

XOLIQULOV ANVAR NEMATOVICH



XIZMAT KO'RSATISH
KORXONALARI
SAMARADORLIGINI TAHLIL
QILISHNING METODOLOGIYASINI
TAKOMILLASHTIRISH
YO'NALISHLARI

MONOGRAFIYA

SAMARQAND - 2023

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

XOLIQULOV ANVAR NEMATOVICH

**XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARI
SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISHNING
METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH
YO‘NALISHLARI**

Samarqand – 2023

UO'K: 338.46:334.716-048.32

X-71

KBK: 65.05

Xoliqulov A.N.

Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini tahlil qilishning metodologiyasini takomillashtirish yo'nalishlari [Matn]: monografiya / Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: "STEP-SEL" MChJ. Nashriyoti, 2023 - 276 bet.

Taqrizchilar: K.B.Urazov – SamISI professori, i.f.d.

D.Q.Usmanova - SamDU dotsenti, i.f.n.

Monografiyada innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida dunyoning turli mamlakatlarida xizmat ko'rsatish faoliyati va bu soha rivojlanishining tarixiy bosqichlari, jamiyatda zamonaviy turdagi xizmatlar va servis faoliyati, milliy iqtisodiyotini rivojlantirishda xizmat ko'rsatish korxonalarining o'rnini, ularning samaradorligini tahlil qilishning nazariy masalalari, xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi, ularning tasnifi, aniqlash va tahlil qilish yo'llari, xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar tahlili va xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari va istiqbollari kabi masalalar qarab chiqilgan.

Ish ilmiy xodimlarga, doktorant, amaliyotchi olimlar va boshqa tadqiqotchilarga mo'ljallangan. Undan oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi ta'lim muassasalari professor-o'qituvchilari va talabalari hamda xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiy samaradorligi bilan shug'ullunuvchi mutaxassislar foydalanishlari mumkin.

Monografiya institut Kengashida 2023-yil 30-avgustdagi majlisda muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (30.09.2023-yil 1-sonli majlis bayoni).

ISBN: 978-9910-9795-6-9

© Xoliqulov A.N. SamISI. 2023 y.

© "STEP-SEL" MChJ. Nashriyoti. 2023 y.

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Insonlar hayot darajasi va sifatini yaxshilashda xizmatlar sohasining o‘rni beqiyosdir. Shu bois ham dunyo mamlakatlari miqyosida ushbu soha muttasil rivojlanib bormoqda. Xizmat sohasini rivojlantirishga mamlakatimizda ham katta ahamiyat berilmoqda. Chunonchi, 2023 yilga borib 2020 yilga nisbatan 2,1 baravarga oshirish ko‘zda tutilgan¹.

Hozirgi kunda mazkur soha shunchalik keng qamrovli soha bo‘lib bormoqdaki, soha yetib bormagan biror bir jabha yo‘q. Qishloq xo‘jaligi, ta‘lim, avtotransport, moliya, sog‘liqni saqlash, aloqa va axborotlashtirish, turizm, yashash va ovqatlanish, ko‘chmas mulk bilan bog‘liq xizmatlar, kompyuter va maishiy tovarlarni ta‘mirlash bo‘yicha xizmatlar, me‘morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar, insonlarning o‘zaro muloqoti va hokazo. Umuman olganda buni uzoq davom ettirish mumkin. Shular bilan birga bu soha, nisbatan kam investitsiya evaziga tezda yangi ish o‘rinlarini yarata olish imkoniyati ham sohaning muhim jihati hisoblanadi. Yana bir ahamiyatli tomoni, aksariyat ish o‘rinlari katta malaka va bilim talab qilmaydi. Mana shu tomonlama ham kambag‘al aholi qatlami mavjud mamlakatlar uchun ishsizlik va kamdaromadlik muammosini tezroq bartaraf etishda ushbu sohani rivojlantirish katta imkoniyatlar eshigini ochadi.

Respublikamizda xizmat ko‘rsatish sohasi bozor munosabatlarining shakllanishi va chuqurlashib borishi bilan yanada rivojlantirish, unda raqobat muhitini vujudga keltirish, hozirgi murakkab sharoitda kun tartibiga turli yangi va o‘ta muhim masalalarni qo‘ymoqda. Albatta har bir korxonada sof raqobatda yutib chiqishi uchun xizmat ko‘rsatish korxonalari samaradorligini oshirish bo‘yicha tahlil o‘tkazish lozim. Buning uchun xizmat ko‘rsatish korxonalari samaradorligi tahlilini takomillashtirishning nazariy va uslubiy asoslari masalasi o‘ta muhim o‘rin tutadi.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”. 11.05.2021. <https://lex.uz/ru/docs/5421233>

Hozirgi raqamli va innovatsion iqtisodiyot sharoitida, ayniqsa pandemiya kuzatilayotgan bir vaqtda, mamlakatimiz aholisiga xizmat ko'rsatish sohasini yanada kengaytirish, ayniqsa xizmatlar sifatini oshirib borish g'oyat muhim ahamiyatga ega. Bunda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish va bu sohaning samaradorligini muntazam ravishda tahlilini o'tkazish orqali rentabelligini oshirish yo'llarini ko'rsatib berish alohida ahamiyatga ega. Eng avvalo xizmatlar sohasida samaradorlikni oshirish uchun, ko'rsatiladigan xizmatlar jahon standartlari talablariga javob beradigan darajada bo'lishi lozim. Shuning uchun ham mavjud xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligi tahlilini o'tkazish, buning xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligi tahlilini takomillashtirishning nazariy va uslubiy asoslari to'liq ishlab chiqish, ularni alohida tadqiq qilishni, ilmiy jihatdan asoslangan taklif va tavsiyalarni ishlab chiqishni taqozo qiladi. Shulardan kelib chiqib, xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligi tahlilini takomillashtirishning nazariy va uslubiy asoslarini ishlab chiqish zarurligi tadqiqot mavzusining dolzarbligini belgilaydi.

I BOB. DUNYONING TURLI MAMLAKATLARIDA XIZMAT KO'RSATISH FAOLIYATI VA BU SOHA RIVOJLANISHINING TARIXIY BOSQICHLARI

1.1. Ibtidoiy madaniyat va qadimiy uyushmalarda iqtisodiy vazifa va mashg'ulotlarni taqsimlanishi

Bugungi kunda xizmat ko'rsatish sohasiga tarixan borib bog'lanayotgan faoliyatni paydo bo'lishi va shakllanishining tahlili uchun uni xo'jalik faoliyatini asosiy tarkibiy qismi sifatida, qaysi tarixiy bosqichda va qanday yo'llar bilan paydo bo'lgani haqidagi masala ancha ahamiyatga molikdir. Iqtisodiy jamoa yoki olimlarning ta'riflashicha, yozma tarix paydo bo'lgunicha bo'lgan davrda xo'jalik qanday bo'lganligi haqida fandagi mavjud bo'lgan ma'suliyatlar kam va to'liq emas. Bunday uyushmalarning tarixgacha deb atalishiga sabab, o'sha davrda bo'lgan odamlarga yozuv bo'lmaganligi va o'zlari haqida yozma manbalarda ma'lumot qoldirmaganidadir.

Ibtidoiy odamlarning har xil turdagi xo'jaliklari tahliliga e'tibor bermagan holda bundan 35-40 ming yillar oldin yashagan odamlarning bevosita ajdodlari qanday yashaganlar, tirikchilik manbalari nimadan iborat bo'lganligini ko'rib chiqqanlar. Bugungi kunda arxiologlar yordamida uzoq o'tmishimizni odamlarning hayot faoliyatini rekonstruksiya qilish orqali qadimgi odamlarning qator muhim faoliyatlari harakteristikasi aniqlandi.

U davrning odamlari olovdan, mehnat qurollaridan foydalanganlar. O'simlik va mevalarni, ziravorlarni yig'ish oziq-ovqat topishning asosiy yo'li bo'lgan. Ammo ibtidoiy jamoalar o'simlik

yig'ishdan asta sekinlik bilan ishlab chiqaruvchi xo'jalikga o'tganlar. Bularning natijasida ov qilish, chorvachilik, hamda dehqonchilik bilan shug'ullanuvchilar o'zaro aloqada bo'lishi odamlarga nutq va nutqiy aloqa paydo bo'lgan va rivojlangan, jamoa ichida uncha katta bo'lmagan odamlar kollektivi (ona va bola, qarindoshlar va boshqalar) shakllana boshlaydi. Shuningdek, birga xo'jalik yurutuvchi ancha katta birlashmalar (ovchilar, ayollar birlashmalari) shakllana boshladi. O'sha vaqtlarda insonning rivojlanishida uning fikrlashi, u bilan bog'liq bo'lgan obrazlar, odob normalari, ta'qiqlar, an'analar, bir so'z bilan aytganda ijtimoiy muxitni xayvonlar to'dasidan keskin farqlovchi omillarning ahamiyati katta edi. Insonning ongi va fakrlashining o'zgarishi jamiyatda mifologiya, ruxlarga ishonishi kabi finominlarni paydo bo'lishiga olib keldi.

Ibtidoiy jamoviy afsonalarida insonning dunyo hamda o'zi haqidagi tasavurlari aks etkan, shuningdek keyinchalik diniy tizimni tashkil etilishiga asos bo'lgan obrazlar va bilimlar shakllana boshladi. Mifologiya, shuningdek, dunyoni jamoa bo'lib o'rganish uni qabul qilishning badiiy-estetik usuli sifatida xizmat qildi. Unga shuningdek, qudratli yaratuvchilik amaliyotining boshlanishi mavjud edi.

Sehrgarlik amaliyoti yanada ko'p vazifali edi. Masalan, o'sha davr odami uchun sexr uncha noma'lum olam bilan aloqa o'rnatilib murakab muamolarni muvaffaqiyatli yechishga yordam beradigandek tuyulardi. Bugun biz tan olishimiz kerakki, sehrgarlik o'zini o'rab turgan olamda o'ziga ishonishga imkon berdi. Boshqacha qilib aytganda, sehrgarlik amaliyoti inson ruhiyatini boshqarish, ichki

munosabatlarga va ijtimoiy aloqalar tartibga solish mexanizmi bo‘lib xizmat qildi.

Ibtidoiy jamoalarga ko‘p qirrali xo‘jalik mashg‘ulotlari, estetik jamiyat (sanoat) kabi inson amaliyotining sohalarida mehnat haqi taqsimlanmagan. Turli faoliyatlar orasidagi chegara aniqlanmagan edi. Bunday holat ilk davrlarda inson faoliyatining shakllanmaganligi, faoliyat turlari bir-biriga kirishib ketganligi haqida gapirishga imkon beradi.

Bugun biz xo‘jalik amaliyoti deb nomlayotgan faoliyat o‘sha sodd shakllarda o‘sha davrlarda ham mavjud bo‘lgan “Toza holda” xizmatlar bilan bog‘liq bo‘lgan faoliyat bo‘lmagan. Jamoaning har bir a‘zosi kollektiv mehnat turlarida, o‘z-o‘ziga xizmat qilishda ishtirok etgan har bir inson boshqalar bilan bir qatorda yashash uchun zarur bo‘lgan mahsulotlarni yig‘ish, ov qilish, ovqat pishirgan turli marosimlarda ishtirok etgan.

Shunday qilib, ibtidoiy jamoa vaqtida mehnatni taqsimlashning ilk kurtaklari mavjud bo‘lgan. Bu jamiyat rivojining ma’lum bosqichida turli mashg‘ulotlarni turiga qarab taqsimlashgan, odamlarning jinsi yoki yoshi bilan bog‘liq ijtimoiy roli va mavqeyi tayinlangan. Bunday taqsimot insonlar o‘tasidagi munosabatlarda quyi mansabdorlarni yuqori mansabdorlarga bosqichma-bosqich bo‘ysunishni paydo qildi, shuningdek, odamlarning turli-tuman shaxsiy sifatlarini yozib borardi. Kuchli erkaklar hayvon ovlar, ayollar esa bolalar tarbiyasi bilan shug‘ullanar, ovqat tayyorlardilar. Yoshlar kattalardan o‘rganardilar. Xavfli holatlarda aqllilar va topqir odamlar jamoani vaziyatdan olib chiqar, boshqalarga nisbatan hurmatga loyiq

edilar. Qunt bilan bajarilishi lozim boʻlgan bir xil ish jarayonida sabr-toqat bilan berilib ishlaydigan odamlar betoqat odamlarga nisbatan yaxshi natijalarga erishardilar. Bularning hammasi kelajakda mehnatni taqsimlashda, mashgʻulotlarni turlarga boʻlishda alohida ahamiyat kashf etadi.

Ibtidoiy madaniyatning soʻngi bosqichlarida xoʻjalik mashgʻulotlarining murakkab turlari mavjud boʻlib, anchagina funksional ahamiyatga ega boʻlgan mavqei roli faoliyat koʻrsatar edi. Gap doim qabila boshligʻi, lider (yetakchi) haqida boradi, hozirgi zamon taʼbiri bilan aytganda tabiiy xazina yaratuvchilar (sanoat mustaqil yoʻnalishi sifatida hali shakllanmagan edi), baxshilar, qoyatoshlardagi surʼatlar mualliflari, musiqa ijro etuvchilar haqida bormoqda.

Shunday qilib ijtimoiy faol hayotning yuqorida koʻrsatilgan vakillari ayrim xizmat koʻrsatish elementlari bir necha yillardan keyin xizmat koʻrsatishning sohasini boshqaradilar va u bilan bogʻliq boʻladilar. Shuni alohida qayd etish lozimki, insonlar faoliyatining ayrim qirralari oilaviy yoki doʻstona munosabatlar doirasida emas, balki jamiyat aloqalari doirasida shakllangan, chunki yetakchi, yoki baxshining faoliyatiga butun jamiyat muxtoj boʻlgan. Bu oʻz-oʻziga xizmat qilish oʻzaro yordam koʻrsatish bilan bir qatorda asta-sekinlik bilan koʻpchilikka birdan xizmat qilish maqsad qilingan, ana shular natijasida turli xildagi jamoa xizmat turlari mustahkamlanib bordi. Bu holat shu xizmatlarni ixtisoslashishiga olib keldi.

Ammo, u vaqtlarda bozor munosabatlari yoki bunday faoliyatning turli koʻrinishlari bilan shugʻullanishga majburiyat yoʻq

edi. O'sha vaqtlarda ko'rsatilgan mashg'ulot turlari bilan qo'lidan kelgan odamlar ixtiyoriy ravishda shug'ullanganlar.

Shunday qilib ko'rsatilgan faoliyat turlari bajarilishi zarur bo'lgan obektiv sharoitdan o'sib chiqqan, jamiyat oldida o'zgarib borayotgan hayot sharoitiga moslashish va o'zini rivijlantirishning takomillashgan shakllarini ishlab chiqish vazifasi doim turgan.

Shaman faoliyatining o'ziga xos tomonlarini ko'rib chiqamiz. Shomanizm dunyoning ko'pgina regionlarida paydo bo'lgan bo'lsa ham ma'lum turdagi jamiyat ,ovchilik va yig'uvchanlik bilan shug'ullangan oddiy ko'chmanchi qabilalarda uchraydi, qishloq xo'jaligida bu yerlarda past rivojlangan. Bunday turdagi jamiyatda siyosiy va sinfiy tizim bo'lmagan.

Shaman ham tabib, ham marosim boshqaruvchisi, afsonalarni saqlovchi, ruxlarning xo'jayini kabi ko'plab ham ruxiy ham dunyoviy vazifalarni bajargan, ko'plab vazifalarni ijtimoiy rollarni bajarib, shamanlar o'z qabilasi hayotiga hal qiluvchi ta'sir etgan.

Jamiyatning rivojlanishi va murakkablashuvi natijasida vaziyat tubdan o'zgardi. O'troq hayot va qishloq xo'jaligi siyosiy va sinfiy tabaqalarning paydo bo'lishi bilan shamanlar yo'q bo'lib qoldi.

Uning o'rnini u yoki bu rolini zimmasiga olgan muttaxislar egallaydilar. Shamanlar o'rniga tabiblar, ruxoniylar, afsungarlar paydo bo'ldi. Bu holat bizning jamiyatimizga keng profilli vrachlar tugatilib ixtisoslashgan tor profilli vrachlarning paydo bo'lishiga o'xshab ketadi.

Bizning davrimizda ham janubiy Amerikaning markazida, Afrika, Avstraliya, amerika va yevropa qit'alarining cheka shimoliy

mintaqalarida yuqorida yashash tarzini tasvirlagan hayoti ibtidoiy jamiyat odamlari hayotini eslatadigan xalqlar saqlanib qolgan. Bugungi kunga kelib ibtidoiy odamlar haqidagi bilimlarimizni umumlashtirib shuni aytishimiz mumkinki, bu davrda yashagan odamlarga rivojlangan xo‘jalik faoliyati mavjud bo‘lmagan ularning mehnatga asosan yerdagi bioresurslarni (tabiiy resurslarni) o‘zlashtirishga, murakkab bo‘lmagan ishlab chiqarishni o‘rganishga yo‘naltirilgan. U davrlarda jamoat yoki xo‘jalik mehnatning aniq chegaralangan taqsimoti mavjud bo‘lmagan. Tarixgacha bo‘lgan davrlarda munosabatlar asosan o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish va o‘zaro yordamga asoslangan. Ammo o‘sha davrdayoq jamoa mehnatni ajratish va ixtisoslashtirish uchun obektiv asos mavjud bo‘lgan, keyinchalik u xizmat va servis faoliyatiga aylangan.

1.2. Qadimgi dunyo jamiyatlarida xizmat ko‘rsatishning paydo bo‘lishi va rivojlanishi.

Qadimgi dunyo jamiyatlarida dunyoning yirik mintaqalari nil daryosi vodiysi, yo‘lbars efrat, hind, xuanxe shuningdek G‘arbiy Yevropaning janubida tarixgacha davrdayoq hosil bo‘lgan xalqlar va davlatlar kirganligi haqida yozma manbalarda qayd etiladi. Bu davrga bizning eramizgacha bo‘lgan 3000-4000 yillar va bizning eramizning 5-asri kiradi, insoniyat tarixini bundan katta davrning ilk bosqichida odamlar mehnatning prinsipial yangi turlarini o‘zlashtirdilar: ular ko‘chmanchilikdan o‘troq hayot tarziga o‘tdilar, qulolchilik aylanasi yaratdilar, metal eritishni o‘zlashtirdilar, yozuvni ishlab chiqdilar.

Ammo yuqorida eslab o'tgan yangiliklar asta-sekinlik bilan ko'p asrlar davomida, o'sha davrda yashagan avlod uchun sezilmas darajada tuyuldi va rivojlandi. O'sha davrda aniq olingan odamlarning hayoti avvaldagidek urf-odatlar, an'analar asosida kechirishdi. Shuning uchun bunday birlashmalar ko'pligi an'anaviy uyushma – bu yerda hayot tarzi va kundalik amaliyot an'anaviylik prinsiplariga liq to'liq, ya'ni faoliyat normalari odatdagiday, tasavvur turg'un, ma'naviy boyliklar an'anasidir.

Qadimgi dunyoning buyuk madaniyatlari – qadimgi Misr, Mesopotamiya, Qadimgi Hindiston, Qadimgi Xitoy, antik olam, qadimgi Gresiya, Qadimgi Rim kabi buyuk madaniyatlar ham o'sha an'anaviylik asosida yaratilgan. Hozigi zamon olimlari ilmiy fakt va nazariy bilimlarga ega bo'lgan holda qadimgi dunyo uyushmalarini tarixgacha bo'lgan uyushmalari asosiy farqlarini aniqladilar.

Bu farqlar quyidagilarda namoyon bo'ladilar:

- Jamoat amaliyotini tashkil qilish va boshqarishning davlat huquqiy normalari shakllana boshladi.
- Xususiy mulkchilik rivojlandi. Bu iqtisodiy va ijtimoiy tabaqalarga olib keldi. Quldorlik jamiyati paydo bo'ldi.
- Xo'jalik amaliyotida tovar-bozor munosabatlarining o'ta sodda elementlari paydo bo'la boshlaydi, bu holat mehnat taqsimotini chuqurlashtirdi, yirik xo'jalik, savdo, hunarmandchilik va boshqalar paydo bo'ldi.
- Ko'plab yangi mashg'ulotlar va kasblar paydo bo'ldi yozuv bilan, davlat boshqaruvchisi va huquqiy faoliyat bilan bog'liq bo'lgan kasblar va boshqalar shular jumlasidandir.

- ma'naviy faoliyatning turg'un shakllari rivojlandi. Ularning vakillari avvalo dindorlar, ba'diy estetik boyliklar yaratuvchi rassomlar san'atkorlar va musiqachilardir.

- bir tomondan katta ijtimoiy uyushmalar (xalqlar, davlatlar shaharlardir): ikkinchi tomondan kichik ijtimoiy yacheyka- oila, pul shakllandi.

- diqqatga sazovor tomoni shundaki, qadimdayoq davlat va huquqiy tuzum tomonidan jamoat xizmatlari paydo bo'ldi va rivojlana boshladi, bungacha yetib kelgan eng qadimgi huquqiy kodekslardan biri eramizdan oldin 1792-1750 yillarda Bobilda hukmronlik qilgan shoh Hamuraki tomonidan yaratilgan qonunlar edi. Qora basalt (shisha simon vulqon tog' jinsi) ustiga o'yib yozilgan huquq kodeksi Bobilda bozor maydoniga o'rnatilgan edi. Bu ustunda bugun biz faoliyatni xizmat sohasiga kiritgan qator muttaxislarni ishini reglamentga (qat'iy tartibga solish) uchun tarixda qilingan ilk urinish desak bo'ladi. Ustunda ko'rsatilishicha, quruvchi qurgan uy qulab tushib, uy sohibini bosib qolsa quruvchi o'limga mahkum etilgan. Vrach yomon operatsiya qilsa qo'li kesib tashlangan.

Qadimgi dunyo ma'daniy hayotda turli xizmatlar faoliyatlarini paydo bo'linishini aniqlab bergan anchagina shart sharoitlar mavjud bo'lgan. Bu davrda inson hayotining turli sohalarida uchraydigan, bugungi kunda mavjud bo'lgan turli holdagi xizmatlar shakllandi va faoliyat ko'rsata boshladi. Bular quyidagilardir:

- Iqtisodiy munosabatlar sohasida (hunarmandchilik) ishlab chiqarishda, savdo, pul aylanishi va boshqalarda.

