
BUXORO VILOYATIDA QISHLOQ XO‘JALIGINI ISHLAB CHIQUARISHINING EKOLOGICALASHTIRISH DARAJASINI OSHIRISH. <i>D.Sh.Yavmutov</i>	140
QISHLOQ XO‘JALIGIDA AGROSANOAT KLASTERINI TASHKIL ETISH METODIKASI. <i>A.J.Abdulloyev</i>	143
QISHLOQ XO‘JALIGINI KLASTERLASHNING XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASI. <i>A.J.Abdulloyev</i>	146
O‘ZBEKISTONDA QURILISH KORXONALARINING INVESTITSION JOZIBADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI. <i>Boltayev Umiddjon Talant o‘g‘li</i>	148
MAMLAKATIMIZDA PULLAR TAKLIFINI TARTIBGA SOLISH VA MILLIY VALYUTANI BARQARORLASHTIRISH MASALALARI. <i>Olimova Nodira Xamrakulovna, Sotvoldiyev Nurmuhhammad Nematjonovich</i>	150