- Davlat – huquqiy munosabatlar sohasida

- Ma'naviyat, badiy-estetik talablar sohasida
- Maishiy hayot va shaxsiy talablarni qondirishda

Qadimgi savdo- iqtisodiy xizmat shakllari, ko'p sifatlari bilan bugungi zamonaviy talablarga javob berishi mumkin edi. Bularga savdo va pul munosabatlari rivoji yuqori darajada bo'lganligi bilan qadimgi boshqa birlashmalaridagi tubdan ajralib turgan qadimgi gresiya shaharlarini misol qilib ko'rsatsak bo'ladi. Grek shaharlarida bozor odatda bosh maydonda joylashgan. Ayrim hollarda bozor uchun alohida maxsus bino quriladi. Masalan Afinada bizning eramizgacha bo'lgan 5 asrda un va don sotish uchun maxsus savdo rastalari qurilgan. Bozorda hunarmandlar, kulollar, teriga ishlov beruvchilar, qurolsozlar, uy jihozlarini yasovchilar va boshqalar o'z mahsulotlarini olib chiqardilar. Shuningdek, yon atrofda joylashgan sabzavot va mevalar shuningdek, parranda va qushlar bilan savdo qiluvchilar o'z mahsulotlarini shu olib chiqishganlar.

Gresiya shaharlarida bozorni boshqaruvchi va boshqa amaldorlar saylab qo'yilgan. Ularning vazifasi bozordagi tartibni, xazinaga bozordan tushadigan pullarni, sotilayotgan mahsulotlarning sifatini nazorat qilish bo'lgan. Hokimyat savdo jarayonidagi operatsiyalarga o'lchov birliklarini va tarozini to'g'ri bo'lishini jiddiy nazorat qilganlar. Ammo amaldorlar u yoki bu tovarni sotish qoidalarini belgilasa ham chakana savdo operatsiyalariga aralashmaganlar.

Shu bilan birga qadimgi dunyodagi ayrim xizmatlar, bugungi kun nazari bilan qaralsa, ekzotik ko'rinishga ega bo'lgan masalan qadimiy Gresiya tovar ishlab chiqarish (oziq-ovqat, hunarmandchilik bo'lganlari ko'pincha sotish yoki boshqa turdagi zarur tovarga

ayriboshlash bilan aralash holda olib boriladi. Bozor maydonida maxsus joy qul savdosi uchun ajratilardi. Shu yerning o'zida o'z xizmatchilarini tavsiya qiluvchi, ishsiz oshpaz, sartarosh va boshqalar ishga yollanardilar.

Qadimgi dunyo madaniyatida savdo va maishiy xizmatlardan tashqari hunarmandchilik bilan bog'liq bo'lgan ko'plab mashg'ulotlar va bugungi kun ta'biri bilan aytganda yuqori malakali tayyorgarlikni talab qiluvchi ishlar paydo bo'ldi. O'rta yer dengizi shaharlarida tosh o'yuvchilar, haykaltaroshlar, nusxa ko'chiruvchilar, oshxona va sariylar egalari ishlaganlar.

Qadimgi Xitoyda boshqa madaniyatlarda ma'lum bo'lgan kasblar paydo bo'lgandi. Xitoy bezak buyumlari va amaliy sana'tga shon-shuhrati, fil suyagiga o'yib ishlov beruvchilar, bo'yoqchi muttaxislar, shoyi matolar va chinni idishlar ishlab chiqaruvchilar olib keldi. Xitoyda jang qilish san'atiga, ruxiy va jismoniy yetuklikga erishish yo'llarini o'rgatuvchi markazlar va manastirlar mavjud bo'lgan.

Qadimgi Hindistonda budda manastirlari ma'lum vaqtga oq-suyak o'quvchilarni o'qitish uchun qabul qilgan. Tarki dunyo qilishni istamagan o'smirlar bu yerda jismoniy va axloqiy takomillashuvining boshlang'ich ko'rigini o'tganlar, falsafiy bilimlarining ma'lum qismi bilan tanishganlar va bunga mustaqil hayot yo'liga asosiy bosqich sifatida qaralgan.

Qadimgi Yunonistonlik va rimliklarga sport musabogasida qatnashishni istaganlar uchun notiqlik san'ati va falsafa, aktyorlik mahorati asoslariga o'rgatuvchi maxsus o'qituvchilar bo'lgan. Bunday

o'qishlar to'lov asosida olib borilgan. Yuqorida keltirilgan misollar shuni ko'rsatadiki, biz o'rganayotgan tarixiy davrda oiladan tashqaridagi xizmatlar xo'jalik va ijtimoiy amaliyotning ajralmas qismiga aylanib borayotganligi haqida ma'lumot beradi. Shuni doim esda tutish lozimki, xizmatlar uchun pul to'langan holda ham ular hali xizmatlarni bozor shakllarini aks ettirmas edi. Chunki bozor munosabatlari endi paydo bo'la boshlagan edi. O'sha uzoq o'tmishda xizmat ko'rsatishdan maqsad ko'proq daromad qilish, ko'proq mijozlarni jalb etish, bu sohada yetakchi muttaxis bo'lish bo'lmagan. Har qanday ish mashg'ulot tirikchilik o'tkazish, oilani boqish usuli hisoblangan. Uzoq o'tmishdagi shahar aholisining asosiy qismi o'zining kamtarona hayotiy to'qligini tabiiy holat sifatida qabul qilgan va uni yaxshi tomonga o'zgartirishga harakat qilmagan.

Qadimgi dunyoda undan tashqari ko'rsatilgan xizmatlar bilan bir qatorda ko'p xizmatlar oila doirasida ko'rsatilganligi o'z-o'zini ta'minlash va o'z-o'ziga xizmat qilish mexanizmlarini saqlanib qolganligidan dalolat beradi. Qadimgi dunyodagi qabilalarda oila yagona uy xo'jaligi sifatida faoliyat ko'rsatgan. Ammo, u davrdagi, ayniqsa rivojlanishning ilk bosqichlaridagi oilani bugungi shahar oilalari bilan tenglashtirib bo'lmaydi. An'anaviy oila bu – qarindoshlar, oila a'zolari va uy xizmatchilaridan iborat katta jamoadir. Qadimgi boy oilalarda xizmatkorlar vazifasini qullar bajarishgan. Keyinchalik o'rta asrlarda g'arbga bu vazifa krepostnoy xizmatchilarga yangi davrga esa yollangan xizmatkorlarga o'tdi. Xususiy hayot har qanday an'anaviy madaniyatda (balki qadimga Rim madaniyatidan tashqari) asosan o'z qobig'ida xizmatkorlari, qullari

bilan yarim natural uy xo'jaligi tarzida o'tadi. Agar an'anaviy madaniyatning oddiy a'zosi haqida gap ketsa uning bo'sh vaqti umuman yo'q edi. Boshqacha qilib aytganda, kun, hafta, oylar davomida ish uchun tayinlangan ma'lum vaqt bo'lmagan, mehnat majburiyatini bajarish uchun kunning yorug' vaqti ajratilgan. Shuningdek ishlab chiqarish mehnati bilan uydagi majburiyatlarni bajarish o'rtasida chegara yo'q edi. Insonning hamma vaqti oilaviy-mehnat majburiyatlari bilan liq to'la bo'lib, jismoniy dam olish, uyqu bilan almashinib turardi.

Ko'p odamlarda bunday ko'p uzoq dam olish, bo'sh kunlar ajratish, uzoq sayoxatlar qilishga imkoniyati yo'qligidan bir umr shu tarzda hayot kechirganlar .

Yuqori sinf vakillari, kasb egalari, ijodkorlar o'z ishlarining mohir ustalari uchun kundalik turmush tarzi boshqacharoq bo'lgan, birinchidan ularning ko'pchiligi o'zlari uchun muhim yoki yoqimli mashg'ulotlar vaqtidagina diqqatini jamlay olgan, ikkinchidan, ular o'zlariga to'la qaram bo'lgan qullar, yollangan ishchilar xizmatchilar xizmatidan foydalanganlar. Bu qatlam va mutaxassislar guruhi bo'sh vaqtga ega bo'lib, undan sayohatlarga chiqib, sog'ligini tiklash, ichki dunyosini rivojlantirish maqsadida foydalanganlar. Bu guruhlar keng diapazondagi talablarni qondirish jarayoni shuningdek, ularni qoniqtirish kriteriyalari ishlab chiqilgan.

Ommaviy tomonlar, tashkil qiluvchi ananaviy uyushmalarga tashkil qilingan xizmatlarni ta'riflaymiz. Qadimgi dunyo madaniyatida ommaviy tomonlar boshida diniy, badiy, sport-musobaqa shakillariga ega bo'lgan. Masalan qadimgi Misr, Gresiyada

muqaddas haramlar oldida diniy marosimga bag'ishlangan tomoshalar o'tkazilgan. Qadimiy Gresiyaga sport musabotalari va olimpiya o'yinlari, qadimgi rimda esa gladiatorlar musabotasi tashkil qilingan. Gladiatorlar janglarini muntazam ravishda o'tkazilishi uni ma'lum tashkiliy ishlarni talab qiladigan ommaviy tamoshaga aylantirdi.

Qadimgi davrdagidagi turli mamlakatlar me'morlari uchun na'muna hisoblangan. Rimdagi ulkan Kallizey amfiteatri hatto bugungi kun uchun ham gigant inshoot hisoblanadi. U elips shaklida bo'lib tashqi aylanasi 527 metrni, asosiy bo'yi uzunasiga 188 metrni, kengligi 156 metrni, umumiy maydoni 29000 kv metrni tashkil qiladi. Kollizeyaning 1 chi qavati balandligi 7 m bo'lgan 80 arkdan va 2,40-2,70 m li ustunlardan tashkil topgan. Bularning ustiga 2 chi qavati va 3 chi qavat, 4 chi qavat esa yaxlit devorlardan iborat bo'lib, alohida sektorlarga ajratilgan. Ularning har 2 chisiga oyna qo'yilgan kollizey 45.000 ta o'tirgan tomoshabinlarni 5000 ta terassaga tikka turib tomosha qilishga rozi bo'lgan tomoshabinlarni sig'diradi. 1 chi qavatdagi 80 ta arkani hammasi nomerlangan bo'lib, tomoshaga taklif qilishgan mexmonlar sektordagi o'z qatorini topib olish uchun qo'lidagi chipta va sektordagi nomerga nazar solsa bas, bu dono kashfiyot tomoshaga kelgan minglab tomoshabinlar olqishini bir tekisda joylashtirish imkoniyati berdi, avallari mif va afsonalar asosida keyinchalik yozuvchilar tomonidan yozilgan pe'salar asosida yaratilgan teatr tomoshabinlari qadimgi dunyo madaniy mintaqalarining qo'lida keng tarqalgan. Faqat xitoy bundan istiso edi. San'atning bu turi kiborlarning san'at turi sifatida Xitoyda nisbatan

kechroq 2 ming yillik boshlarida paydo bo'lgan va buning uchun imperator saroyida qo'yiladigan an'anaviy spektakllardan minnatdor bo'lishimiz kerak. Ammo oddiy Xitoyliklarning sevgan tomoshasi sirk tomoshalari bo'lib, u boshqa mamlakatlardagi kabi bozor maydonlarida, odamlar gavjum joylarda ko'rsatilardi. Ammo badiiy-estetik tomoshalar boylar, zodagonlar va o'ziga to'q oilalarda ham tashkil qilinishi mumkin edi.

Qadimgi Xitoyda sirk san'ati dunyoning boshqa mamlakatlaridagi kabi akrobatika, janglyorlik va hayvonlarni qo'lga o'rgatish kabi turlar bilan ko'rsatilgan. Ammo Xitoy sirki xalq san'ati asosida artistlarning o'ziga xos psixologik tayorlanganligini tashkil qilish uchun o'ziga xos original, hech kimga o'xshatmagan san'at turi edi. Xon saroyida afsonaviy syujetga asoslangan masalam baliqni ajdarhoga aylantirish kabi butun boshli sirk pragrammasi ko'rsatilgan bunday tomoshalar akrobatika, raqs, musiqa va turli tomoshalar qo'shib olib borilgan sirk asl xalq tomoshasi bo'lgan kezib yuruvchi sirk artistlari osmon osti imperiyasining olis mintaqalari, kichik qishloqlarigacha yetib borgan ko'plab ajoyib nomerlar ko'rsatishgan. Ularda baliq, chumoli, toshboqa kabi jonzotlarni qo'lga o'rgatish an'analari mavjud bo'lgan. Xitoy auditoriyasi uchun fokus afsungarlik keng ommaviy harakterga ega edi.

1.3. O'rta asrlarda G'arbiy Yevropada xizmatlarning rivojlanishi

O'rta asrlarda 5 asr o'rtalaridan 15 asrgacha bo'lgan tarixiy davr kiradi. Bizning mavzuyimizni tahlil qilish jarayonida xizmatni paydo bo'lishi va rivojlanishini tarixi G'arbiy Yevropa mamlakatlari

misolida o'rganilsa, o'rta yer dengizi va yaqin sharq mamlakatlari misolida o'rganilsa maqsadga muvofiq bo'lardi deb o'ylaymiz. Bu davrda aynan shu regionlarda ishlab chiqarish, moliyaviy va jismoniy mexanizmlari ishlab chiqarilgan, moliyaviy va jamoat mexanizmlari ishlab chiqilgan, xo'jalik va bozor munosabatlarini diferensiatsiyasini chuqurlashtirgan. Bu bevosita mamlakat iqtisodini va yangi turdagi xizmatlarni shakllantirgan.

Yuqoridagi fikrlardan bizning ishonchimiz komil bo'ldiki, qadimgi dunyo uyushmalari xo'jalik amaliyotining va turli xildagi xizmatlar mavjud bo'lgandagina rivojlana oladigan ijtimoiy aloqalarning ko'plab o'ziga xos tomonlarini namoyon etadi. Ammo bu xizmatlar u davrda o'ta sodda ko'rinishga ega edi. Umuman qadimgi dunyo jamiyati juda sekin bosqichma-bosqich rivojlangan. Shu bilan birga o'rta asrlarda qadimgi Gresiya va Rimda jamiyat rivojini tezlashtirishga qodir bo'lgan faoliyat turlari chuqur ildiz otmoqda edi. Yuqorida ko'rsatilgan madaniyatlarda insonni rivojlantirishga yo'naltirish qudratli ilmiy falsafiy fikr, shuningdek sanoat faoliyat ko'rsatmoqda edi. Masalan g'arbga yuz bergan sanoat inqilobi qadimgi dunyoni bu fenomen alohida ma'no kasb etdi, ammo g'arb mamlakatlari olimlari o'zidan oldin o'tgan olimlarning yuqoridagi ko'rsatilgan yutuqlarini tez anglay olmadilar. Qadimgi dunyoning ilmiy-falsafiy merosi 9-11 asrlarda arab-musulmon olimlari uchun dasturamal bo'ldi. Musulmon dunyosida yig'ilgan bilimlar uning dunyoga qarshi bo'lmagan uni tasdiqlagan sohalarda gullab yashnadi. Bular matematika, kimyo, tibbiyot sohalari edi. Ilmiy fikr islom g'oyalariga qarshi bo'lgan hollarda uning rivojlanishi ayovsiz

to'xtatildilar. Shuning uchun sharq musulmonlarining ilmiy vakillari o'z yutuqlarini amaliy kengliklarga olib chiqolmadilar va jamiyat rivoji uchun islomdagi konservativizmni yengib o'tolmadilar.

XX asrgacha Sharq madaniyati jamiyat rivojining sekinlashtirilgan mo'tadil na'munasi bo'lib keladi unga turmushning turli sohalari va xo'jalik yuritishda ham oldingi yorib o'tuvchi inovatsion g'oyalarga yo'l berilmadi. Faqat o'rta yer dengizi G'arbiy Yevropa mamlakatlarida o'rta asrning oxiri va yangi davrida (XVII asr) jamiyat va xo'jalik hayotidagi evolyutsion sokinlik buzilgan edi. Bu yerlarda iqtisod, mehnat munosabatlari shuningdek, odamlar dunyoqarashida butun jamiyatning ma'naviy faoliyatida sezilarli o'zgarishlar yuz berdi.

G'arb mamlakatlarida quldorlik ishlab chiqarishi, hunarmandlar o'rniga sohalarga ajratilgan, ixtisoslashgan tarmoqlari ishlab chiqarishi yuzaga keldi. Katta pul mablag'larini bir bir joyga jamlay oladigan hamda ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun kerak bo'lgan shakllarni foiz hisobiga pul bilan ta'minlay oladigan kredit-moliya tashkilotlari paydo bo'ldi. Bir tomondan, ishlab chiqarishni tashkilotchilari-mulkdorlar, ikkinchi tomondan, yollanma ishchilar munosabatlari Tovar-pul mexanizmi prinsiplarini aniqlay boshladi. Savdoda ixtisoslashgan-kooperativ munosabatlarning ancha takomillashgan shakli yuzaga kela boshladi. Savdo xavfsizligi, sotish kabi savdo faolligining ichki kooperativ normalarini boshqarib turuvchi savdo assotsiatsiyasi jamiyat, g'azna uyushmasi va boshqalar tashkil qilindi. Ishlab chiqarishdagi mehnatni boshqarib turuvchi hunarmandchilik sexlari, korporativ birlashmalar tashkil qilindi.

G'arbiy Yevropaning qator shaharlarida maktablar, Univesitetlar paydo bo'ldi. Dindorlar tayyorlovchi markazlar asta-sekinlik bilan kitoblar tayyorlaydigan o'quv muassasasiga aylandi. O'rta asrlar oxirida xristianlik dunyoqarashi va cherkov ayni avj olgan sharoitda shimoliy O'rta yer dengizi shaharlarida savdo tizimi va bozor tipidagi pul aylanishi gurkurab rivojlana boshladi. O'rta asrlarda g'arb iqtisodini jonlanishi va uning ixtisoslashuvida aynan savdo lider vazifasini bajaradi. Hunarmandlar takliflari savdogarlar talabiga bo'ysuntirildi. O'sha davrning savdogari tom ma'noda tadbirkor edi. U bozor va yarmarkalarda ishtirok etar, hunarmandlarni xom-ashyo bilan ta'minlar, ular mahsulotni tayyor qilganda sotib olib, savdo qilardi. Bular hammasi pul aylanishining ahmiyatini kuchaytirar edi. Shimoliy Italiya shaharlarida bugungi kredit-bank tizimining ilk namunasi paydo bo'ldiki, bu holat kapitalistik xo'jalik yuritishning ilk shakllanishi paydo bo'lishiga yordam berdi. Pulni protsentga berish Yevropada murakkab qarshiliklarsiz va kurashsiz amalga oshmagan. Xristianlik cherkovi o'sha vaqt bunga qarshilik ko'rsatib kelgan, chunki bunday jarayonni gunoh deb hisoblardi. Ammo XIII asrdan boshlab Shimoliy Italiyadagi Lambaedini bankirlari bu to'siqlarni yengib o'tdilar va protsentga pul qarz berish jarayonini rivojlantira boshladilar.

Dunyodagi moliyaviy tizimlarning birinchilaridan maxsus qog'ozlar-veksellar asosida yirik summadagi pullarni joylashtirish XII asrda Xristian xramining ordeni a'zosi Tamplier tomonidan yaratilgan. Tamplier ordeni bir vaqtning o'zida ham rohiblik, ham ritsarlik ordeni hisoblardi. Ularning asosiy ordeni vazifasi muqaddas joylarni ziyorat

qiladigan ziyoratchilarni qo‘riqlash bo‘lgan. Ammo tamplierlarga Rim Papasi tomonidan berilgan imtiyozlar sharofati bilan ma’lum vaqt o‘tgandan keyin Orden kuchli, boy, o‘z shaxobchalariga ega, davlat chegaralarini tan olmaydigan “G‘arbiy Yevropa va Yaqin Sharqning ma’lum joylarida o‘zlarining shtab kvartiralariga ega tashkilotga aylandi. Orden raxbarlari oldida uzoq yurishlardagi shtab-kvartiralarga moliyaviy mablag‘larni yetkazish vazifasi turardi. Pul masalasida o‘sha halolligi, aniq buxgalteriyasi, vekselni kashf etgan (pul olish uchun ko‘rsatiladigan maxsus hujjat) sharofati bilan tamplierlar tijorat oilaviy shartnomalarda bitimlarda o‘z mablag‘i harajatini ancha yengillashtirdilar. Qo‘yilgan omonat va pul hisob-kitobidagi ishonchlilik haqiqatda boy tashkilot bo‘lgan Ordenga shonshuxrat olib keldi. Lekin bu Yevropalik ko‘p monarxlarning hasdini keltirar edi. XIV asr boshlarida Orden a‘zolari jodugarlikda ayblandilar va tarqatib yuborildi. Tamplierlarning moliya soxasidagi tajribalari G‘arbiy Yevropaning bank yo‘llari tomonidan foydalaniladi.

O‘z xo‘jaliklarini kapitallashtirish yo‘lida harakat qilishni boshlagan jamiyatlarda zamonaviy servisning muhim tarmog‘i “Xizmat qiluvchilar-xizmatdan foydalanuvchilar” zvenosi yaratila boshladi. Ayniqsa bu tizim “sayohat” sohasida tez tarqala boshladi. (O‘rta asr Yevropasida ziyoratchilar ko‘p edi). Ko‘payib borayotgan ziyoratchilar yo‘llar, mehmonxonalar, ovqatlanish muassasalari yaxshi bo‘lishini talab qilishardi. Xizmat ko‘satuvchilar va xizmatdan foydalanuvchilar hatti-harakati avvallari an’analar va diniy tasvvurlar bilan belgilanardi. Ammo asta sekinlik bilan ular munosabatida davlat

tomonidan belgilangan huquqiy normalarni talab qilish kuchayib bordi.

Gʻarbiy Yevropa mamlakatlarida bu davrda xristian dinining mavqei ham oʻzgardi. Reformatsiya davrining radikal jarayonlari natijasida (XV asr) katoliklardan protestantlar ajrab chiqdi. Reformatsiyaning buyuk gʻoyalari insonning xudo oldidagi shaxsiy javobgarligi tinchlik tarafdorliga va faol mehnati xudoga boʻlgan muhabbat ekanligini singdirish boʻldi. Reformatsiyaning jamiyatga shunchalik manaviy hayotga koʻp tomonlama taʼsiri Gʻarbiy Yevropada kapitalistik ishlab-chiqarishga burjuaziya jamiyatining bosh rolini tavsiya etishga yordam berdi.

Kapitalistik munosabatlar rivojlanishi bilan tovar va xizmatlar ishlab-chiqaruvchilarning isteʼmolchilar talabini qondirishga boʻlgan harakatlari mustaxkamlanadi, shuningdek, qadimgi dunyoda kamyob hodisa boʻlgan boʻlsa ham endi ular daromadlarini koʻpaytirishga boʻlgan ehtiyoji oshdi. Ammo bunday jamiyat qarab turolmaydigan salbiy jarayonlar ham kuzatilardi. Masalan odamlar tovarlarini qondirishga moʻljallangan xizmat turlarini tashkil qiluvchilar ayrim odamlarning ojiz tomonlari va kamchiliklarini oʻzlariga foyda chiqarish uchun foydalanishlari mumkin edi. Ayrim odamlarning ojiz tomonlaridan foydalanib har xil oʻyin va tomoshalarda ishtirok etish orqali pul ishlab olishni tavsiya qiluvchi qalloblar “xizmati” hammaga maʼlum.

Umuman, iqtisodiyot va bozor xizmatlarini tarqatish sohasidagi kapitalistik munosabatlarga oʻtilishi XVII - XVIII asr boshlarida Gʻarbiy Yevropada yuz bergan sanoat revolyutsiyasi, anʼanaviy

uyushmalar tayyorlagan edi. Yangi davrda G'arbiy Yevropa madaniyati jamiyat rivojlanishi, texnika, sanoat, ishlab chiqarishi va fan kabi yangi industrial jamiyat asosini tashkil qiluvchi prinsiplar yangi faktorlarni faollashtira boshladi.

Birinchi bob bo'yicha xulosalar

Dunyoning turli mamlakatlarida xizmat ko'rsatish faoliyati va bu soha rivojlanishining tarixiy bosqichlarini tadqiq qilib quyidagi xulosalarga kelindi va ilmiy-nazariy va amaliy ahamiyatga molik tavsiyalar ishlab chiqildi.

1. Bugungi kunda xizmat ko'rsatish sohasiga tarixan borib bog'lanayotgan faoliyatni paydo bo'lishi va shakllanishining tahlili uchun uni xo'jalik faoliyatini asosiy tarkibiy qismi sifatida, qaysi tarixiy bosqichda va qanday yo'llar bilan paydo bo'lgani haqidagi masala ancha ahamiyatga molikdir. Iqtisodiy jamoa yoki olimlarning ta'riflashicha, yozma tarix paydo bo'lgunicha bo'lgan davrda xo'jalik qanday bo'lganligi haqida fandagi mavjud bo'lgan ma'suliyatlar kam va to'liq emas. Bunday uyushmalarning tarixgacha deb atalishiga sabab, o'sha davrda bo'lgan odamlarga yozuv bo'lmaganligi va o'zlari haqida yozma manbalarda ma'lumot qoldirmaganligidan ekanligini ta'kidlandi.

2. O'sha davrlardagi ijtimoiy faol hayotning yuqorida ko'rsatilgan vakillari ayrim xizmat ko'rsatish elementlari bir necha yillardan keyin xizmat ko'rsatishning sohasini boshqaradilar va u bilan bog'liq bo'ladilar. Shuni alohida qayd etish lozimki, insonlar faoliyatining ayrim qirralari oilaviy yoki do'stona munosabatlar

doirasida emas, balki jamiyat aloqalari doirasida shakllangan, chunki yetakchi, yoki baxshining faoliyatiga butun jamiyat muxtoj bo'lgan. Bu o'z-o'ziga xizmat qilish o'zaro yordam ko'rsatish bilan bir qatorda asta-sekinlik bilan ko'pchilikka birdan xizmat qilish maqsad qilingan, ana shular natijasida turli xildagi jamoa xizmat turlari mustahkamlanib bordi. Bu holat shu xizmatlarni ixtisoslashishiga olib kelgan.

3. Bizning davrimizda ham janubiy Amerikaning markazida, Afrika, Avstraliya, amerika va yevropa qit'alarining cheka shimoliy mintaqalarida yuqorida yashash tarzini tasvirlagan hayoti ibtidoiy jamiyat odamlari hayotini eslatadigan xalqlar saqlanib qolgan. Bugungi kunga kelib ibtidoiy odamlar haqidagi bilimlarimizni umumlashtirib shuni aytishimiz mumkinki, bu davrda yashagan odamlarga rivojlangan xo'jalik faoliyati mavjud bo'lmagan ularning mehnatga asosan yerdagi bioresurslarni (tabiiy resurslarni) o'zlashtirishga, murakkab bo'lmagan ishlab chiqarishni o'rganishga yo'naltirilgan. U davrlarda jamoat yoki xo'jalik mehnatning aniq chegaralangan taqsimoti mavjud bo'lmagan. Tarixgacha bo'lgan davrlarda munosabatlar asosan o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish va o'zaro yordamga asoslangan. Ammo o'sha davrdayoq jamoa mehnatni ajratish va ixtisoslashtirish uchun obektiv asos mavjud bo'lgan, keyinchalik u xizmat v servis faoliyatiga aylangan.

4. Qadimgi dunyoda undan tashqari ko'rsatilgan xizmatlar bilan bir qatorda ko'p xizmatlar oila doirasida ko'rsatilganligi o'z-o'zini ta'minlash va o'z-o'ziga xizmat qilish mexanizmlarini saqlanib qolganligidan dalolat beradi. Qadimgi dunyodagi qabilalarda oila yagona uy xo'jaligi sifatida faoliyat ko'rsatgan. Ammo, u davrdagi,

ayniqsa rivojlanishning ilk bosqichlaridagi oilani bugungi shahar oilalari bilan tenglashtirib bo'lmaydi. An'anaviy oila bu – qarindoshlar, oila a'zolari va uy xizmatchilaridan iborat katta jamoadir. Qadimgi boy oilalarda xizmatkorlar vazifasini qullar bajarishgan. Keyinchalik o'rta asrlarda g'arbga bu vazifa krepostnoy xizmatchilarga yangi davrga esa yollangan xizmatkorlarga o'tdi. Xususiy hayot har qanday an'anaviy madaniyatda (balki qadimga Rim madaniyatidan tashqari) asosan o'z qobig'ida xizmatkorlari, qullari bilan yarim natural uy xo'jaligi tarzida o'tadi. Agar an'anaviy madaniyatning oddiy a'zosi haqida gap ketsa uning bo'sh vaqti umuman yo'q edi. Boshqacha qilib aytganda, kun, hafta, oylar davomida ish uchun tayinlangan ma'lum vaqt bo'lmagan, mehnat majburiyatini bajarish uchun kunning yorug' vaqti ajratilgan. Shuningdek ishlab chiqarish mehnati bilan uydagi majburiyatlarni bajarish o'rtasida chegara yo'qligi ta'kidlandi.

II BOB. JAMIYATDA ZAMONAVIY TURDAGI XIZMATLAR VA SERVIS FAOLIYATI

2.1. Sanoat ishlab chiqarishining servis faoliyatiga ta'siri.

Zamonaviy turdagi xizmatlar sanoat madaniyatini shakllantirgan G'arbiy Yevropa mamlakatlarida paydo bo'ldi. Hususiy mulkning huquqiy mustahkamligi va rivojlanishiga asoslangan ishlab chiqarish vositalarga ega bo'lishlik, yetuk tovar-pul shaklidagi kapitalistik munosabatlar sanoat madaniyati doirasida rivojlanayotgan jamiyat uchun xosdir.

Bu sanoat inqilobga, ya'ni qo'l mehnatining oilaviy sanoat ishlab chiqarishi bilan almashinishiga olib keladi. Bunday ishlab chiqarishining eng muhim qismi-insonning og'ir jismoniy mehnati sekin-asta mashinalar ishi bilan almashtiriladigan ko'pi o'zaro bog'langan ishlab chiqarishi tuzilmalarini birlashtiruvchi yirik mashinalashgan sanoatdir. Bu yirik ishlab chiqarish tuzilmalarining yo'lga qo'yilishi ulardagi turli kasb va malakaga ega bo'lgan ishchilarning konsentratsiyasi natijasida mumkin bo'ladi. Ular birlashgan holda tovarlarni yagona nusxa asosida yaratishadi va buning natijasida ulkan hajmlarga hamda avval ko'rilmagan darajada mahsulot ishlab chiqarish tezligiga erishiladi.

Sanoat ishlab chiqarishining murakab tuzilishi resurslarning turli xo'jalik tarmoqlari o'rtasida qayta taqsimlanishini kuchaytiradi. Bu esa jamiyatning o'zining tuzilishidagi, odamlarning hayot tarzidagi chuqur o'zgarishlarga olib keladi. Ulkan resurslar savdo savdo

(an'anaviy jamiyatda bo'lganidek) emas, balki yirik ishlab chiqarishda va kredit-bank sohasida to'planadi.

Shahar aholisi tez sur'atlarda o'sishi, mashinalarga xizmat ko'rsatishi bilan bog'liq. Sanoatlashishning birinchi bosqichda halining ma'lum bir qatlamining qashshoqlashishi o'rin olgan. Ammo XIX asrning oxirida ma'lum bo'ldiki, G'arbning taraqqiy etgan mamlakatlari aholisi sanoatlashishdan, umuman olganda, yutdi. Albatta, bunga faqatgina ishlab chiqarish emas, balki bir qator g'arb mamlakatlirining ishlab chiqarishi rivojlanishi uchun zarur bo'lgan tabiiy resurslarni tashib ketilgan dengiz bo'yi mustamlaka hududlarning mavjudligi ham yordam berdi.

Ilmiy-texnik taraqqiyot jamiyatda texnika bilan bog'langan va ishbiarmonlarga ommaviy auditoriyaga murojat etishga imkon beruvchi yangi kommunikatsiya vositalarining paydo bo'lishiga ko'mak berdi. Bu yerda so'z birinchi navbatda kitob, gazeta, jurnallarning nashr etilishi haqida ketmoqda. Aloqa texnikasining rivojlanishi bilan XIX va XX asrlarda axborot tarqalishining boshqa usullari paydo bo'ldi: radio, kino, televideniya, kompyuter.

Ommaviy axbarot vositalari (OAB, massmedia) jamiyatda indrustrial tupdgai jarayonlarning an'analardan doimiy uzilishini kuchaytiradi. OAV ommaviy axbarotlarning tarqalishi bilan xalq san'ati madaniylashadi, mifologiya kamayadi, haqiqiylikning insonlar tomonidan yaratilgan ko'plab va asl shakllari yo'qola boshlaydi. Faqat shaharliklarga emas, balki qishloq ahali ham odamlarga qadimgi afsonalar, xayoliy intilishlar doirasida qolib ketishga izn bermaydigan,

aksincha, ulardan dunyo amaliy nuqta nazaridan yondashadigan qarashni targ'ib qiluvchi texnogen muxim bilan o'rin olgan.

Ishlab chiqarish tuzilmalari va servis tashkilotlari o'z manfaatlari yo'lida OAV kanallarini mashhur san'at, ommaviy axborotlar va reklamalar translyatsiyasiga aylantirib, shaxsiy va ommaviy ongga ta'sir ko'rsatishning paydo bo'ladigan imkoniyatlaridan foydalanishadi. Endilikda odamlarning ta'labi va iste'molchilik xulq-atvori faqatgina real ehtiyojlar bilan emas, balki qisman reklama va mass-media orqali qiziqtiriladigan ehtiyojlar bilan ham aniqlanadi.

Sanoat turidagi jamiyatda farq qiluvchi ehtiyojlari bo'lgan turli qatlam va guruhlar xilma-xilligi darajasi oshadi. Bularning barchasi yangi, bungacha mavjud bo'lmagan manfaat va xizmatlarning paydo bo'lishi imkoniyatini kengaytiradi. Shu bilan birgalikda shu paytgacha negiz bo'lib kelgan uy xo'jaligining ijtimoiy-iqtisodiy mavqei tubdan o'zgardi.

Uning a'zolari endi uy xizmatchilariga qarab qololmaydilar yoki o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tamoyillariga suyanolmaydilar. Ular tovar-bozor, professional asosda ishlovchi hamda o'z ishini ishlab chiqarish faoliyati tamoyillariga asosan tashkil etuvchi xizmat ko'rsatishning ommaviy sektoridan foydalanishga majburdirlar.

Industrial jamiyatda ishchining shaxsi bilan bog'liq barcha narsalar ham juda katta o'zgarishlarga uchrayd. Endilikta ishchi an'anaviy me'yorlar yoki ajdodlar o'g'iti bo'yicha emas, balki professional tayorgarlik, malaka darajasi, umummilliy madaniyat yuksalishi bo'yicha mehnat qiladi. Shu yerdan G'arbiy Yevropa

mamlakatlaridagi umumiy va professional ma'lum tizimining maqsadi rivojlanishidan kelib chiqqan.

Barcha sanab o'tilgan rivojlanish omillari fuqarolarning yangi hayot tarzini shakllantiradi. An'anaviy jamiyat odamlarning hayot tarzini belgilab bergan mavjudlikning ta'riflari o'tmishda qoladi. Ijtimoiy amaliyotning birinchi rejasiga mashina texnologiyalari, vositasida tayorlangan turar joyga ega bo'lish, har kungi ehtiyojdagi oziq-ovqat mahsulotlari va tovarlari harid qilish chiqadi. So'z uy xo'jaligini yuritishni yengillashtiruvchi va bo'sh vaqtni uydan uzoqda o'tkazishda izn beruvchi oziq ovqat yarimfabrikatlari, konservalar, maishiy uskunalar, mebellar, kiyim-kechaklar, asboblarni haqida bormoqda.

Vaqtning sutka davomidagi hajmi taqsimlanishi bilan bo'lgan zamonaviy hayot tarzining muhim xususiyatiga to'xalib o'tamiz. Sanoat davri odamning har kungi mavjudligi ishda, uyda, dam olishda va boshqalarda bo'ladigan taqsimlangan vaqtga bo'ysunadi. Hayotning bunday bo'lishi, bir tarafdin, odamga ishlab chiqarish majburiyatga diqqatni jamlashga, izn beradi, mehnat unumdorligini oshiradi, tartibga soladi. Boshqa tarafdin esa, qizg'in mehnat ritmi ishchida charchoqning to'planishiga olib keladi, unda stress va ruxiy og'ishning kelib chiqishiga imkon yaratadi. Shu bilan birgalikda odamda belgilangan, bo'sh vaqt faqatgina kun, hafta oxirida emas, balki yil davomida ta'til vaqtida ham paydo bo'ldi. Bu holatda bo'sh vaqtdan kuchlarni qayta tiklash, yaqin insonlari bilan muloqot qilish, o'yin kulgi qilish samarali mehnat odam uchun g'amxo'rlik bo'ldi.

Bularning barchasi ulkan servis sohasi-rekreasiya sferasi, o'yin-kulgularning paydo bo'lishi uchun asos yaratadi.

Shu tarzda xizmat ko'rsatish sohasining sanoatlashish natijasida o'z ichida o'z-o'zini tashkil etishning yangi shakllari va turli xil zamonaviy ko'rinishdagi xizmatlarni ishlab chiqib, rivojlanishning ulkan impulsini qo'lga kiritadi. Servis faoliyati yangi ijtimoiy madaniyat ehtiyojlarini keltirib chiqarish va shu orqali iste'molchilar bozori hajmini oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Xizmat ko'rsatishni ko'p sohalarida xizmat va sanoat ishlab chiqarish texnologiyalarining tor bog'lanishini mo'ljallagan "servis sanoati"ga aylanishi sodir bo'ladi.

Xizmat ko'rsatishi industriyasini yaratishga va servisning yangi ko'rinishlarini o'zlashtirishda yetakchi yirik mamlakatlardan biri AQSH bo'ldi. Dunyoda birinchi marta shu yerda XIX asr oxirida qurilish sanoatini o'zlashtirish boshlandi, uning vositasida qisqa vaqt ichida ham individual kottejlar, ham idora va doimi yashash uchun osmono'par ko'p xonali uylar qurish mumkin edi.

XX asrning birinchi choragida bu yerda oilaviy foydalanish uchun mo'ljallangan arzon avtomobilning konveerli ishlab chiqarishi yo'lga ko'yildi, bu esa avtomashinani amerika jamiyatining ommaviy ko'rinishiga aylantirdi, texnik xizmat ko'rsatish markazlarining, avtomagistrallarda tez ovqatlanish joylarining faol ravishda qurilishida olib keldi.

So'nggi yuz yillikda bu yerda birinchi bo'lib uy xo'jaligini yuritishni va umumiy xizmat ko'rsatishni yengillashtirgan maishiy

jixozlarning ko‘plab qayta ishlanmalarini oilaviy ishlab chiqarish yo‘lga qo‘yildi.

Ayniqsa Amerikancha biznes tomonidan xizmatlar sohasida ishbilarmonlik faoliyatini tashkil etishni bundan tashqari iste‘molchilarga xizmat ko‘rsatish usullarini amalgam oshirishda ko‘p ishlar qilindi. Bunga bir qator tarixiy sharoitlar va sabablar ko‘mak berdi. Amerikancha servis ish bilarmonlik tashabbusini chegaralab qo‘yuvchi an‘analar yetarli bo‘lmagan jamiyatda tarkib topa boshladi. Mamlakat iqtisodiyoti bozor tamoyillari, ishlab chiqarishning texnik faoliyatining har qanday ko‘rinishida ratsional yondashuv omillar asosida rivojlanar edi. Bularning barchasi faqat konservativ yo‘nalishlarnigina emas, balki, servis xizmatini qariyb barcha tomonlarini tezlikda faollashtirishga izn beradi.

Amerika tadbirkorlari birinchi bo‘lib tovarlarni nasiya to‘lov asosida kreditga sotishni yo‘lga qo‘yishdi. Shuningdek, ular XIX asr oxirida “ishbilarmonlik tarmoq” larini tashkil eta boshlashdi. O‘zining yetarli miqdordagi do‘konlariga ega bo‘lmagan “Jeneral Motors” kompaniyasi mavjud tayyorlangan dillerlar tizimi orqali avto dvigatellar sotishni yo‘lga qo‘yildi. Keyinchalik o‘z mahsulotini tarqatishning bu usulini “zinger” (tikuv mashinalari ishlab chiqarish) “metropolitan” (hayotni sug‘urtalash) va boshqa kompaniyalar ham o‘zlashtirib olishdi. keyinroq esa xizmatlar tarqatishning bu tamoyili benzin quyish shaxobchalari ishi, mexmonxonalar va restoranlar tarmog‘i yaratilish va boshqalar misolida paydo bo‘ldi.

XX asr o‘rtalariga kelib, G‘arbiy Yevropa va Shimoliy Amerikaning rivojlangan mamlakatlari fuqarolarining asosiy qismi

(o'рта sinf) ning hayot darajasi dunyoning boshqa mamlakatlari fuqarolarining hayot darajasidan farq qilgan holda, eng yuqoriligi aniqlandi.

Servis xizmati va faoliyati rivojlanishining tarkibiy bosqichlari.

Tarqqiy etgan jamiyatning odami yuqori maosh oladi, buning evaziga u nafaqat oilasini boqadi, farzandlarini ma'lumotli qiladi, uy-joyli bo'ladi, shaxsiy harakat vositasini oladi, balki ta'til vaqtida boshqa qit'aning nufuzli dam olish joylarida hordiq chiqarishi mumkin.

50-60 yillarda G'arbning rivojlangan davlatlarida yozuvchilar va tadqiqotchilarning ta'rifi bo'yicha, "farovon jamiyat" yoki "istemolchilar jamiyati" vaziyati vujudga keldi. Bunday jamiyat fuqarolarida moddiy boyliklar, oziq-ovqat mahsulotlari va xizmatlar chegaralanmagan miqdorda ishlab chiqarishiga ishonch paydo bo'ldi. Insonning tajovuzkorligi doim shu boyliklar uchun kurashishi bilan bog'liq bo'lgan "Farovon jamiyat" aholisining tasavvurida moddiy boyliklar chegaralanmagan miqdorda mavjud bo'ladi, shuning uchun ishlab chiqarishi muammolari bu jamiyatda istemol muammolari o'rnini egallayda.

Ommada buyum va narsalarni chegaralanmagan miqdorda ishlab chiqarishning o'zi yetarli degan xom-xayol paydo bo'ladi, chunki yuqori tabaqali zukko odamlarning ijodiy qiziqishlariga tasir etishi va keyingi taraqqiyotda bunday jamiyat vakillarini olg'a siljishiga manfaat paydo bo'ladi. Belgilangan davrda inson xizmat ko'rsatishi sohasida mahsulot hajmining o'sishi va unda band bo'lganlar soning o'sishi bilan bog'liq jarayonlar, xursandchilik va dam olish sohalarida

kunlik iste'mol tovarlarini ommaviy ishlab chiqarishi va xizmat ko'rsatish faoliyatining cheksiz imkoniyatlarining guvohi sifatida baholanadi. Shu bilan birga "farovon jamiyat"ga xos asosiy jarayonlar va omillar tushunchasining oddiyligi ta'sir etibgina qolmay, aksincha industrial madaniyat rivojlanishining istiqbolini haqiqiy ko'rinishini qiyinlashtirardi, kelajak faoliyatini yanada aniqlash uchun ko'p jihatdan yangi muammoli tajriba kerak bo'ladi.

2.2. Jamiyatda xizmat ko'rsatish faoliyatining yangi sanoatlashgan turi.

60-70 yillar chegarasida rivojlangan mamlakatlarda yangi sanoatlashgan jamiyatning xususiyatlari sezila boshladi. Uning tuzilishi (dinamikasi) sezilarli darajada ommaviy sanoatlashgan ishlab chiqarish bilan aniqlanmasdan, balki ilmiy jihatdan axborot texnologiyalar va ijtimoiy hamda madaniy xizmat ko'rsatishning roli o'sishida aniqlanardi. Bunday jarayonlar fanda "axborot inqilobi", "servislashgan iqtisod" tushunchalari bilan belgilanadi.

Axborotli inqilob insonlar hayotida kompyuter texnikasi, aloqaning avtomatlashtirilgan tizimi paydo bo'lishi bilan bog'liq. Axborot mazmuni jamiyat va tirik jonzot hayotida keskin o'sishi, "axborotli yashash muhiti" elektron-hisoblash jamiyatining paydo bo'lishini tan olishiga olib keladi. Bunday vaziyatda bilim va ma'lumot muhim resurs manba bo'lib, axborotlashtirish jarayonini kuchaytiradi. Axborotlashtirish jamiyat rivojining ijtimoiy, texnologik, iqtisodiy, siyosiy va madaniy mexanizmlarini yaxlit holga keltirilishini boshlaydi. Shunday qilib axborotlashgan jamiyatga ega

yangi madaniy va ijtimoiy – gumanitar – ehtiyojlarini shakllantirish istiqboli vujudga keladi.

Bundan buyon yangi (axborot) ma'lumotlarining paydo bo'lishi va tarqatilishi bilan bog'liq barcha narsalar, rivojlangan davlatlarning iqtisodida va jahon xo'jaligida umumiy keng ko'lamli servis-axborot ishlab chiqarishni hosil qiladi.

Iqtisodiy servislashgan infratuzilma sohalarini faol investitsiyalashtirish jarayoni bilan bog'liq ya'ni aynan sanoat ishlab chiqarishning ilgari ko'rib chiqilgan mavjud doiradan tashqari – boshqaruv faoliyati, axborot ishlab chiqarish manbalari, nihoyat xizmat xodimlarini madaniy va professional darajasiga bog'liq.

Albatta, servis infratuzilmasini faol investitsiyalashtirish ishlab chiqarish boshqaruvining xayrli sabablari bilan shartlanmasdi. Biroq fan-texnika taraqqiyotining o'sish sur'atlari iqtisodiy faoliyat doirasida sarmoyalarning o'sishi bilan ishlab chiqaruvchilarni kredit-resurs xizmatiga bo'gan ehtiyojlarining kengaytirilishi yirik korxonalarda xususiy shirkat ichida xizmat bo'limlarini shakllantirishga mo'ljallangan (masalan, axborot texnologiya tuzilmalari, u yoki bu bo'limlarga xizmat ko'rsatish) shuningdek, sho'ba shirkat yoki allaqachon ishlab chiqarish xizmatlarini tashkil etishi ochish rejalashtirilgan.

Bunday sharoitda o'rta va kichik ularga xizmat qilayotgan yuqori sarf-harajatlarini ko'tara olmaydi ularni yopib va chetdan xizmat mahsulotlarini sotib olishga o'tadi. Bu holatga bir marotabalik huquqiy injineringlik va konsalting xizmatlar shuningdek, xavfsizlikni ta'minlovchi maxsus firma xizmatlariga murojaat etish jamoatchilik

bilan aloqada bo‘lish va boshqalar arzonroq tushadi. Bu jarayonlarni barchasi yirik, o‘rta va kichik korxonalarda ishlab chiqarish va kapital o‘rtasida servisni va noservis bo‘lmagan sohalar o‘rtasida aloqaning mustahkamlanishidan guvohlik beradi.

Yangi sanoatlashgan iqtisodning muhim jihatlarini Yaponiyalik olim K.Yamagichi quyidagi bosqichlari bilan asoslaydi: ilgari ishlab chiqarish markazlashgan qat’iy doirada rivojlangan (bitta markazdan boshqarilgan) hozirda katta markazlashuvining turli boshqaruv tarmoqlari va bo‘linmalari mavjud bo‘lib, zamonaviy ishlab chiqaruvchi mahsulotning standartlashtirish o‘rniga iste’molchiga va uning buyurtmasini qondirishga qarab reja tuzadi. Bir ishlab chiqarish sikli doirasida minglab odamlar ishini bir tekisda boshqarish o‘rniga egiluvchan kun tartibiga o‘tish yuz beradi.

Ishlab chiqarishning katta konsentratsiyasi nafaqat mamlakat doirasida, balki olamning turli joylarida maydalanganligi o‘z o‘rnini bo‘shatib bermoqda. Oldin ishlab chiqarish hajmi ishchilarning jismonan ishlash qobiliyatini to‘la ishga tushirishga mo‘ljallangan bo‘lsa, hozir esa munosabatlarining moslashuvchanligiga, ishchilarning o‘zaro kelishilgan holdagi harakatlariga katta ahamiyat berilmoqda.

XX asrning oxirgi choragida rivojlangan davlatlarda servis sektori haqidagi ikkilamchi bo‘ysundirilgan, butunlay sanoatga bog‘liq degan, qadimga vujudga kelgan ta’surotlar yengib etilmoqda. Asr oxirida AQSH, G‘arbiy Yevropa, Yaponiyadagi holat butunlay o‘zgarib ketdi. Bank, moliya axborot boshqarish xizmatlari kompyuter

bilan bog‘liq ishlab chiqarilayotgan xizmatlar tizimi milliy va hudud rivojlanishining yetakchi elementlari deb belgilanmoqda.

Nomoddiy mahsulot-xizmatkor, shuningdek shaxsiy buyurtma asosida mahsulot ishlab chiqarishning o‘zib borayotgani sanoatlashgan iqtisodiyotning o‘ziga xos xususiyatidir. Olimlarning fikriga qaraganda xizmat va axborot ishlab chiqarish sohalari ertangi kunimizda sezilarli darajada tovar ishlab chiqarishdan o‘zib ketadi. Bunday jarayonda bilim, obrazlar, ma’naviy boyliklar, umuman axborot ishlab chiqarish yetakchilik qiladi.

Bunday ishlab chiqarish uchun bugungi kunda ishlab chiqaruvchiga buyurtmaning taxminiy amalga oshirishi haqidagi axborotni yetkazib beruvchi istemolchilarning o‘zlarining belgilangan ishlab chiqarish jarayonida qatnashchilari va buyurtmalarining bajarilayotgani haqida boshlang‘ich axborot berib borilishi talab etilmoqda. Bunday turdagi ishlab chiqaruvchi va iste’molchi interfaol munosabatini amalga oshirayotgan mahsulot yaqin kelajakdagi tovar xizmatlarining ajralib turadigan xususiyatlarini tashkil etadi.

Yaratilayotgan mahsulotning turini kengaytirish va u yoki bu tovar va xizmatlarning eng ko‘p foydalanishga erishishi ishlab chiqarishning oldingi maqsadini saqlab kelmoqda. Lekin “nima bo‘lganda ham foyda ko‘rish” prinsipi sanoatlashgan jamiyatda xavfli bo‘lib boryapti - uning zararlari haddan tashqari katta bo‘lishi mumkin.

Sanoatlashgan iqtisodning sof zamonaviylashgan vazifalari jamiyatning o‘zi yashab turgan muhit bilan kelishish munosabatlariga

erishish, harakatlarni insoniylashtirish, shaxs qobiliyatini rivojlantirishga bo‘ysuntirilgan.

Sanoatlashgan jamiyatda chegarasiz moddiy ehtiyoj tan olingan ravnaq deb qaralmayapti. Bundan tashqari XX asrning o‘n yilliklarida insoniyat sanoatlashishi rivojlanishining kechiktirish jiddiy qarama-qarshiliklariga duch keladi. Bu esa endigina tarqalgan ehtiyoj jamiyatining muammosiz mavjud bo‘lishini unitishga majbur qiladi.

Rivojlangan davlatlar ularning orqasidan butun dunyo ham XX va XXI asrlar chegarasida duch kelgan muhim salbiy tendensiyalarni sanab o‘tamiz. Gap avvalo atrof muhitning ahvoli tabiiy boyliklarning tez yo‘qolib boorish haqida bormoqda. Bugungi kunda butun dunyo bir qator resurslar chegaralashganligi qayta ishlanadigan mahsulotlarni ko‘paytirish zahiralarni asrash, boyib ketish samaradorligini oshirish haqida ketyapti.

Texnik va xo‘jalik zaruriyatlarga ishlatilishi tufayli chuchuk suv yetishmasligi sezildi. Qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini uy hayvonlari inkor qilib bo‘lmaydigan darajada kamayib bormoqda. Bu esa biotexnologiya rivojlanishiga e‘tibor qaratishga majbur qiladi. Shuningdek, dunyo ekologiyasining buzilishi asosan sanoatlashgan davlatlarning xo‘jaligi ta’siri natijasida yuz bermoqda.

Dunyo aholisining 12,3 % yashaydigan G‘arbiy Yevropa madaniy davlatlarida dunyo milliy mahsulotining 59,1 % ishlab chiqariladi. Umuman, dunyoning rivojlangan mamlakatlari (ya’ni Yevropa va Shimoliy Amerika davlatlari ulrga janubiy-g‘arbiy Osiyo davlatlari ham kiradi) 55% energiya resurslaridan foydalanadi va atmosferaga 45% uglerod oksidi chiqaradi. Faqat AQShni oladigan

bo'lsak, qo'pol qilib aytganda, dunyo resurslarining 40% ini ishlatadi va 50% dunyo chiqindisini chiqaradi deyish mumkin. Dunyo aholisining 57% ini o'zida jamlagan Sharq va Afrikaning rivojlanayotdan davlatlari 20% dan kam energiyani ishlatiladi va atmosferaga uglerod oksidining chorak qismini chiqardi. Lekin dunyo bozoriga asosiy energiya yetkazib beruvchi davlatlar Sharq (shu qatorda Arab musulmon davlatlari) hamda Rossiya hisoblanadi.

Yana bir salbiy ko'rsatgich bo'lib, har xil qit'alarda yashovchi aholi hamda alohida bir davlatning fuqarolari (rivojlangan davlat bo'lsa ham) qatlamining oshishi bilan bog'liq.

Hali hech qaysi bir davlat ishsizlar hamda ko'p darajali qatlamlarni bo'luvchi ijtimoiy to'siqlar tub aholi va imigrantlarning yuqori malakali mutaxassislar va yollanma ishchilar yashovchi kambag'al kvartallarda isteqomat qiluvchilarning sonini oshishini oldini olish darajasida emas. Bundan tashqari boy va qoloq davlatlar aholisining turmush darajasida bo'linish vujudga kelmoqda. Kuzatishlar shuni ko'rsatmoqdaki, bu bo'linish 30-50 yil ichida kamaymasligi mumkin.

Taraqqiy etgan jamiyat bilan qoloq davlatning o'rta tabaqali fuqaroning turmush tarzida farq mavjud. Masalan, "oltin milliard" deb nomlanuvchi iste'mol soni G'arbiy Yevropa va Shimoliy Amerika mamlakatlarida yashovchilarning hayoti haddan tashqari o'smoqda. Olaylikki Shimoliy Amerika va Yevropaliklarning har ikkinchisiga vaznining ortishi kuzatilmoqda. Shu bilan bir qatorda Afrika, Osiyo, Lotin Amerikasining millionlab aholisida kundalik hayotiga zarur

bo'lgan oziq-ovqat, tibbiyot, xizmat, ta'lim olish va ishlashdan mahrum.

XX asrning oxirgi o'n yiligi va XXI asrning boshlarida jahon iqtisodiyotida ro'y bergan o'zgarishlar rivojlangan kapitalistik davlatlarning xo'jalik tajribalarda susayish borligidan jiddiy guvohlik bermoqda. Unda g'arbiy Yevropa hamda AQSH, Kanada davlatlarining keng ko'lamda sanoatlashmaganligini ko'rsatish kerak. Davlatlarning buyuk transmilliy kompaniyalari o'z vatanida aniq vaqt davomida sanoat ishlab chiqarish samarasiz rivojlanayapti. Ular katta hajmdagi talabga ega bo'lgan ekologik zararli mahsulotlarni Osiyo, Lotin Amerikasining rivojlanayotgan davlatlariga o'tkazmoqdalar. Ularning bu harakati mahsulot ushlab qolishni kamaytirib qo'shimcha foyda keltirmoqda va tayyor mahsulotni past tannarxda o'zlarining vatanlariga o'tkazmoqdalar.

Rivojlangan mamlakatlar ilmiy, yuqori aniqlikda va murakkab mahsulotlar (masalan, samolyotozlik, aerokosmik mahsulotlar, kompyuterlar, mikrosxemalar va boshqalar) hamda strategik, ijtimoiy va harbiy sabablarga ko'ra chetga chiqarish man etilgan mahsulotlarni ishlab chiqarishni davom ettirmoqda. Rivojlangan mamlaktlarning yuqori malakali mutaxassislari tomonidan ishlab chiqarilayotgan va yoritilayotgan mahsulotlar chetga sotilmoqda va katta dividend olib kelmoqda.

Masalan AQSH muvoffaqiyati Maykrosoft hamda Gollivud mahsulotlarini eksport qilishda aniqlanmoqda. Shu o'rinda rivojlangan davlatlar intellaktual, potensial va ilmiy texnik renta hisobiga rivojlanmoqda, lekin aslida ular sanoatlashmaganligidan tashvishda.

Bunga ko‘ra rivojlangan mamlakatlarda qishloq xo‘jaligi va sanoatda ishchilarning qisqarishi natijasida xizmat ko‘rsatish sohasida ishlovchilar tarkibi, sonining oshishi muhim sabablardan biridir. Dunyo davlatlarining bir-biriga iqtisodiy bog‘liqligi hisobiga globallasuv jarayoni kengaymoqda. Kunda ko‘proq Transmilliy mamlakatlar va rivojlangan mamlakatlarning band aholisi yutmoqda. Faqat rivojlangan mamlakatlar aholisining ishga yaroqli band bo‘nmagan qatlamiga globallasuv yomon tomonga burilmoqda.

G‘arb mamlakatlarida iformatsion moliyaviy texnologiyasi va bank kapitalining o‘shish rolini ko‘rsatishimiz mumkin. 1980 yillarning o‘rtalarida moddiy rivojlanish va fond bozori kabi bank hukumati sektorining rivojlanishiga ehtiyoj natijasida moliyaviy uzilish boshlandi. Har xil ko‘rsatkichlarga ko‘ra, ming yildan beri chetga yillik valyuta savdo sotig‘i dunyo iqtisodiy tajribasida 400 trln dollarni tashkil etadi. Bu dunyo tovar savdo sotig‘ini 80 marta oshdi degani. Shu qatorda zamonaviy rivojlangan jamiyat real narxdagi ishlab chiqarishsiz qo‘shimcha foyda olishga sharoit yaratmoqda. (yaratmaydi balki, masalan azart o‘yinlari, o‘g‘irliklar, ular kimlargadir moddiy boylik keltiradi).

Dunyo moliyaviy o‘yinchilarining spekulyatsiyasi va valyuta intervatsiyasi natijasida jamiyat boyliklarini real ishlab chiqarish jarayoniga bog‘liqlikni yo‘qatoyotgan naqd pul vositasida amalga oshirilayotgan bank mexanizmi sistemasini ta‘minlamoqda. Mana shunga asosan 100 millionlab odamlarning mehnatini ya‘ni omonatini yo‘qqa chiqarishga qodir, o‘yichilar jamiyatiga aylanmoqda. 2008-2012 yillarda jahon iqtisodiy-moliyaviy inqirozida isbotlangan.

Natijada moliya dunyosi real ishlab chiqarish va odamlarning mehnatiga bog'lanmay, mustaqil avtonom muhitga aylanmoqda.

Dunyoning sanoatlashgandan keyingi zayifligini aniq faoliyat qilib qilib ko'rsatamiz. Texnogen sivilazatsiya rivojlanishi insonning ichki krizisiga olib keldi. Agarda urf-odatlar madaniyatida ommaga ruhiy kelishmovchilik, tushkunlik mazmunini yo'qotishni yenguvchi mexanizmlar (diniy, qarindosh urug'chilik va boshqalar) bo'lgan bo'lsa, hozirda jamiyat ruhiy yo'ldan chiqish va aniq insonga yordam darajasida emas, masalan zamonaviy sun'iy muhit texnikasiga asoslangan hayot, oila hamda inson hayot muhiti uchun noqulayliklar yaratmoqda. Odamlarning ko'p qismi ruhiy zo'riqishga ko'nikolmayapti, texnogen muhitga moslasholmayapti. Ko'plarda stress holatlarini deb ruhiy cho'kish ro'y bermoqda. Inson umumiy ruhiy muvozanatni boshdan kechirmoqda. Unda oilasiga, bolalariga kerakligi shakllanmayapti. Kunday odamlar ko'paysa jamiyatda jinoyatlar, ruhiy kasallar hamda alkogollar, narkomanlar, ishsizilar va uysiz odamlar ko'payadi.

Texnogen sivilazatsiyaning rivojlangan qiyinchiliklari butunlay alohida bir iqtisodiy soha, aynan xizmat ko'rsatish sohasi bilan hal qilina olmaydi, shu bilan birga rivojlanish, texnogen hayotni yaxshilashni to'g'rilash yoki inson va uning atrofidagi muhitga bog'liq bo'lgan uning strategik hisoblarini yaxshilashga qodir emas. Bular odamzodni texnogen madaniyat va global rivojlanishning noxush tendensiyasini o'zgartirishga keskin chora-tadbirlar ko'rishga undaydi. Buni siyotchilar, jamiyat arboblari tan olishadi, dunyoning

antiglobal harakatlar deb nom olgan qatnashchilarni bunga chaqirishadi.

2.3. Rivojlanayotgan mamlakatlarda xizmat ko‘rsatish faoliyati

XX asr davomida rivojlanishning sanoatlashgan turidan o‘tib, sanoatlashgan tizimga o‘tgani uchun rivojlanayotgan davlatlar deganda AQSH, Kanada, Yaponiyadan tashqari faqatgina Yevropa mamlakatlarini tushunish kerak emas. Boshqacha qilib aytsak bu davlatlarga – Osiyo, Lotin Amerikasi, Afrikaning ko‘plab davlatlari kiradi. Ular XX asrning birinchi yarmida milliy, o‘z navbatida eskirgan jamiyat bo‘lib qoldi. Bungacha ulardan ko‘pchiligi uzoq vaqt mobaynida o‘zlarining iqtisodiy qoloqligini saqlagan holda Yevropa davlatlarining kolonial jarayonlari tarkibiga kirdilar.

Deyarli XX asr davomida “To‘kin-sochinlik” jamiyati milliy ko‘rinishdagi davlatlar tomonida taqlid ko‘rinishi suratida qaralib kelindi. Bunga sabab 17-19 asrlardan boshlab dunyoning ko‘pgina hududlari mustamlakaga aylanishdi va kapitalistik iqtisod hukmi ostida bo‘lishdi. XX asrda mustamlakali qaramlikdan ozod bo‘lgan Osiyo, Afrika, Lotin Amerikasining ko‘p davlatlari modernizatsiya qilishni amalga oshira boshladi, yani iqtisodiyot, jamiyat munosabatlari hamda iqtisodiy hayot va yoshlarning ta’limini yaxshilashga qaratilgan tuzumli islohotlar o‘tkazildi. Bunda quyidagi asosiy maqsad qo‘yildi- milliy madaniyatni o‘zgartirish, iqtisodiyotni qayta o‘zgartirish va natijada “To‘kin sochinlik” jamiyatida mavjud bo‘lgan o‘sha moddiy buyumlar va hujjatlarga erishish.

XX asrning 80 yillariga kelib rivojlanayotgan davlatlarning bir qismi, jumladan Sharqiy Osiyo subregionida joylashgan davlatlar (Hindiston, Xitoy, Indoneziya, Singapur, Janubiy Korea, Malayziya, Tayvan va b.q) zamonaviy rivojlanishning yuqori sur'atlarini namoyish etadilar. Shu orqali yangi industrial (sanoatlashgan) davlatlar deb qarashadilar. Janubiy Amerikada yetarli darajada modernizatsiyalashgan davlatlar bo'lib Braziliya, Meksika, Argentina hisoblanadi.

Ammo hamma rivojlanayotgan mamlakatlar uchun rivojlanishning zamonaviy yoki an'anaviy madaniy shakllarining u yoki bu turlarining qo'shib ketishi o'ziga xos harakter kasb etgan.

Katta muvofaqiyat bilan zamonaviylashgan Yaponiya va boshqa industrial mamlakatlar misolida G'arbiy Yevropa madaniyatimuhutiga qo'shila olmagan xalqlarga uning bosib o'tgan tarixiy rivojlanish yo'lini takror bosib o'tishi, iqtisod, ijtimoiy hayot manaviyat sohalarida unga o'xshash natijalarga erishish mumkin emasligini ko'rsatdi. Osiyo mamlakatlarida iqtisodiy yangilanishning ancha muvofaqqiyatli ko'rinishlarida ham tashqaridan olib kelingan xo'jalik yuritish texnologiyalari ijtimoiy institutlar an'analar bilan g'arob tarzda qo'shib ketgan. G'arbiy Yevropa tipidagi servis sifatini manfaatlar va shaxsiy qulayliklar haqidagi an'anaviy ta'savvurlari bilan qo'shib ketishi rivojlanayotgan mamlakatlar xizmat sohasini namoyish etadi.

XX asrning ikkinchi yarmida qator rivojlanayotgan mamlakatlarda ro'y bergan ko'plab ijtimodiy siljishlar so'zsiz ularni industrial tipdagi jamiyatga o'tganligi haqida guvohlik beradi.

Zamonaviylashish natijasida ularga dehqon mehnati ahamiyati va qishloq xalqining hissasi pasayib ketdi; shahar aholisining soni ko'paydi; yollanma mehnat bozori shakllana boshladi; ishchi kuchining soha va malaka tarkibi o'zgardi. Bu haqida mayda savdo va industrial-sanoat ishlab chiqarishda shuningdek uchinchi sektorda band bo'lgan ishchilar soni guvohlik beradi; katta yoshli aholining savodxonligi oshdi.

Rivojlanayotgan mamlakatlarda yuz berayotgan industriyasialashtirish jarayoni xizmat ko'rsatish faoliyatining rolini oshirishga yordam berdi. Bunga turli holatlar sabab bo'ldi : bir tomondan tarixning qaysi davrida bo'lishidan qat'iy nazar xizmat sohasi ortiqcha mehnat zaxiralarini yutib yuboradi, ish mushkul, shu jumladan qishloqlardan shaharga kelga malakasi past ishchilarni ham; boshqa tomondan , zamonaviy ishlab chiqarish kuchlarini rivojlangan xizmat sohasisiz ishlatib bo'lmaydi. Shuning uchun barcha yangilikka intilgan rivojlanayotgan mamlakatlarda an'naviy xizmat sohasi nafaqat kengaydi va yangilandi balki unda tor ixtisoslashgan yangi xizmat turlari paydo bo'ldi. Xizmat sohasida faoliyat ko'rsatayotgan ishchilar soni ba'zan sanoat va qishloq xo'jaligida band bo'lgan ishchilar sonidan oshib ketardi. Masalan, 1950 - yillarda rivojlanayotgan mamlakatlardagi birja sektorlarida 41,1% yangi ishchilar faoliyat ko'rsatgan, ikkinchi bosqichda – 24,5%, uchinchi bosqich esa 30,4% ni tashkil qilgan bo'lsa 1970 – yillarga kelib bu ko'rsatkich 36,8%; 22,8% va 40,4% ni tashkil etdi.

Agar xizmat sohasidagi tadbirkorlik va biznesning tarkibiy-tashkiliy sifati haqida gapiradigan bo'lsak, shuni qayd etish mumkinki

rivojlanayotgan mamlakatlarda xizmayning asosiy qismini ishlab chiqarish jarayonida o'zlari shaxsan ishtirok etadigan mayda tadbirkorlar tashkil qilardi. Xizmat sohasidagi mayda ishlab chiqarishning yashovchanligini turli sabablari ko'p, ularning ichida an'anaviylik, u yoki bu maslahatning iqtisodiy rivojlanmaganligi muhim ahamiyatga ega. Shu bilan birga zamonaviylashgan mamlakatlarda yirik biznes zudlik bilan shakllanayotgan edi. Masalan Osiyo, Afrika, Lotin Amerikasi kabi mamlakatlardan eng yirik monopolik birlashmalar ro'yxatlaridan faoliyati nafaqat ishlab chiqarish balki servis harakteriga ega bo'lgan kompaniyalar o'ringan.

Umuman, mutaxassislarning hisobi bo'yicha, rivojlanayotgan mamlakatlarda yirik birlashmalar orasida xizmat sohasida band bo'lganlari 50% kishilarni tashkil qilib (bunga bank-moliyafaoliyati bilan shug'ullangan kompaniyalar kiritilmagan) ishlab chiqaruvchi kompaniyalar oldinda edi. 1988 – yilda kapitalistik dunyoning 1000 yirik korporasiyalar ro'yxatiga 148 ta rivojlanayotgan mamlakatlar kompaniyalari ham qo'shildi. Shular ichida faqat 30 tagina kompaniya yoki to'la yoki qisman xizmat sohasi bilan bog'liq edi. Barcha rivojlanayotgan va yangilanayotgan mamlakatlaning ilk bosqichida xizmat sohasida asosiy rolni ishlab chiqarish va iste'mol qilish bilan chambarchas bog'liqligi alohida ahamiyat kasb etadi.

Savdo-ayrboshlash operatsiyalarining ahamiyati sanoatlashtirishgacha bo'lgan davrdan ko'p hollarda kolonial iqtisodiyotdan meros sifatida saqlanib qolgan. Lekin asta-sekinlik bilan buyumlar ishlab chiqarishga va iste'mol qilishga mo'ljallangan

xizmatlar to'ldiriladi, keyinchalik esa transport, aloqa, kredit-bank faoliyat bilan bog'liq infrastrukturani qo'llab-quvvatlashga mo'ljallangan xizmatlarni rivojlantirish bo'yicha birinchi o'rinni bo'shatib beradi. Keyinchalik sanoat rivojini to'lashtiradigan xizmat turlari: masalan sanoat, qishloq xo'jaligi, ta'mirlash, ish yuritish, reklam kabi lar faol ko'tarilib o'sa boshladi, insoniyat yangilanishining ma'lum bosqichida inson zamonaviy talabini rivojlantirish bilan bog'liq: ilm olish, madaniy, badiiy v boshqa xizmat ko'rsatishlar jadallashadi.

Ularni hayotga faol tadbqiq etish har doim ham zamonaviylashtirishning boshlanishi bilan to'g'ri kelavermaydi. Qoidaga binoan turli mamlakatlarda uzunligi har xil bo'lgan turli davlatlarda turli zaxiralarning to'planishi va jamoat ongini zamonaviy hayot faoliyatini, usullarini keng diapazoniga ko'niktirish, jamoat sog'lig'ini saqlash zarurligini anglashga yo'naltiradi. Ijtimoiy xizmatlar bilan nisbatan ta'minlaganligi (vrachlar, hamshiralalar, kasalxonadagi joylar, oily o'quv yurti o'qituvchilari, maktab o'qituvchilari soni har 10 000 aholi soniga nisbatan olganda) jihatidan rivojlanayotganmamlakatlar sanoati rivojlangn mamlakatlardan ancha oraqad qolib ketgan. Ayrim mamlakatkarining faqat xizmat sohasini solishtirganimizda rivojlanayotgan davlatlar nafaqat qolib ketadi balki rivojlangan mamlaktlarni oraqada qoldirib ketish hollari ham uchraydi. 1959 yildayoq Nigeriyadek qoloq davlat maorif va medisina xizmati ko'rsatish bo'yicha nafaqat Hindiston, Meksika hatto Amerikadan ham o'zib ketgan edi. 1970 – yillarda mazkur ko'rsatkichlar bo'yicha Osiyo, Afrika va Lotin Amerikasining ko'p

davlatlari Amerika darajasiag yaqin edi. Shuningdek ma'lumki, Janubi – Sharqiy Osiyoning qator sanoatlashgan mamlakatlarida zamonaviylikka jadal o'tishiga davlatning yoshlarni o'qitish va kasbiy tayyorlash katta yoshdagi ishchilarni malakasini oshirish va qayta tayyorlash sohasidagi faoliyatga davlat siyosati yordam berdi. (Jukov S.V Rivojlanayotgan mamlakatlar M 1991).

Zamonaviylashgan mamlakatlar xizmat sohasi dinamikasi yangilanishining kuchli impulsini nafaqat tadbirkorla faolligi, chet el investitsiyasi, boshqaruvning davlat-huquqiy richagidan balki ichki iste'mol sohasidan ham olgan. Turli xildagi qulaylik va xizmatlarga talabning tubdan o'zgarishi har bir mamlakatning o'ziga xos xususiyatlari, an'analari zaxira imkoniyatlaridan kelib chiqib aniqlanadi.

Zamonaviylashgan davlatlarning barchasi uchun turg'un tendensiya karakterlidir. Bu talabning oddiy hayotiy zarur buyumlaridan uzoq ishlatishga mo'ljallangan tovarlarga, shuningdek, ijtimoiy va ma'naviyfaollik nilan bog'liq bo'lgan xizmatlarga intilishdir.

Zamonaviy tipdagi iste'mol talabining shakllanish tendensiyasi xalqaro turizm yoqilg'i mineral xom ashyo eksporti bazasida mehnatni taqsimlashga qo'shilgan dunyo trasnporti va savdosi kommunikasiya chorraxasida joylashgan rivojlanayotgan davlatlar uchun xosdir. Shunday davlatlar sifatida Yaqin sharq, Shimoliy Afrika, Janubi-Sharqiy Osiyoning ko'p davlatlari chiqmoqdalar. Aholi jon boshiga ancha yuqori bo'lgan daromadga ega, doimo axborot reklama ta'sirida bo'lgan aholining boy va o'rtacha ta'minlangan guruhlari rivojlangan

funyo markazlarining iste'mol standartlarini boshqalarga nisbatan tezroq o'zlashtirganlar.

Xizmatlarni chetdan olib kelib bo'lmaydi, ular o'sha joyning o'zida tashkil qilinadi. Bunday sharoitda xizmat ishlab chiqarishning jadallashuvi nafaqat xizmat ko'rsatishning an'anaviy turlari hisobigagina emas (uy xizmatchisi, hunarmandlik, o'z-o'ziga xizmat qilish) balki sanoatlashgan professional servisga bo'lgan talabidan kelib chiqib rivojlalanadi. Ayrim holatlarda o'z-o'ziga xizmat qilish va an'anaviy xizmatlar darajasining asta sekinlik bilan pasayib ketayotganligi kuzatilmoqda. Ammo odatdagi xizmatlardan to'la voz kechib bo'lmayapti. Eski talablarda aholi talablarini qondirishning turlari ham mavjud bo'lib ular odatdagidek an'anaviy turmush doirasida rivojlanayotgan yangi talablar bilan birgalikda faoliyat ko'rsatishni davom ettirib, biri ikkinchisini to'ldirib faoliyat ko'rsatmoqda edi.

Ayniqsa aholining eski va yangi talablarining, an'anaviy va yangi hayot shakllarining ekzotik qo'shib ketganligini Yaqin Sharqda xususan Arabiya yarim oroliga, Fors qo'ltig'i mintaqasida joylashgan OPEKga a'zo bo'lgan mamlakatlarda kuzatish mumkin. Bu neft qazib oluvchi davlatlarda moliyaviy imkoniyatlarning kekin kengayishi ko'p hollarda jamiyat ishlab chiqarishida ham iste'molchilarning ongidaham keskin burilish yasadi. Fedoal munosabatlardan hozirgi kun taraqqiyotiga sakrab o'tish jarayoni eski odat va an'analarni o'zida saqlagan bir avlod hayotida yuz berdi. Yerli xalqning yuqori daromadi an'anaviy o'rnatilgan iste'mol talabi uy

xizmatlari armiyasi va tor ixtisoslashgan savdogarlar va boshqalarni yuzaga keltirdi.

Agar moddiy boylik haqida gapirilsa, tadqiqotchilar rivojlanayotgan va qoloq mamlakatlardagi talab tarkibi evolyutsiyasini sekinlashtiruvchi qator faktorlarni aniqladilar. Bularga avvalo aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan iste‘mol darajasining pastligi, sotib olish qobiliyatining o‘ta notekis taqsimlanishi kiradi. Shahar va qishloq aholisining iste‘molidagi farq ham shu yo‘nalishda rivojlanadi. Shu bilan birga G‘arbning taraqqiy etgan mamlakatlari aholisi va rivojlanayotgan davlatlar aholisi iste‘mol turlariga katta farq borligicha qolmoqda. Yaqin Sharq, Osiyo va Lotin Amerikasining zamonaviylashuvi natijasida o‘rta tabaqa paydo bo‘ldi va yangi xizmatlarga ommaviy yo‘nalish shakllandi. Umuman olganda, o‘rta sinf hayot darajasi (daromad darajasi, mehnatga haq to‘lash, hayot sharoiti) bu yerda G‘arbiy Yevropa Amerikaga nisbatan ancha past edi.

Agar AQSH yoki G‘arbiy Yevropa mamlakatlarida malakali usta-master yoki avtomobil sohibi bo‘lib, uyini maishiy texnika bilan to‘ldira olsa, uni Janubi-Sharqiy Osiyodagi kasbdoshi bunday imkoniyatdan mahrumdir. Bu yerda faqirona yashovchi malakali ishchilar qatlami xilma-xildir, shuningdek, ko‘p odamlar qashshoqlikda yashaydilar. Buning sababi umumiy rivojlanishning yetrlicha baland bo‘lmaganigina emas, balki hayot qulayligi haqidagi tasavvurning an‘anaviy normalarining saqlanib qolganligi hamda odamlarning moddiy to‘q hayot uchun intilishining sustligi hamdir.

Xizmatlar va servis faoliyati u yoki bu g'arbiy bo'lmagan mamlakatda tarixiy tomir otgan ma'naviy prinsiplar va aholining hayot faoliyati normalari, shuningdek, jamiyat ongini ruhiy va ma'naviy stereotiplari asosida shakllandi. Ayniqsa buni insonni rivojlantirishga yo'naltirilgan xususan badiiy - estetik plandagi xizmatlar sohasi yorqin tasdiqlaydi.

Yuqoridagi fikrimizning isboti uchun san'atga 20-21 asrlar chegarasida butun kinoindustriyasida yetakchi tarmoq bo'lgan raqobatchilar Amerika va Hind kinomotografiyasining ayrim mazmun tipologik karakteristikasiga taqqoslash uchun murojaat qilamiz. Bir qarashda mashhur AQSH va Hind filmlari uchun badiiy belgilar bir xil auditoriyani boshdan oyoq hayajonda ushlab turgan syujet, o'tkir intriga, tashkillashtiruvchi harakat, yosh, zamonaviy qahramonlar, ko'plab jang san'ati qoidalariga rioya qilingan va rioya qilinmagan aralashib ketgan sahnalar. Bularning hammasida Amerika kinosi ta'sirida keng tarqalgan ommaviy madaniy prinsiplari birinchi planga chiqadi. Ammo filmlar mazmunini chuqurroq tahli qilinishi shuni ko'rsatadi, aktyorlar o'ynayotgan ijobiy va salbiy obrazlar Amerika va Hind filmlari qahramonlari kurash olib borayotgan g'oyalar va ma'naviy boyliklar ko'p jihatdan bir-biridan farq qiladi.

Amerika filmidagi bosh qahramon, har doimgidek, ijtimoiy yoki qalban yolg'iz uning filmidagi maqsadi ko'proq boylik orttirish, katta summadagi pulga ega bo'lish yoki shu boylikni egri yo'llar bilan topib bir joyga to'plagan odamni fosh etish bilan bog'liq. Hind filmlarida esa qahramon har doim oilasi yoki do'stlari davrasida. Ular orasida yaxshi odamlar ko'p, ba'zan yomon odamlar ham uchraydi. Yomon

odamlar bilan qahramon ayovsiz jangga kirishadi. Amerika qahramonining obrazi uning irodasini ochish, sovuqqonlik bilan qilingan hisob – kitob, ko‘pincha qalban yopiqlik va hatti – harakatning ayovsiz prinsiplariga amal qilish orqali ochiladi. Hind qahramonining obrazi boshqa sifatlar yordamida shakllanadi: u har doim yordamga tayyor, o‘zini har xil holatlarda har xil tutsa ham, qalbi har doim do‘stlari uchun ochiq, qalbida nafrat yo‘q. U kuchsizlarni, ko‘ngli pok odamlarni himoya qiladi, ko‘pincha haqiqat uchun kurashadi. Moddiy boylik va pul uni qiziqitirmaydi, odamlar orasidagi bir – biriga bo‘lgan yaxshi munosabat uni ko‘proq qiziqtiradi.

Hind kinosining asosiy belgilaridan biri mustaqil, musiqaviy rollarning, raqs elementlarining ko‘pligi, Amerika kino ustalarida esa bu elementlar sof xizmat rolini o‘ynaydi. Hind filmlarida erkak bilan ayol o‘rtasidagi nozik munosabatlar oxirgi paytlargacha ayollarning yalang‘och oyoqlarini, badanlarini o‘pishish sahnalari man qilinardi. Amerika rejisyorlari o‘z filmlarining effektlariga yuqorida ko‘rsatilgan usullar bilan erishganlar. Oxirki o‘n yilliklar praktikasi shuni ko‘rsatadiki, hind kinolari raqobatda amerika filmlariga yutqazmaydi. Dunyoning har qanday mamlakatida uni mazza qilib tomosha qiladigan tomoshabin topiladi. Eslatib o‘tamiz hind kinomotogroflari okean ortidagi kasbdoshlariga nisbatan ko‘proq va arzonroq kino oladilar.

Shunday qilib, rivojlanayotgan mamlakatlarda servis faoliyati G‘arbning sanoati rivojlangan mamlakatlari yo‘nalishida rivojlanayotgan ekan. Ammo, uning rivojlanishi geografik holatiga

mamlakatda mavjud bo'lgan zaxiralar ishlab chiqarishni mintaqaviy joylashtirish, undagi pul daromadlarini taqsimlash va boshqa ko'p faktorlarga jiddiy tuzatishlar kiritish orqali kechadi. Bunda tarixiy, madaniy, ma'naviy faktorlar katta ahamiyat kasb etadi.

Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar

Jamiyatda zamonaviy turdagi xizmatlar va servis faoliyati tahlilini tadqiq qilib quyidagi xulosalarga kelindi.

1. Vaqtning sutka davomidagi hajmi taqsimlanishi bilan bo'lgan zamonaviy hayot tarzining muhim xususiyatiga to'xalib o'tildi. Sanoat davri odamning har kungi mavjudligi ishda, uyda, dam olishda va boshqalarda bo'ladigan taqsimlangan vaqtga bo'ysunadi. Hayotning bunday bo'lishi, bir tarafdin, odamga ishlab chiqarish majburiyatga diqqatni jamlashga, izn beradi, mehnat unumdorligini oshiradi, tartibga soladi. Boshqa tarafdin esa, qizg'in mehnat ritmi ishchida charchoqning to'planishiga olib keladi, unda stress va ruxiy og'ishning kelib chiqishiga imkon yaratadi. Shu bilan birgalikda odamda belgilangan, bo'sh vaqt faqatgina kun, hafta oxirida emas, balki yil davomida ta'til vaqtida ham paydo bo'ldi. Bu holatda bo'sh vaqtdan kuchlarni qayta tiklash, yaqin insonlari bilan muloqot qilish, o'yin kulgi qilish samarali mehnat odam uchun g'amxo'rlik bo'ldi. Bularning barchasi ulkan servis sohasi-rekreasiya sferasi, o'yin-kulgularning paydo bo'lishi uchun asos yaratilishi kam tadqiq qilingan va iqtisodiy adabiyotlarda deyarli yoritilmagan muammolar sirasiga kirishi aniqlandi.

2. Nomoddiy mahsulotlar-xizmatkor, shuningdek shaxsiy buyurtma asosida mahsulot ishlab chiqarishning o'sib borayotgani

sanoatlashgan iqtisodiyotning o'ziga xos xususiyatidir. Olimlarning fikriga qaraganda xizmat va axborot ishlab chiqarish sohalari ertangi kunimizda sezilarli darajada tovar ishlab chiqarishdan o'zib ketadi. Bunday jarayonda bilim, obrazlar, ma'naviy boyliklar, umuman axborot ishlab chiqarish yetakchilik qilishi asoslandi.

3. Xizmatlarni chetdan olib kelib bo'lmaydi, ular o'sha joyning o'zida tashkil qilinadi. Bunday sharoitda xizmat ishlab chiqarishning jadallashuvi nafaqat xizmat ko'rsatishning an'anaviy turlari hisobigagina emas (uy xizmatchisi, hunarmandlik, o'z-o'ziga xizmat qilish) balki sanoatlashgan professional servisga bo'lgan talabdan kelib chiqib rivojlalanadi. Ayrim holatlarda o'z-o'ziga xizmat qilish va an'anaviy xizmatlar darajasining asta sekinlik bilan pasayib ketayotganligi kuzatilmoqda. Ammo odatdagi xizmatlardan to'la voz kechib bo'lmayapti. Eski talablarda aholi talablarini qondirishning turlari ham mavjud bo'lib ular odatdagidek an'anaviy turmush doirasida rivojlanayotgan yangi talablar bilan birgalikda faoliyat ko'rsatishni davom ettirib, biri ikkinchisini to'ldirib faoliyat ko'rsatishi ta'kidlandi.

III BOB. MILLIY IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDA XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARINING O‘RNI, ULARDA SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISHNING NAZARIY MASALALARI

3.1. O‘zbekiston milliy iqtisodiyotini rivojlantirishda xizmat ko‘rsatish korxonalarining o‘rni va ahamiyati

Xizmat ko‘rsatish sohasi iqtisodiyot tarmoqlarining tarkibiy qismi hisoblanadi. Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalarini samaradorligini tahlil qilishning ahamiyati mamlakatimiz iqtisodiyotida tutgan o‘rni tobora oshib bormoqda. Ushbu soha mamlakatimiz uchun nihoyatda muhim bo‘lgan bandlik muammosi va aholi daromadlarini oshirish masalalarini hal etishda ham yetakchi o‘rin egallamoqda. Xizmat ko‘rsatish sohasi keyingi yillarda butun dunyoda eng tez o‘sayotgan va rivojlanish tendensiyasiga ega bo‘lgan sohalardan biri edi, lekin pandemiya davrida rivojlanish tendensiyasi biroz pastladi. Shunga qaramay xizmat ko‘rsatish korxonalarining ayrimlari pandemiya davrida ham jadal sur‘atlar bilan rivojlanganligini ko‘rishimiz mumkin. Iqtisodiyotning xizmatlar sohasi sektori turli xil faoliyat turlarini o‘z ichiga olib, ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga yordam beradi. Pandemiya davrida onlayn savdo xizmatlari, yetkazdirib berish xizmatlari, masofaviy ta’lim xizmatlari aloqa xizmatlari va shu kabilar rivojlanish darajasi yuqoriroq bo‘ldi. Ushbu sohaning 2020 yilda 218853,3 mlyard so‘mni tashkil qilib 2019 yilga nisbatan 102,3 foizga o‘sganligi qayd etilgan. Xizmatlar sohasida

ko'rsatilgan xizmatlar hajmining 51,5 foizi kichik tadbirkorlar ulushi tashkil etadi, aholi jon boshiga ko'rsatilgan xizmatlar hajmi 6393,2 ming so'mni tashkil qilgan².

Hozirgi innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmatlar sohasining rivojlanishi O'zbekiston Respublikasining iqtisodiy holatini baholashda alohida o'rin tutadi. Jahon amaliyoti ko'rsatishicha, xizmatlar sohasi umumiy iqtisodiy o'sishga, kam taraqqiy etgan hududlarning rivojlanishiga ko'maklashadi. Bunday hududlarda servis markazlarni ochish ko'pgina davlatlarning iqtisodiyotini rivojlantirishning asosiy usuli hisoblanadi. Tog' va qishloq joylarida xizmat ko'rsatish markazlarning tashkil qilinishi shu joylarning o'zlashtirilishiga, aholi yashash darajasining yaxshilanishiga yordam beradi.

Bugungi kunda servis va xizmatlar sohasi iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash siyosatini amalga oshirish, mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishni rag'batlantirish hisobiga ijobiy natijalarga erishildi.

Yangi ish o'rinlari yaratish, aholi bandligini ta'minlash va daromadlarini oshirishda xizmat ko'rsatish va servis sohasi kengayishi muhim o'rin tutadi. Mamlakatimizda xizmat ko'rsatish tarmog'ini rivojlantirish imkoniyati katta. Chunki u ortiqcha mablag' talab etmaydi. Unga sarflangan mablag' yoki olingan kredit qisqa muddatda qaytadi. Natijada bu mablag'ni boshqa investitsiya sifatida yo'naltirishga yo'l ochiladi.

² Davlat statistika q'mitasi ma'lumotlari. www.stat.uz

O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish imkoniyatlari keng bo‘lishiga qaramay, mavjud imkoniyatdan foydalanish darajasi talab qilingan holatdan ancha kam. Ushbu sohaning yana bir muhim jihati, qishloqda ortiqcha ish kuchini ish bilan ta‘minlash masalasini ham hal qilishga ko‘maklashuvchi muhim soha hisoblanadi. Chunki, xususiy tadbirkorlik uchun jazibador bo‘lgan ko‘pgina an‘anaviy xizmat turlari shaharda ham qishloqda ham yetarli darajada rivojlangan emas. Ayniqsa, qishloq joylarda bu sohaning rivojlanishi uchun oxirgi paytlargacha hech qanday ta‘sirchan choralar ko‘rilmasdan kelindi. Joylarda maishiy uskunalarni ta‘mirlash ustaxonalari, kimyoviy tozalash shoxobchalari, kompyuter dizaynerligi, buxgalteriya, reklama, pullik tibbiy xizmat kabi tadbirkorlik sub’ektlari kam ekanligini ta‘kidlash lozim.

Shu tufayli O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «2016-2020 yillarda xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida» gi qarori O‘zbekistonning xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirishning ustuvor yo‘nalish va vazifalarini, shu jumladan:

- xizmatlarni rivojlantirish hisobiga yalpi ichki mahsulotni ko‘paytirish, uning iqtisodiyotdagi ulushini 48,7 foizga yetkazish;
- 2020 yilga kelib, qishloq joylarida xizmatlarning 1,8 barobar o‘ssishi;
- servis sohasida jadal rivojlanish uchun shart-sharoitlarni yaratish, muhandislik, kommunikatsiya, avtomobil va transport infratuzilmasini rivojlantirish, tarmoqlarda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish hisobiga tarkibiy o‘zgarishlarni amalga oshirish;

- raqobat muhitini shakllantirish, kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarini rivojlantirishga ko'maklashish;

- turli xil innovatsion xizmatlarni, yangi aloqa ob'ektlarini kengaytirish;

- aholining telekommunikatsiya tarmog'iga texnik imkoniyatlarini ta'minlash, ularning asosida yuqori sifatli xizmatlar ko'rsatish, raqamli telefon aloqa va televideniye tizimlariga o'tishni ta'minlash, respublika iqtisodiyotida aloqa va axborotlashtirish xizmatlarining ulushini 2020 yilgacha 2,5 foizga oshirish;

- zamonaviy elektron to'lov texnologiyalarini joriy etish bilan moliyaviy xizmatlarni rivojlantirish;

- yuqori texnologiyali tibbiy xizmatlarni yanada rivojlantirish³.

Ammo bu ham kam. Chunki, tahlillar ko'rsatishicha, taraqqiy topgan davlatlar, masalan, AQSH, Buyuk Britaniya, Kanada, Fransiya, Germaniya, Italiya, Yaponiyada xizmat ko'rsatish va servis ulushi yalpi ichki mahsulotning 70-80 foizini tashkil etadi. Ushbu mamlakatlar iqtisodiyotida band bo'lgan aholining 70 foizi shu xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat ko'rsatadi.

Xizmat va servis sohasining rivojlanmaganligi aholining iste'mol harajatlari tarkibiga ham ta'sir qiladi. Mamlakatimiz aholisining iste'mol harajatlari tarkibida xizmatlarning ulushi bor-yo'g'i 15,4 foizni tashkil qiladi⁴. Vaholanki, ushbu ko'rsatkichning miqdori rivojlangan mamlakatlarda 50-60 foizdan kam emas⁵.

³ Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 26 февралдаги 55-сонли “2016-2020 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида” ги қарори.

⁴ Социальное развитие и уровень жизни населения в Узбекистане 2004. Т.: Госкомстат Узбекистана. 2005.-72 бет.

⁵ “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги қарори 2006 йил 17 апрел. Халқ сўзи. 2006 йил 18 апрел.-1 бет.

Keyingi yillarda ko'pgina mamlakatlarda, xususan o'zimizda ham shaharlarda yashovchilarning xordiq chiqarishi uchun dam olish kunlari qishloqlarga chiqishi odat tusiga kirib bormoqda. Bu shunga olib keldiki, qishloq aholisi xizmat ko'rsatish bilan bog'liq ikkinchi ixtisoslikka ega bo'lish va qishloqning xushmanzara joylarida turistik majmualarni hamda xizmat ko'rsatish ob'ektlarini qurib ishga tushirishni taqozo qiladi. Bu esa, o'z navbatida qishloq aholisining turmush sharoitini yaxshilab olish imkonini yaratadi.

Islohotlarning amaliy ifodasi bevosita iqtisodiy ko'rsatkichlarda o'z aksini topmoqda. 2020 yil davomida butun dunyoda pandemiya va karantin sharoiti kuzatildi. Ana shu davrda ham mamlakatimizda iqtisodiyotning deyarli barcha tarmoqlarida izchil rivojlanish tendensiyasiga erishildi. Bunda mamlakat YAIMining o'sishi 1,6 ni tashkil etib, sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish 0,7 foizga ko'paydi, qishloq xo'jaligidagi o'sish 3 foizga yetdi, chakana chavdo aylanmasi 3,2 foiz, iste'mol tovarlari 3,6 foizga, qurilish ishlari 9,1 foizga oshdi.

Xizmat ko'rsatish sohasiga mamlakatimiz hukumati tomondan berilayotgan e'tiborning yuqoriligi, uni har tomonlama qo'llab-quvvatlashi sohaning tez sur'atlar bilan rivojlanish imkonini bermoqda. Tahlil qilinayotgan 2010-2020 yillar davomida xizmat ko'rsatish sohasining o'sish sur'ati YAIMning o'sish sur'atiga nisbatan ancha yuqoriligi saqlab qolingani (3.1-jadval).

Mamlakat YAIM va xizmat ko'rsatish sohasi ulushining 2010-2020 yillardagi dinamikasi⁶

Ko'rsatkichlar	Yillar										
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
YAIM, mlrd. so'm	74 042,0	96 949,6	120 242,0	144 548,3	177 153,9	210 183,1	242 495,5	302 536,8	406 648,5	511 838,1	580 203,2
O'sish sur'ati (o't-gan yilga nisbatan, taqqoslama bahoda), %	107,3	107,8	107,4	107,6	107,2	107,4	106,1	104,5	105,4	105,6	101,6
O'sish sur'ati (2010 yilga nisbatan), marta	x	1,31	1,62	1,95	2,39	2,84	3,28	4,09	5,49	6,91	7,83
Xizmatlar jami, mlrd.so'm	27 126,8	35 196,3	44 386,0	55 872,8	68 032,1	78 530,4	97 050,0	118 811,0	150 889,8	193 697,8	218 853,5
Xizmat ko'rsatish sohasining o'sish sur'atlari (o'tgan yilga nisbatan taq-qoslama bahoda), %	115,8	117,2	114,7	114,4	114,2	113,4	114,7	110,7	108,9	113,2	102,3
Xizmatlar hajmining o'sish sur'ati (2010 yilga nisbatan), marta	x	1,30	1,64	2,06	2,51	2,89	3,58	4,38	5,56	7,14	8,07
Xizmatlar sohasining YAIMdagi ulushi, %	36,64	36,30	36,91	38,65	38,4	37,36	40,02	39,27	37,1	37,8	37,72

⁶Манба: Ўзбекистон Республикасининг 2010-2020 йиллардаги статистик ахборотномаси. Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитасининг тегишли йиллар бўйича нашри асосида муаллиф томонидан ҳисоб-китоб қилинди.

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, yalpi ichki mahsulot va xizmatlar hajmi 2010 yildan boshlab faqat o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan. Tahlil qilinayotgan 2010 yildan 2020 yil oralig'ida YAIM hajmi 7,83 marta oshgan bo'lsa, xizmatlar hajmi 8,07 marta oshganligini ko'rishimiz mumkin. Bundan shunday xulosa qilish mumkinki, tahlil qilinayotgan vaqt oralig'ida xizmatlar hajmi, YAIM hajmiga nisbatan tezroq o'sganligini qayd etishimiz mumkin. Xizmatlar sohasining mamlakat YAIMidagi ulushi 2010 yilda 36,64 %ni tashkil qilgan bo'lsa, 2016 yilda eng yuqori ko'rsatkich 40,02 foizini tashkil qildi, 2020 yilga kelib 37,72 foizni tashkil qilmoqda.

Xizmat ko'rsatish sohasining mamlakat yildan yilga muttasil oshib borayotganligi mazkur soha tarmoqlari mamlakat iqtisodiyotida salmoqli o'ringa ega bo'lib borayotganligidan va buning natijasida aholi turmush darajasining yaxshilanayotganligidan dalolat beradi.

Chunonchi, 2020 yil 1 dekabr holatiga ko'ra xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar tarkibida, savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tashkilotlar yuqori ulushni (42,7 %) egallaydi. Yashash va ovqatlanish bo'yicha xizmat ko'rsatuvchi korxonalar va tashkilotlarning ulushi 9,7 % ni tashkil qilgan. Xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar tarkibida tashish va saqlash faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tashkilotlarning ulushi 5,6 % ga yetdi. Axborot va aloqa faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tashkilotlarning jami xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar tarkibidagi ulushi 3,1 % ga teng bo'lgan. Sog'liqni saqlash,

shuningdek ijtimoiy xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlarning ulushi 3,0 foizni tashkil qilmoqda⁷.

Shuni e'tirof etish kerakki, xizmatlar tarkibida uning zamonaviy, ilg'or turlari – telekommunikatsiya xizmatlari, ta'lim, uyali telefon aloqasi, moliya-bank xizmatlari, lizing tartibidagi kreditlar ajratish, sug'urta, sayyohlik-ekskursiya kabi zamonaviy xizmat turlari bilan birga pandemiya sharoitida onlayn xizmatlar ham jadal sur'atda rivojlanmoqda.

3.2-jadval

Iqtisodiy faoliyatning asosiy turlari bo'yicha ko'rsatilgan xizmatlar hajmi *)

(mlrd.so'm hisobida)

	2010 y.	2011 y.	2012 y.	2013 y.	2014 y.	2015 y.	2016 y.	2017 y.	2018 y.	2019 y.
Xizmatlar – jami	27 126,8	35 196,3	44 386,0	55 872,8	68 032,1	78 530,4	97 050,0	118 811,0	150 889,8	193 697,8
jumladan asosiy turlari bo'yicha:										
aloqa va axborotlashtirish xizmatlari	2 080,2	2 653,0	3 219,3	3 749,8	4 541,3	5 181,5	6 306,8	8 196,7	10 332,6	10 891,7
moliyaviy xizmatlar	2 643,7	3 346,6	4 208,8	5 546,5	6 728,2	8 206,7	9 898,4	15 023,8	21 296,3	34 036,6
transport xizmatlari	10 524,4	13 571,7	16 498,8	20 562,0	23 781,0	26 817,3	30 617,8	36 217,2	44 159,4	54 473,5
shu jumladan: avtotransport xizmati	5 124,0	6 462,4	8 054,4	10 313,9	12 954,7	16 032,1	19 216,7	20 232,9	21 786,8	25 527,5
yashash va ovqatlanish xizmatlari	292,7	381,2	463,4	590,1	729,1	890,6	3 038,7	3 649,6	4 673,3	5 933,6
savdo xizmatlari	6 620,8	8 789,9	11 533,6	14 807,9	18 979,2	21 366,9	27 368,2	32 006,9	39 743,4	48 748,2
ko'chmas mulk bilan bog'liq xizmatlar	809,3	1 063,8	1 408,6	1 755,3	2 236,0	2 757,3	3 405,1	4 026,5	4 949,2	5 950,7

⁷ Davlat statistika qumitasi ma'lumotlari. www.stat.uz. 2020 yilning yanvar-dekabr oylarida xizmatlar sohasining rivojlaniishi. T-2021. 34-bet

<i>3.2-jadval davomi</i>										
ta'lim sohasidagi xizmatlar	763,1	1027,4	1385,3	1793,0	2154,4	2681,4	3263,0	4402,0	5416,5	7164,9
sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar	258,0	354,4	498,8	671,9	869,9	100,4	416,3	701,5	220,0	104,3
ijara xizmatlari	548,0	694,4	902,7	1177,2	1494,6	1801,6	2270,1	2589,2	3297,4	3733,5
kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar	624,2	762,9	944,1	1122,8	1388,3	1724,5	187,8	329,2	630,7	200,1
shaxsiy xizmatlar	756,5	963,9	1233,6	1558,0	2036,4	2366,5	2915,5	3134,4	3700,6	4575,6
me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar	299,2	383,1	537,2	661,1	748,7	841,0	1132,6	1611,7	2953,6	4543,1
boshqa xizmatlar	906,7	1204,0	1551,8	1877,2	2345,0	2794,7	3229,7	3922,3	5516,8	7342,0

*) Alohida faoliyat turlarini hisoblash uslubiyatining o'zgarishi sababli 2010 yildan ma'lumotlar aniqlashtirildi.

Yuqoridagi 3.2-jadval ma'lumotlarini tahlil qiladigan bo'lsak, 2010 yilda xizmatlar hajmida eng yuqori ulushga, transport xizmatlari 38,8 foizini, undan keyingi o'rinlarda savdo xizmatlari 24,4 foizini, moliyaviy xizmatlar 9,74 foizini, aloqa va axborotlashtirish xizmatlari 7,67 foizini tashkil qilgan. Eng past ulushga ega bo'lgan xizmatlar bo'lsa, sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar 0,95 foizini, yashash va ovqatlanish xizmatlari esa 1,08 foizini, me'morchilik, muhandislik

izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar 1,1 foizini tashkil qilgan.

2019 yil ma'lumotlariga e'tibor qaratadigan bo'lsak eng yuqori ulushga ega bo'lgan xizmatlar o'zgarmagan, lekin ularning ulushidagi farqlarni ko'rishimiz mumkin. 2019 yilda transport xizmatlari 28,1 foizini, undan keyingi o'rinlarda savdo xizmatlari 25,16 foizini, moliyaviy xizmatlar 17,57 foizini, aloqa va axborotlashtirish xizmatlari 5,62 foizini tashkil qilganligini ko'rishimiz mumkin. 2019 yilda eng past ulushga ega bo'lgan xizmatlar, sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar 1,6 foizini, kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar 1,65 foizini, ijara xizmatlari 1,92 foizini, me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar 2,34 foizini, shaxsiy xizmatlar 2,36 foizini, yashash va ovqatlanish xizmatlari esa 3,06 foizini tashkil qilgan.

Tahlil qilinayotgan davr oralig'ida xizmatlar tarkibining o'sish dinamikasi qaraydigan bo'lsak xizmatlar hajmi shu davr oralig'ida 7,14 marta oshgan. Xizmatlar tarkibi bo'yicha eng tez o'sish sur'atiga yashash va ovqatlanish xizmatlari 20,27 barobar, me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar 15 barobar, moliyaviy xizmatlar qariyb 13 barobar, sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar 12 barobar oshganligini ko'rishimiz mumkin. Eng sekin o'sish sur'atiga ega bo'lgan xizmatlar shaxsiy xizmatlar 5,12 barobar, transport xizmatlari 5,17 barobar, aloqa va axborotlashtirish xizmatlari 5,23 marta oshganligini ko'rishimiz mumkin.

Xizmat ko‘rsatish sohasining rivoji mintaqalarda sezilarli iqtisodiy o‘shishga, aholi turmush darajasining ko‘tarilishiga olib kelishi tabiiy. Shu o‘rinda O‘zbekiston Respublikasida hududlar bo‘yicha 2010-2019 yillar davomida ko‘rsatilgan xizmatlar hajmini tahlil qiladigan bo‘lsak, Toshkent shahri, Toshkent viloyati, Samarqand va Farg‘ona viloyatlarining xizmatlar ko‘rsatish hajmi yuqori ekanligini ko‘rishimiz mumkin (3.3-jadval).

3.3-jadval

O‘zbekiston Respublikasi xududlar bo‘yicha ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi ^{8*)}

(mlrd.so‘m hisobida)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	y.	y.	y.	y.	y.	y.	y.	y.	y.	y.
O‘zbekiston Respublikasi	27 126,8	35 196,3	44 386,0	55 872,8	68 032,1	78 530,4	97 050,0	118 811,0	150 889,8	193 697,8
Qoraqalpog‘iston Respublikasi		1	1	1	2	2	3	3	4	5
	671,1	062,0	350,1	710,4	148,1	550,3	100,5	611,3	600,2	671,8
viloyatlar:										
Andijon	1	1	2	3	4	4	5	6	8	9
	321,9	777,9	365,1	092,2	009,1	684,5	765,9	627,2	011,5	803,8
Buxoro	1	1	1	2	3	3	4	5	6	8
	072,6	413,8	844,6	407,7	045,6	751,2	756,1	421,1	631,6	413,2
Jizzax				1	1	1	2	2	3	4
	439,3	611,6	818,1	034,8	324,5	727,0	155,3	530,8	283,2	305,1
Qashqadaryo	1	1	2	2	3	4	5	5	7	8
	136,7	525,9	003,6	642,6	391,1	058,9	137,6	859,7	064,1	800,9
Navoiy			1	1	1	2	2	3	3	5
	640,7	894,1	138,8	399,6	763,1	067,5	593,8	068,4	925,6	056,2
Namangan		1	1	2	2	3	4	4	6	7
	969,9	317,3	784,5	292,3	961,2	320,6	408,1	999,2	067,7	747,6
Samarqand	1	2	3	3	5	5	7	8	10	12
	799,3	336,9	080,7	983,4	065,9	832,9	200,5	343,2	043,5	786,8
Surxondaryo		1	1	1	2	3	3	4	6	6
	796,3	085,3	450,8	918,0	471,4	067,8	845,3	485,5	079,6	981,9
Sirdaryo						1	1	1	2	2
	347,1	477,5	622,5	746,8	915,8	103,1	355,6	603,8	031,4	726,8

⁸ Давлат статистика қўмитаси маълумотлари. www.stat.uz

<i>3.3-jadval davomi</i>										
Toshkent	2 253,3	2 749,2	3 473,3	4 428,7	5 529,5	6 445,7	8 112,9	9 347,4	11 292,9	14 568,4
Farg‘ona	1 471,3	2 041,8	2 707,0	3 532,0	4 472,8	5 256,0	6 670,7	7 602,2	9 237,9	11 684,1
Xorazm		1 066,0	1 379,7	1 788,0	2 190,7	2 548,6	3 119,0	3 645,5	4 562,8	5 763,3
Toshkent sh.	8 805,5	10 876,4	13 381,8	16 290,8	19 779,7	23 108,6	29 472,7	38 659,9	50 176,2	65 759,2

**) Alohida faoliyat turlarini hisoblash uslubiyatining o‘zgarishi sababli 2010 yildan ma’lumotlar aniqlashtirildi.*

Yuqoridagi 3.2-jadval ma’lumotlarini tahlil qiladigan bo‘lsak, Mamlakatimiz bo‘yicha xizmatlar hajmi 2010 yilga nisbatan 2019 yilda 7,14 barobar ko‘payganligini ko‘rishimiz mumkin. Samarqand viloyatida ham o‘shish tendensiyasi Respublika o‘shish tendensiyasi bilan qariyb bir xil bo‘lgan, ya’ni 7,11 marta o‘sganligini ko‘rishimiz mumkin. O‘zbekiston Respublikasi hududlari ichida xizmatlar hajmi mana shu 2010 yil va 2019 yil oraliqlarida eng yuqori o‘shish tendensiyalari, Jizzax viloyatida 9,8 marta, Surxondaryo viloyatida 8,77 marta, Qoraqalpog‘iston Respublikasida 8,45 marta, Namangan viloyatida qariyb 8 marta, Farg‘ona viloyatida 7,94 marta, Navoiy viloyatida 7,89 barobar o‘shishi kuzatilgan.

Harakterli jihati shundaki, aholining turmush darajasi yaxshilanib, farovonligi oshib borgani sayin xizmatlarga bo‘lgan ehtiyoj ham oshib bormoqda. Respublikada 2010 yil yakuni bo‘yicha aholi jon boshiga 949,7 ming so‘mlik xizmatlar ko‘rsatilgan bo‘lsa, bu ko‘rsatkich 2019 yil yakuniga kelib 5768,2 ming so‘mni tashkil qilgan. (3.4-jadval) Bu tendensiya keyingi yillarda ham davom etadi va sohaning mamlakat iqtisodiyotidagi ulushi oshib boradi.

Hududlar bo'yicha aholi jon boshiga to'g'ri keladigan xizmatlar hajmi *)

(ming so'm hisobida)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	y.	y.	y.	y.	y.	y.	y.	y.	y.	y.
O'zbekiston Respublikasi	949,7	199,6	490,7	847,4	211,9	509,0	047,3	668,3	578,5	768,2
Qoraqalpog'iston Respublikasi	405,1	629,6	793,1	992,0	227,6	435,1	718,4	973,5	478,6	010,4
viloyatlar:										
Andijon	506,3	660,1	864,7	111,9	416,0	624,4	963,5	218,6	636,0	165,3
Buxoro	650,8	833,8	073,4	381,3	719,8	083,6	599,8	919,4	522,8	406,3
Jizzax	384,8	519,8	684,1	851,1	069,4	367,3	672,7	927,5	452,6	148,8
Qashqadaryo	425,8	554,8	714,4	922,9	158,5	356,4	680,5	879,0	220,9	710,7
Navoiy	743,0	019,4	287,1	564,2	943,4	245,8	773,2	228,5	052,0	115,9
Namangan	418,3	548,8	731,5	923,8	170,8	287,7	677,4	868,2	225,7	785,0
Samarqand	563,2	708,5	918,6	167,0	455,6	643,4	990,3	263,5	671,5	331,5
Surxondaryo	374,7	494,0	647,8	839,6	059,2	286,3	577,9	802,6	391,6	685,8
Sirdaryo	481,5	651,1	835,6	986,5	188,8	407,4	701,4	981,2	468,6	253,6
Toshkent	861,6	034,4	294,4	633,7	016,5	321,8	885,4	285,3	921,3	988,8
Farg'ona	466,8	627,3	819,0	051,8	309,5	512,5	887,1	116,1	529,7	142,9
Xorazm	545,7	660,0	840,5	071,3	288,8	472,2	770,3	035,7	506,6	113,5
Toshkent sh.	3	4	5	6	8	9	12	15	20	25
	887,0	722,9	755,4	941,4	373,8	700,5	235,9	815,0	172,2	881,1

*) Alohida faoliyat turlarini hisoblash uslubiyatining o'zgarishi sababli 2010 yildan ma'lumotlar aniqlashtirildi.

Respublikamiz hududlari ichida xizmat ko'rsatish sohasi rivojlangan deb Toshkent shahrini ko'rsatishimiz mumkin. Toshkent shahri aholi jon boshiga to'g'ri keladigan xizmatlar hajmi 2010 yilda

3887,0 ming so‘mni tashkil qilgan, 2019 yilga kelib 25881,1 ming so‘mni tashkil qilgan, mana shu vaqt oralig‘ida 6,65 marta oshganligini ko‘rishimiz mumkin. Samarqand viloyatida bu ko‘rsatkich 2010 yilda 563,2 ming so‘m, 2019 yilga kelib 3331,5 ming so‘mga yetib, bu davr mobaynida 5,91 barobar oshgan. Respublika bo‘yicha bu ko‘rsatkich shu vaqt oralig‘ida 6,07 marta oshganligini ko‘rishimiz mumkin.

Islohotlarning hozirgi bosqichida, respublikamizda xizmat ko‘rsatish sohasiga asoslangan korxonalarining iqtisodiy barqarorligiga salbiy ta‘sir ko‘rsatuvchi omillarni bartaraf etish, ular faoliyatlarini doimiy ravishda takomillashtirib borish mexanizmlarini yaratish muhimdir. Mazkur soha rivojlanishida davlat mahalliy boshqaruv organlarining o‘rni ahamiyatli ekanligini e‘tibordan chetda qoldirmaslik kerak. Mahalliy hokimliklar tadbirkorlar faoliyatiga aralashmaslik bilan birga ularga ma‘lum darajada, ayniqsa, tadbirkorlarni ishlab chiqarish binolari, inshootlar, ombor va savdo joylari bilan ta‘minlash muammolarini hal qilishda amaliy yordam berishlari lozim.

Respublikamiz Prezidenti va hukumatimiz tomonidan xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish uchun bir qancha iqtisodiy islohotlar amalga oshirilmoqda. Ammo bu ishlar xizmat ko‘rsatish sohasida barcha muammolar bartaraf etildi degani emas. Hozirgi vaqtda xizmat ko‘rsatish sohasidagi quyidagi muammolarni ko‘rsatib o‘tishimiz mumkin:

- mamlakatimiz har bir viloyati va xududida xizmat ko‘rsatish sohasida kadrlar tayyorlanishi yo‘lga qo‘yilgan emas. Ayrim Oliy

Ta'lim muassalarida kadrlar tayyorlanishi yo'lga ko'yilishiga qaramay, xizmat ko'rsatish sohasidagi kadrlarning malakasini oshiradigan, hamda qayta tayyorlaydigan o'quv muassasalari yetarli emas deb hisoblaymiz;

- xizmat ko'rsatish sohasida tadbirkorlikning faolligini yanada kuchaytirish qulay shart sharoit yaratish uchun bu boradagi rasmiyatchilik to'siqlari to'liq bartaraf etilmagan;

- qishloq joylarida xizmat va servis sohasini yanada rivojlantirish zarur, xususan qishloq aholisiga ko'rsatilayotgan xizmatlar jumladan, kommunal-maishiy, uy-joylarni qurish va ta'mirlash, suvdan foydalanish, veterinariya, qishloq xo'jalik mahsulotlarini saqlash, ularga ko'rsatiladigan xizmatlar yetarli darajada emasligi;

- mamlakatimizdagi xizmatlar eksportini ko'paytirish uchun ushbu sohadagi korxonalarining xalqaro bozorlardagi xizmatlar darajasi va sifatini jahon darajasida raqobatbardosh emasligi;

- xizmat ko'rsatish sohasini orqali mintaqalarda rivojlanmaganligi, aholining daromadlari pastligi, aholi bandlik darajasi sustligi kabilar.

Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishidan jamiyat, davlat, mulkdor, investor, xizmat ko'rsatuvchilar va eng avvalo, mahalliy hokimiyat organlari manfaatdordir. Chunki, xizmat sohasining rivojlanishi mahalliy byudjet mablag'larining ko'payishini ta'minlaydi. Shu tufayli mahalliy hokimiyat vakillari tadbirkorlikning rivojlanishini himoyalashlari lozim. Hozircha bunday ruhiyat hamma joyda ham shakllangan, deb bo'lmaydi.

Demak, xizmat ko'rsatish tarmoqlarining mamlakat iqtisodiyotida tutgan o'rnini quyidagilar bilan belgilanadi:

-xizmat ko'rsatish tarmoqlari mamlakat yalpi ichki mahsulotini yaratishda ishtirok etadi va uning ulushi muttasil oshib boradi;

-naqd pul tushumini ko'paytirishga hissa qo'shadi;

-iqtisodiyotda xizmatlarga bo'lgan ehtiyoj qondiriladi va xizmat bozori doimiy ravishda to'yintirib boriladi;

-mazkur sohada ish o'rinlarini ochish arzonligi va xizmatlar bozorida talabning mavjudligi ushbu sohaning rivojlanishini va bandlik masalasini hal qilish orqali aholi farovonligini oshirish imkonini beradi;

-xizmat sohasining rivojlanishi ishsizlikning kamayishi va ijtimoiy barqarorlikning ta'minlanishiga olib keladi;

-davlat byudjetini xizmat faoliyati natijasidan to'lanadigan soliqlar evaziga boyitib boradi;

-odamlarning turmush sharoiti yaxshilanadi.

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, xizmat ko'rsatish sohasining mamlakat iqtisodiyotida tutgan o'rnini mustahkamlash pirovard natijada ular faoliyati barqarorligini ta'minlash, samaradorligini oshirish va nihoyat xizmatlar sifatining ko'tarilishiga ham olib keladi.

3.2. Xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligini tahlil qilishning nazariy masalalari

Turli xil jamiyatlarda xizmat ko'rsatish faoliyatini ilmiy tushunish tarixiy evolyutsiya tahlilini hozirgi zamonga xosligini ifodalaydi.

Bizning fikrimizcha, xizmat ko‘rsatish faoliyati deganda –

Bu odamlar faoliyatini jamoaviy hamda individual xizmatlarini o‘zaro ta’siri amalga oshirishining namoyon bo‘lishidir. Bu o‘zaro ta’sirlar bir tomondan turli xil talablarni o‘zlashtirib, belgilangan foydani olishni ho‘xlaydi. Boshqa tomondan esa aniq xizmatni ko‘rsatib, ularga ham xuddi shunday foydani olishni namoyon qiladi. Bu munosabatlarning maqsadi moddiy boyliklar to‘plash emas balki insoniyat talabini qondirishdir. Tarixda o‘zini – o‘zi ta‘minlash va qarindoshchilik o‘zaro yordamidan o‘tib chiqib, servis xizmati muvaffaqiyatli bozor munosabatida yaxlit holatga keltirildi. Bu ishchilar mehnatini kasbga bo‘linishini hamda ularning korxonaga egalari bozordagi xizmati faolligini shartlab qo‘ydi. Bu xizmat ko‘rsatish faoliyatini iqtisodiyotga bog‘liq bo‘lmagan xususiyati ijtimoiy va ta’sirchan qat’iyligini kuchayishidan dalolat beradi. Xizmat ko‘rsatish faoliyatining murakkab xususiyati servisologiyadir.

Servisologiya – xizmat ko‘rsatish faoliyati haqidagi fan bo‘lib, ya’ni hozirgi kun dunyo analitikasida xalqaro intizom, teoritik va amaliy tekshirishlari sohalari shakllanib borayotgan fandır. Xizmat ko‘rsatish doirasidagi mehnatdan sanoat yoki qishloq xo‘jaligida ishlab chiqarish mehnati farq qilinishi aniqlanganligiga ancha vaqt bo‘lgan. Ammo o‘z – o‘zidan xizmat ko‘rsatish xususiyati uzoq vaqt tekshiruvchilar uchun, uzoq vaqtgacha noaniqligicha qolib keldi. Xizmat ko‘rsatish xususiyatini odamlar madaniy hayotida jamoa ishlab chiqarish bog‘liqligiga ko‘p vaqt kerak bo‘ladi. Quyida xizmat ko‘rsatish faoliyati ilmiy tahlilini asosiy va shakllanish bosqichlarini ko‘rib chiqamiz. Xizmat ko‘rsatish faoliyatini o‘rganishni umumiy

nazariy va ilmiy tahlil xususiyatlarini ochishdan boshlaymiz. Hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish faoliyatini ilmiy tahlil boshqa har qanday ilmiy yo'nalishlar kabi o'zining predmetini turli daraja va komponentlarga ega sifatida qaraladi. Xizmat ko'rsatish faoliyati haqidagi ma'lumotlar yig'ilib empirik daraja bosqichli tahlili amalga oshiriladi. Bu yerda xizmat ko'rsatish faoliyati tabiati aniqlanadi uning fakt jarayonlari xususiyati tavsiflanib, uning asosiy qismi va chegaralari aniqlanadi. Xizmat ko'rsatish faoliyati haqidagi umumlashgan nazariy tushunchalarni yuzaga kelishi bilan bog'liq holda ancha murakkab tahlillarni bilishni keyingi bosqichlarda amalgam oshiriladi. Umumiy nazariy tahlil jamiyatda xizmat ko'rsatish faoliyatini anglashni to'liq qondirilish sifatining yuqori darajasi tushuniladi. Ushbu darajadagi anglashni nazariy aspektlarini bilish xizmat ko'rsatishning metodologik tahlillarni ishlab chiqishga yo'l qo'yadi. Metodologik tahlil ostida umumnazariy tahlil tushunchalar tizimini bilish qonuniyatlari, uning mohiyatini tushuntirishdagi o'rni, tarixiy evolyutsiyasidagi qonuniyatlari, hamda jamiyat ishlab chiqarishda sotsial tuzilishi va amaliyotdagi o'rni tushuniladi.

Ko'plab ijtimoiy va gumanitar fanlarda tahlilning aniq darajasi amaliyot faoliyotida olingan ilmiy natijalarni qo'llash muhim ahamiyat kasb yetadi. Xizmat ko'rsatish faoliyati haqidagi fanda aniq daraja o'ta muhim ahamiyatga ega bo'lib, xizmat ko'rsatishni aholiga xizmat ko'rsatish haqidagi bir qancha savollar, shu doira ishchilari, davlat hokimiyati tashkilotlari, hamda ko'p sonli is'temolchilar uchun o'ta muhimdir. Har qanday obektni ilmiy tahlildagi asosiy ma'no

predmeti ega bo'lib, xizmat ko'rsatish mohiyatini to'liq namoyon bo'lishini ta'minlaydi. Xizmatlar to'g'risidagi nazariy tushunchalar ularning boshlang'ich etapidagi tahlili iqtisodiyotda yaqqol yo'nalishga ega. XX – asrning o'rtalarida xizmat ko'rsatish faoliyatini tushunish xalqaro me'yorlar характери xususiyatiga ega bo'lib, ushbu holatda iqtisodiy, ijtimoiy, boshqaruv va boshqa aspektlar tahlili teng huquqli deb qaraldi. Tarixiy amaliyotda xizmatni ilmiy tahlili imperik faktlarni yig'ish bilan emas, balki iqtisodiy va ijtimoiy tabiatni aniqlash bilan boshlagan. Bu jarayon 18-19- asrlarda Angliya siyosiy iqtisodiyotida yuzaga keldi.

Angliya siyosiy iqtisodchilari xizmatni iqtisodiy munosabatlarni tarkibiy qismi deb qaradi. Shuning uchun olimlar xizmatni nomoddiy foydaga kiritishdi. Xizmat karakterini tushunishda yana bir asosiy xususiyat foydali mehnat bo'lib, bu texnika yaratish kundalik ehtiyoj mollari bilan bog'liqligini xizmat doirasida foydasiz mehnatga nisbati sifatida qaraldi. Xizmat ko'rsatish faoliyatida moddiy ishlab chiqarishda foydali mehnatdan foydasiz mehnatni xizmatni ko'p turini ko'rsatadi va sezilmaydigan mehnatlarning xususiyatlarini bir-biridan farqlaydi.

XX – asrning 50-60 yillaridan boshlab Shimoliy Amerika va G'arbiy Yevropa davlatlari iqtisodiyotda xizmatni jadal rivojlanish jarayoni obekti sifatida qaraladi. XX – asr o'rtalarida iqtisodiyot amaliyotida yuzaga kelgan o'zgarishlar ta'sirida G'arb mamlakatlarida ommaviy psixologik hamda nazariy fikrlarni kengaytirib, iqtisodiy rivojlanishni har tomonlama to'liq o'rganishni taqazo yetadi. Iqtisodiyot fanida xizmat foydali mehnat elementi sifatida qaraladi.

Insoniyatga foyda keltiradigan har qanday foydali xizmat foydali mehnat deb ataladi. Xizmat doirasidagi bozor munosabatlari elementlarining tovar ishlab chiqarish doirasida xizmat ko'rsatish faoliyati o'ziga xos xususiyatlariga ega.

Xizmat ko'rsatish faoliyatida metodologik tahlilning nazariy madaniy – antropologik, politologik, ijtimoiy psixologik hamda ijtimoiy tushunchalar qo'llana boshlanishi bilan boyidi.

Yuqoridagi g'oyalarga asosan xizmatlar jamiyat va individual turlarga bo'linadi. Xizmat doirasini rivojlanishini sotsiologlar bevosita hozirgi zamon ishlab chiqarishdagi ishchilarning vaqtini oshirish bilan bog'laydi. Bu haqda sotsiologiya fanida bir qancha bilimlar rivojlanib bordi. Sog'lomlashtirish va tibbiy xizmatni o'rganishda biologiya, psixologiya va meditsina fanlarining bilim va yutuqlarini o'rganish bilan amalga oshiriladi.

Turizm va sayohat bilan bog'liq bo'limida geografiya landshaftlar iqlim haqida ilmiy ma'lumotlar qo'llaniladi. Xizmat ko'rsatish samaradorligini oshirishda marketing va reklamaning imkoni bo'yicha qo'llash amaliyotda biznes tavsiya etiladi.

Xizmat ko'rsatish faoliyatini tekshirishda asosiy yo'nalish ishlab chiqarish menejmenti haqidagi tushunchalar shakllanishi bilan bog'liq bo'lib, bunga menejment xizmat ko'rsatish faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olib yondoshadi. Menejment tahliliga korxonada tabiati va mohiyatini undan tashqari bozor sharoitida samaradorligini baholash bilan bog'liq holda tushuniladi.

Shu o'rinda nazariy menejment tushunchasi asta sekin umumlashib va murakkablashib bormoqda. Korxonada xizmat ko'rsatish

faoliyatining boshqaruvi ko‘p funksiyalari sifatida qaraladi. Ya’ni bunda korxonalarining faqatgina ishchilar boshqaruvi va moddiy moliyaviy tahlilni har tomonlama nazarda tutilgan.

Bundan tashqari menejment xizmatiga joriy va strategik boshqaruv, ishchilar boshqaruvi, moliyaviy investitsion, tabiatni qo‘riqlash yo‘nalishidagi xizmatlar kiradi.

Xizmat ko‘rsatish faoliyatiga nazariy tahlilni murakkablashuvi unga qo‘shimcha obektlarni qo‘llashni tavsiya etadi. Xozirgi kunda bu fan xalqaro me‘yorlar yo‘nalishidagi tushuncha bo‘lib, asosiy rolni ijtimoiy va iqtisodiy tahlillarni bajaradi. Bundan tashqari nazariy darajadagi tushunchalar ushbu fanda aniq darajada ega bo‘lib, ilmiy tushuncha, xulosa va tavsiyalar servis faoliyati amaliyotida qo‘llashni maqsad qilib qo‘yadi.

Xizmat ko‘rsatish faoliyati tahlilini muhim nazariy va amaliy munosabatlaridan biri uning tavsiflanishidir. Shunda biz sinfiy bo‘linishni ko‘rib chiqamiz.

3.5-jadval.

Korxonalarining tashkiliy asoslari to‘g‘risida teoretik tushunchalar evolyutsiyasi, boshqaruv faoliyati va uning samaradorlik mezonlari.

Konsepsiyalar, maktab va munosabatlar	Aspektlarda tashkillashtirish modeli		
	Korxonalarni rivojlantirish	Menejment faoliyatini ustuvorligi	Samaradorlik mezonlari
Ilmiy boshqaruv maktablari (1885-1920)	Mexanik konstruksiya	Ishlab chiqarishni tezkor boshqarish	Iqtisodiy samaradorlik yoki resurslarni rotsional qo‘llash
Insonoy	Mehnat	Xodimlarni	Psixologik va

munosabatlar maktabi (1930-1950)	taqsimotidan tuzilgan odamlar jamoasi	boshqarish yoki tashkillashtirish	sotsial omillarni hisobga oluvchi iqtisodiy samaradorlik
Tizimli munosabat (50 – yillarning oxiridan shu kunga qadar)	Murakkab iyerarxik ko'p tabaqali tizim	Strategik menejment	Muvofiqlik tizim
Situatsion munosabat (60 – yillarning oxiridan shu kunga qadar)	Har – xil guruhlar qiziqishini hisobga olgan, har – xil o'zgaruvchi-larga va maqsadlarga ega bo'lgan jamoa tashkilotlari	Tashkilotning har – xil bo'lmlaridan o'zaro tashkillashtirish umumiy maqsadini birgalikdagi siyosati	Sotsial iqtisodiy maqsadga muvofiqlik

Tasnif me'zonlari ishlab chiqarishda xizmat ko'rsatish faoliyati sohasi muhim tipologik belgilari tanlab olinadi va shular ishlatiladi. Tasnif me'zonlarini ishlab chiqarish turli mamlakatlarda turlicha ishlab chiqariladi. Tekshiruvchilar nazariy muammolarga qarab tasnif mezonlarini ishlab chiqmasdan xizmat ko'rsatish faoliyatida amaliy talablarni bajarishini hisobga oladi. Tasnif bo'yicha ishlash u yoki bu mamlakatda murakkab davlat statistika yoki masalalarni yechishda qo'llaniladi. Misol uchun Shimoliy Amerika mintaqasida qo'llaniladigan xizmatlar tasniflarini keltiramiz. Bunda AQSH va Kanada mamlakatida tarixiy amaliyotida nomoyon bo'lgan servis faoliyatini ko'rib chiqamiz. Ular quyidagilar:

- Transport (temiryo'l, aviatsiya, yuk tashish, avttransport, hokazo...);

- Kommunikatsiya (telefon, telegramma, radio);
- Jamiyatdagi foydali xizmatlar (yelektr, gaz, suv);
- Oilaviy faoliyat (ulgurji va chakana savdo);
- Moliyaviy, sug‘urta, shu bilan birga ko‘chmas mulk ishi ham kiradi;

Dunyo mamlakatlarida qabul qilingan tahlillar tasnifini chetlab o‘tish yo‘llari qidirilmoqda. Shuning uchun rivojlangan mamlakatlarda statistik organlar faoliyatiga asoslanib quyidagi tasnif tuziladi.

Mana shu xizmatlar

- Ishbilarmonlik xizmati;
- Aloqa xizmati;
- Qurilish va muhandislik xizmati;
- Distribyuterlik xizmati;
- Umumta’lim xizmati;
- Sug‘urta bilan birga, moliyaviy xizmat;
- Ijtimoiy va sog‘liqni saqlash xizmati;
- Turizm va sayohat;
- Transport xizmati;
- Boshqa xizmatlar.

Bir qator rivojlangan mamlakatlarda xizmatni qo‘llanish doirasi va xizmat turlari va mezonlari bir – biriga bog‘liqlik tasnifini ko‘rib chiqamiz.

Xizmatlarni turli sohalarda qo'llanish turlari.

Xizmat turlari	Qo'llanish doirasi
Ishlab chiqarish xizmatlari	Injineriing, lizing, ta'mirlash xizmatlari
Tarqatish xizmatlari	Savdo, transport, aloqa
Kasbiy xizmatlar	Banklar, sug'urta kompaniyalari, moliyaviy, maslahat va boshqa firmalar
Iste'mol (umumiy xizmat)	Xizmatlar, uy xo'jaligi va vaqt o'tkazish bilan bog'liq aloqalar
Ijtimoiy xizmatlar	TV, radio, ta'lim, madaniyat

Bir qator mamlakatlarda xizmat doirasini tasniflash davlat boshqaruvi va korxonalar ishlab chiqarishga yondoshilgan holda amalga oshiriladi. Bunda Shimoliy Amerika modeli bir – biriga yaqin xizmat ko'rsatish faoliyati mezonlarini o'ziga qamrab oladi. Bunday guruhlanish “boshqa xizmatlar” sirasiga kirib tugallanmagan, kelajakda o'rganishni taqozo etadi. Bu tasnif Rossiya amaliyotida ham qo'llaniladi. Bu holatda xizmat ko'rsatish faoliyati sohasidagi xizmat doirasi muhim tipologik yo'nalishini nomoyon qiladi.

- Savdo xizmati (ulgurji va chakana)
- Yashash va ovqatlanishni ta'minlab beruvchi xizmatlar (mehmonxonalar, jamoat ovqatlanish tizimini strukturasi);
- Transport;
- Aloqa, informatsion xizmat ko'rsatish;
- Moddiy texnik resurslarni saqlash, tayyorlab berish, ta'minlash xizmati;
- Kredit, moliyaviy va sug'urta, ko'chmas mulk bilan bitim kelishuv;
- Ta'lim, ma'daniyat va san'at;

- Fan va ilmiy xizmat ko‘rsatish;
- Sog‘liqni saqlash, jismoniy tarbiya va sport bilan birgalikda;
- Uy xo‘jaligiga xizmat ko‘rsatish xizmatlari (turar joy, maishiy ishlab chiqarish va kommunal xizmatlari);
- Shaxsiy harakter xizmatlari (foydasiz va maishiy);
- Davlat boshqaruvi xizmatlari;
- Boshqa xizmatlar;

Rossiya va Shimoliy Amerika modeli xizmatlar tasnifini taqqoslaganda Rossiya modeli mukammal hisoblanadi.

Bu “Rossiyada xizmatlar doirasi” (Mas.2000y) statistik jamlanma jurnalida o‘ziga xos aksini topgan. Unda butun Rossiya klassifikatorlarning 1998-99 yillardagi Rossiya iqtisodiyotidagi servis faoliyat yo‘nalishi ma’lumotlar keltirilgan Bunda quyidagi ma’lumotlar asosiy o‘rin tutadi:

- Ko‘chmas mulkdagi dallollik xizmati
- Mol-mulkni baholash xizmati
- Axborot kompyuter xizmati
- Reklama xizmati
- O‘yin olib boorish faoliyati xizmati.

Bir qator mamlakatlarda o‘z amaliyotida ishlab chiqarilgan xizmat guruhini ishlatadi, qo‘llaydi va turlicha takomillashtirib, to‘ldirib borishadi. Masalan, ba’zi mamlakatlarda qurilish, gaz, energetika tizimi xizmat guruhlariga kiritilgan bo‘lsa ham boshqa mamlakatlarda bular xizmat ko‘rsatish sohasiga kiritilmagan.

Davlat hisoboti va statistika amaliyotida umumiy guruhlar bilan bir qatorda iqtisodiy tahlil usul mos bo‘lgan boshqa – boshqa yo‘nalishdagi xizmatlar guruhi ham ishlab chiqariladi. Xizmat ko‘rsatish faoliyatida xizmatni funksional mohiyatiga bog‘liq ravishda quyidagi yo‘nalishda xizmat bir qancha qismlarga bo‘linadi:

- Ishlab chiqarish harakteridagi xizmatlar – bunda ishlab chiqarishdagi ehtiyoj iqtisodiy struktura bilan bog‘lab (bundan tashqari qo‘riqlash, ta‘mirlash, bank, ishbilarmonlik va boshq xizmatlar);

- Savdo xizmati (ulgurji va chakana savdo);

- Hayotiy yashash faoliyatini ta‘minlash xizmati “bunda – uy ro‘zg‘or harajatlari ishlatish harajatlariga bo‘lgan ehtiyoj tushuniladi”;

- Ijtimoiy xizmatlar - bunda kishilarni moliya, pochta, ta‘lim, axborot xizmati, madaniy – maishiy xizmatlarni o‘z ichiga oladi;

- Madaniy xizmatlar – bu kishilarga badiiy – estetik va ko‘ngilochar xizmatlar ko‘rsatish bilan bog‘liq.

Oxirgi ikki bo‘linish xizmat doirasi tahlilida hozirda ijtimoiy va madaniy xizmat haqida ko‘p fikr yuritilib bu ijtimoiy madaniy xizmat deb yuritilmoqda.

3.7-jadval

Sifatga bog‘liqligi bo‘yicha xizmatlar tasnifi.

Xizmatlar	Sifati
Mehnat predmetlarini ishlatish bo‘yicha	Ishlab chiqarish informatsion
Mablag‘ sarflash darajasi bo‘yicha	yuqori kapital hajmdagi kam kapital hajmdagi
Material sarflash darajasi bo‘yicha	ko‘p material sarflash kam material sarflash

3.7-jadval davomi

Xizmatni bajarishda texnologik murakkabliklar bo'yicha	murakkab texnologik oddiy texnologik
Xodimlar klassifikatsiya bo'yicha	yuqori proffssional etarli klassifikatsiyalari
Iqtisidiyot infratuzilmasidagi o'rni bo'yicha	ishlab chiqarish institutsonal ijtimoiy (aholiga xizmat doirasi)
Sezilish darajasi bo'yicha	seziladigan sezilmaydigan
Haridor ishtirokining majburiyiligi bo'yicha	haridor ishtiroki zarur haridor ishtirokisiz bajariladi.
Boshqaruv xuquqi darajasi bo'yicha	ikki tomonlama ko'p tomonlama
Meyyoriy va huquqiy belgilangan daraja bo'yicha	yuqori reglamendatsiya etarli reglamendatsiya
Haridorni ijtimoiy huquqi bo'yicha (jismoniy va yuridik shaxslar)	sara eksklyuziv yuqori huquqiy holatda ommaviy
Jamiatdagi o'rni bo'yicha.	Ishlab chiqarish Tarqatish Kasbiy Istemolchilik ijtimoiy
Ish belgilash bo'yicha.	Ishbilarmon Tashkilotchi shaxsiy
Jamiyat ishlab chiqarishi darajasidagi o'rni bo'yicha	ishlab chiqarish doirasida murojat qilish sohasida, shu o'rinda chakana savdoda ulgurji savdoda
Bajarishni tashkiliy shakllari bo'yicha	mustaqil firmalar orqali bosh firmalar tizimidagi strukturalar spesiolizasiyalangan firma tarmog'i individual bajaruvchilar

Ko'rsatiladigan xizmatlarni ixchamligi bo'yicha	to'liq kompleksda xizmatni alohida turlari
Kommersializatsiya darajasi bo'yicha	to'liq savdo- sotiq (tijorat) qisman savdo – sotiq (tijorat) notijorat
Tashkiliy – texnologik reglamentatsiya bo'yicha	majburiy reglament bo'yicha kafolatli qo'shimcha
Mahsulotni realizatsiya qilish jarayoni bilan bog'liqligi bo'yicha	birgalikdagi realizatsiya sotuvdan keyingi
Xizmatni bajarishda almashinuv shakli bo'yicha	pulli bepul
Korxonalar rahbari faoliyatini o'rni bo'yicha	tashkiliy (menejer) logistik marketing

Ijtimoiy - madaniy xizmatning maqsadi kishilarning ijtimoiy, diniy, madaniy ehtiyojlarini qondirish nazarda tutiladi. O'z navbatida tavsiya yetilgan har bir xizmat tasnifi variantlari bir qancha farqli guruhlarga bo'linadi. Rossiya amaliyoti xizmatlar tasnifida moddiy va nomoddiy xizmatlar keng tarqalgan. Moddiy xizmatlarga moddiy resurslarni talab qiladigan xizmatlar kiradi. Kishilar uchun kundalik ehtiyojlariga ishlatiladigan tovarlar tushuniladi. Nomoddiy xizmatlarga esa bilim olish, diniy xizmatlar kiradi.

Ishlab chiqarish jarayonida o'ta muhim sanalgan servis faoliyatini tasnifi variantlarini ko'rib chiqamiz.

Markaziy va mahalliy hokimiyatda ishlatiladigan yana bir xizmatlar tasnifini ko'rib chiqamiz. Bunda xokimiyat organlari, jamiyat tashkilotlari, gumanitar fondlarda ishlatiladigan xizmatlar

tishuniladi. Bu xolat jamiyatni bir tuzumdan boshqa tuzumga o'tish davrida muhim ahamiyatga yega bo'lib, quyidagi sohalarga bo'linadi:

- aholini ijtimoiy himoya qilish sohasi (huquq tartibot, sog'liqni saqlash, ijtimoiy va nafaqa tizimi xizmatlari);
- aholini jismoniy, ruhiy, intellektual rivojlanish sohalari);
- aholini bozorda samarasiz, ko'p pul sarflashidan ximoya qilish sohasi;
- korxonaga yegasiga yordam bergan sohasi (bozor fondlari, institutlari xizmati, konsultativ tizimi, sug'urta rashkilotlari);
- aholini maishiy madaniyatini ko'tarish sohasi (maishiy, kommunal, transport xizmatlari);
- boshqa sohalar xizmatlari;

Yuqorida biz ko'rib chiqqan servis faoliyatidagi xizmatlar tasnifi turli mamlakatlar uchun o'ziga xos va mos tarzda tanlanadi hamda qo'llaniladi.

Servisni baholash uchun uning ta'rifidan kelib chiqmoq lozim. Ammo bu masala iqtisodiy adabiyotlarda yetarli darajada yoritilmagan. Shu tufayli uning umumiy ta'rifini berishni maqsadga muvofiq, deb topdik. Bunga zarurat shu bilan bog'liqki, aynan xizmat ko'rsatish servisiga ta'rif berish uchun ham uning umumiy tushunchasiga berilgan ta'rifdan kelib chiqish lozim bo'ladi. Bizning kuzatuvlarimiz va tadqiqotlarimiz natijasi shuni ko'rsatdiki, xizmat sifatiga tarif berishda ham iste'molchilarning nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy ehtiyojlarini ham qondirishga qaratilgan bo'lishi lozim. Agar ushbu nazariy xulosadan kelib chiqiladigan bo'lsak, xizmat sifatiga quyidagicha ta'rif berish mumkin.

Servis sifati deganda jamiyatning (odamlarning, korxonalarning, davlatning) xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini to'raligicha yuqori saviyada qondirishga qaratilgan va ularga kam harajatlar bilan tegishli darajada moddiy va ma'naviy jihatdan naf keltiradigan nuqsonsiz xizmatlar majmuasi tushuniladi.

Ushbu ta'rifda xizmat sifatini to'liq ifoda etish uchun tegishli jihatlar o'z o'rnini topgan. Bular quyidagilarda namoyon bo'ladi.

Birinchidan, mazkur ta'rifda servisning iste'molchilari o'z ifodasini topgan bo'lsa, ikkinchidan, xizmatlarga bo'lgan ehtiyojning to'raligicha yuqori saviyada qondirilishi lozimligi aytilgan. Uchinchidan, har qanday sifat kam harajatlar bilan amalga oshirilsa mulkdor uchun samarali bo'ladi. Shu tufayli mazkur ta'rifda kam harajatlar bilan tegishli darajada naf keltiradigan xususiyatlar majmuasi ham o'z ifodasini topgan. Eng muhimi, servis sifati deganda 100 % nuqsonsiz xizmat tushuniladi. Ko'rinib turibdiki, servis sifatiga berilgan mazkur ta'rifning hamma jihatlarini qamrab olgan. Shu jihatdan uni bugungi kun talabiga javob beradigan ta'rif deb baholash mumkin.

Bozor munosabatlari sharoitida xizmatlarning sifatini davlat organlari ularga litsenziya va sertifikat berish orqali nazorat qiladi. Chunki, hozirgi paytda xizmatlar ham boshqa tovarlar singari litsenziyalanadigan, ma'lum talablarga javob beradigan bo'ldi. Ammo uni iste'mol qilish jarayonida iste'molchining o'zi ham nazorat qilish imkoniga ega bo'ladi. Bu esa xizmatning xizmat iste'molchisi bo'lgan inson hayoti uchun ham va uni tashkil qilgan mulkdor uchun ham, undan manfaatdor bo'lib turgan davlat va jamiyat uchun ham

naqadar muhimligidan hamda uning sifatini baholash lozimligi o'ta dolzarb masala ekanligidan dalolat beradi.

Xizmatlarning sifatini baholash boshqa tarmoqlardan farq qiladi. Agar ishlab chiqariladigan tovarlarga bir xil standartlar qo'llanilsa, xizmatlarning turlariga qarab turli xil baholash usullaridan va ko'rsatkichlardan foydalanish mumkin.

3.3. Xizmatlar sohasi mohiyati, turlari va iqtisodiyot rivojlanishida xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar.

Xizmatlarga qadimdan ehtiyoj sezilgan. Qadimgi zamonlardan aholi o'rtasida savdo xizmatlari (mahsulot, tovarlarni almashtirish bo'yicha), bir manzildan ikkinchi manzilga borish uchun transport xizmatlariga zaruriyat tug'ilgan, insonlar boshqa joylarni o'rganishga, yangi joylarni zabt etishga, qiziqish bo'lib, aloqa va sayyohlik xizmatlari rivojlangan.

Xullas xizmat ko'rsatish yillar o'tishi bilan xo'jalik tarmoqlarining tarkibiy sohasiga aylanib, uning turlari ko'payib borgan. Hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish sohasi barcha mamlakatlarda rivojlanib, mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibida sezilarli hissani egallab turibdi. Ma'lumotlarga qaraganda iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda xizmatlar yalpi ichki mahsulotining (YAIM) 2/3dan 3/4 qismigacha tashkil etadi.

Hozirgi vaqtda mamlakatimiz olimlari tomondan xizmatlar sohasi bo'yicha ilmiy tadqiqot ishlari bajarilmoqda, darslik, o'quv qo'llanmalar yozilmoqda⁹.

Lekin shunga qaramasdan iqtisodiy adabiyotlarda xizmatlar sohasining mohiyati, zaruriyati, va ahamiyati to'liq ochib berilmagan.

Mamatqulov X.M.ning "Xizmat ko'rsatish sohasiga oid atamalar va iboralar izohli lug'ati"da "Xizmatlar – 1) iste'molchi va ijrochining bevosita o'zaro hamkorligi natijasida, shuningdek, ijrochining iste'molchi ehtiyojini qondirish bo'yicha faoliyati. Aholiga ko'rsatiladigan xizmatlar mo'ljallangan vazifasiga ko'ra moddiy va ijtimoiy-madaniylarga bo'linadi; 2) Iste'molchiga nisbatan foydali harakat, uning talablarini qondiradi, unga ma'lum foyda, qulaylik, farovonlik taqdim etishga qaratilgan, iste'molchilik qiymati ko'rinishini oladi"¹⁰ Muallifning xizmatlarga bergan bu izohlarida noaniqliklar va kamchiliklar mavjud. Izohning birinchi qismida "iste'molchi va ijrochining bevosita o'zaro hamkorligi" deganda iste'molchi ham xizmat ko'rsatishda faoliyat ko'rsatadi demoqchimi? Xizmat turlarini, "Moddiy va ijtimoiy madaniy" guruhlariga ajratib, keyinchalik "Xizmatlar xilma-xil ko'rinishda bo'lib, ishlab chiqariladigan, savdo, ijtimoiy farqlanadi" deb aytilganidek, xilma-

⁹ Кудратов Ф.Х. ва бошқалар. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Т.: Иқтисод-молия. 2016, Пардаев М.Қ., Очилов Н.С. Хизмат кўрсатиш корхоналарида самарадорликни ошириш йўллари. Монография. – Т.: "Иқтисод-молия", 2011., Пардаев М.Қ., Тўхлиев И.С. ва бошқалар. Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари. Монография. – Т.: "Иқтисодиёт" нашриёти, 2012., Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Услуго, технологии и продукты в туризме.-Т.: Гос. Науч. Изд-во "Ўбек-истон миллий энциклопедияси", 2009., Пардаев М.Қ., Холикулов А.Н., Раҳимов Ҳ.А. Меҳмонхона хўжалиқларида самарадорликни ошириш муаммолари. Монография. – Т.: "Иқтисодиёт" нашриёти, 2013. – 212 б. Пардаев М.Қ., ва бошқалар. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. Т.: - "Иқтисод-молия", 2014., Уринбоева Ю. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва аҳоли турмуш даражаси: ўзаро боғлиқлиги ва ривожланиш истикболлари. Монография. – Т.: "Фан" нашриёти, 2013.

¹⁰ Маматқулов Х.М. Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати. - Т.: "Иқтисод-молия", 2010 йил. 338 бет.

xil, turli-tuman, murakkab, juda ko'p xizmat turlarini bunday guruhlarga bizning nazarimizda noto'g'ri ajratgan. (Turli belgilar bo'yicha xizmatlarni guruhlarga ajratish keyinroq keltirilgan).

Xizmatlar deyilganda yuridik shaxslar (korxonalar, tashkilotlar, firma va shu kabilar) va aholining biror-bir (moddiy, nomoddiy, ma'naviy-ma'rifiy, moliyaviy va shu kabi) ehtiyojini qondirish bo'yicha qilinadigan (bajariladigan) faoliyat tushiniladi.

Xizmatlar sohasi murakkab bo'lganligi sababli turli belgilar bo'yicha guruhlarga ajratib o'rganish mumkin:

1. Xizmatlar kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayonlaridagi ishtiroki bo'yicha:

- mahsulot ishlab chiqarish jarayonidagi xizmatlar;
- taqsimot jarayonida ko'rsatiladigan xizmatlar;
- ayirboshlash jarayonida ko'rsatiladigan xizmatlar;
- iste'mol jarayonida ko'rsatiladigan xizmatlarga bo'linadi.

2. Xizmatlarning moddiy ko'rinishga ega yoki ega emasliklariga qarab:

A) moddiy ko'rinishdagi xizmatlar: bularga ovqatlanish xizmatlari, texnikalarni ta'mirlash xizmatlari, kiyimlarni yuvish va ta'mirlash kabi xizmatlarni kiritish mumkin:

B) nomoddiy ko'rinishdagi xizmatlar: bularga ta'lim berish, tibbiy, ma'naviy-ma'rifiy xizmatlar kiradi.

3. Xizmatlarning iste'mol qilinishi nuqtai nazardan:

A) bevosita xizmat ko'rsatish jarayonida iste'mol bo'ladigan xizmatlar. Bularga barcha ta'lim sohasidagi xizmatlar, sartaroshlik,

go‘zallik salonlari va sartaroshlik turlari xizmatlari, televideniya, radio, mobil aloqa xizmatlari kabilar kiradi.

B) xizmatlar ko‘rsatilgandan keyin iste‘mol bo‘ladigan xizmatlar. Bularga texnikalarni, uy jihozlarini, yuk tashish xizmatlarini, bank xizmatlarini kiritish mumkin.

4. Xizmatlar sohasining xizmat ko‘rsatish ob‘ektlarini qamrab olishiga qarab:

A) aholining deyarli barcha qatlamini qamrab oladi va talablarga asosan turli xizmatlar ko‘rsatadi;

B) xo‘jalik yurituvchi barcha sub‘ektlarga turli xizmatlar ko‘rsatadi va ularning rivojlanishi uchun asosiy omillardan biri hisoblanadi.

5. Xizmatlarning qaysi ob‘ektlarga qaratilganligiga qarab xizmatlarni:

- a) bevosita aniq shaxslarga ko‘rsatuvchi xizmatlar;
- b) jamoaga (oilaga) ko‘rsatiladigan xizmatlar;
- v) xo‘jalik yurituvchi sub‘ektlarga ko‘rsatiladigan xizmatlar;
- g) davlat va davlat muassasalariga ko‘rsatiladigan xizmatlarga guruhlash mumkin.

Bu guruhlashlarni xizmat ko‘rsatuvchi sub‘ektlarning mulkiy jihatdan tashkiliy tuzilishi, xizmat ko‘rsatish turlari va ularning hajmi va boshqa belgilari bo‘yicha davom ettirish mumkin. Bularning hammasi xizmat ko‘rsatish sohasining o‘ziga xos jihatlaridan va xizmat turlarining ko‘pligidan, xizmat ko‘rsatish mohiyatining xilma-xilligidan kelib chiqadi.

Bozor munosabatlari sharoitida xizmat ko'rsatish iqtisodiyotning asosiy tarmoqlaridan bo'lib, iqtisodiyotni yanada rivojlantirishda vositachi rolini o'ynamoqda.

Shu bilan bir vaqtda, xizmat turlari ko'payib, uning mamlakat yalpi ichki mahsulotida hissasi ortib bormoqda, xizmat sohasida yangi ish o'rinlari ochilib, xizmat ko'rsatish sifati yaxshilanib, aholi turmush faravonligi yaxshilanmoqda.

O'zbekiston mustaqil bo'lib, BMTga a'zo (1992 yil 2 mart) bo'lib, xalqaro iqtisodiy aloqalarni yo'lga qo'ygach, makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni hisoblash va statistika ishlarini xalqaro hisob va statistikada qo'llanayotgan uslubiyotga moslashtirdi. Xalq xo'jaligi tarmoqlari umumdavlat tasniflagichi (XXTUT), korxonatashkilotlarning umumdavlat tasniflagichi (KTUT); iqtisodiy faoliyat turlarining umumdavlat tasniflagichi (IFTUT) va faoliyat turlari bo'yicha xizmatlarning umumdavlat tasniflagichi (FTBXUT) ishlab chiqildi.

Xizmat turlari juda ko'p va turli-tuman bo'lib, iqtisodiy adabiyotlarda ular turli belgilari (moddiyligi, ishlab chiqarishga yondoshishi, taqdim etish shakllari va shu kabilar) bo'yicha tasniflangan. Shuning uchun ham O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika qo'mitasi tomonidan ishlab chiqilgan va «O'zstandart» agentligining 2006 yil 12 maydagi 05-15-sonli qaroriga asosan tasdiqlanib, amaliyotga joriy etilgan, FTBXUT muhim ahamiyatga ega bo'ldi. FTBXUT tuzilishiga ko'ra faoliyat turlari bo'yicha xizmatlar tasniflagichi identifikatsiyasi (kodi) va nomlanishidan iborat. Identifikatsiyalash bloki tasniflashning bosqichma-bosqich

tizimiga va harfli-raqamli koddan foydalanilgan izchil kodlashtirish tizimiga ega. Eng avvalo harflar bilan seksiyalar va qo‘shimcha seksiyalar guruhlangan. Seksiyalar (qo‘shimcha seksiyalar) **bo‘limlarga** guruhlanib ikki xonali son bilan kodlangan. Bo‘limlar esa o‘z navbatida uch xonali raqamlar bilan kodlangan **guruhlarga** bo‘lingan. Guruhlar to‘rt xonali raqamli kodda sinflarga, sinflar **turkumlarga** (besh xonali raqamli kod), ular esa **tiplarga** (yetti xonali raqamli kod), tiplar sakkiz xonali raqam bilan kodlangan **turlarga** guruhlangan. Misol tariqasida transport xizmatlari tasnifini ko‘rsak (3.8-jadval).

Shunday qilib, faoliyat turlari bo‘yicha xizmatlar FTBXUTda 17 seksiya, 99 ta bo‘lim, yuzlab turlarga guruhlangan va ular tegishli ravishda kodlashtirilgan. FTBXUT mamlakat miqyosida xizmatlarni turlari bo‘yicha to‘g‘ri, bir xilda tasniflashni va ular faoliyati to‘g‘risidagi ma’lumotlarni umumlashtirishga imkoniyat yaratadi.

3.8-jadval

Transport xizmatlari tasnifi

I-seksiya.	Transport, omborxonalar xo‘jaligi va aloqa xizmatlari.
60-bo‘lim.	Quruqlikdagi transport xizmatlari va quvurlar orqali mahsulotni etkazib berish.
60.1-guruh.	Temiryo‘l transporti xizmatlari.
60.10-sinf.	Temiryo‘l transporti xizmatlari.
60.10 II turkum.	Shaharlararo yo‘lovchilarni tashish bo‘yicha temiryo‘l transporti xizmatlari
60.10. II.20 tur.	Shaharlararo yo‘lovchilarni tashish bo‘yicha temiryo‘l transportining tezyurar poezdlari xizmatlari va shu kabi.

O‘zbekiston Respublikasi Davlat Statistika qo‘mitasi 2007 yildan boshlab, xizmatlarning: savdo va ovqatlanish xizmatlari,

transport xizmatlari, aloqa va informatizatsiya xizmatlari, moliya xizmatlari, turistik-yekskursiya xizmatlari, mehmonxona xizmatlari, kommunal xizmatlar, maishiy xizmatlar, avtomobil va boshqa texnikalarni ta'mirlash, bolalarni sog'lomlashtirish va sport muassasalari xizmatlari; turlari bo'yicha guruhlashtirib ma'lumotlarni bermoqda. Xizmatlarning bu turlari bo'yicha bajarilgan ishlar hajmi va uning rivojlanish sur'atlari quyidagi jadvalda keltirilgan.

3.9-jadval

O'zbekiston Respublikasida 2001-2020 yillarda bajarilgan xizmatlar hajmi (mlrd. so'm)

Ko'rsatkichlar	O'lchov birligi	Yillar					2020 yil 2001 yilga nisbatan, marta
		2001	2005	2010	2015	2020	
Jami xizmatlar	mlrd. so'm	1881,46	5840,79	27126,8	78530,4	219978,5	116,9

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, xizmatlarning barcha turlari bo'yicha o'sishning yuqori sur'atlari kuzatilmoqda. Xizmatlarni barcha turlari 2001-2020 yillarda qariyb 117 martaga o'sgan. Agarda har besh yillik qaraydigan bo'lsak, 2005 yil 2001 yilga qaraganda 3,1 marta, 2010 yil 2005 yilga qaraganda 4,64 marta, 2015 yil 2010 yilga qaraganda 2,9 marta, 2020 yil 2015 yilga qaraganda 2,8 marta o'sganligini ko'rishimiz mumkin. O'n yillik bo'yicha qaraydigan bo'lsak 2010 yil 2001 yilga qaraganda 14,4 marta, 2020 yil 2010 yilga qaraganda 8,1 marta o'sganligini kuzatishimiz mumkin.

Keyingi yillarda ayniqsa xizmatlarning yangi turlari yuqori sur'atlar bilan o'sgan. Bunda aloqa va informatsiya xizmatlari,

moliya xizmatlari, mehmonxona xizmatlari kabi xizmat turlari yanada yuqori sur'atlar bilan rivojlangan. Xizmatlar sohasining boshqa tarmoqlarga (sanoat, qishloq xo'jaligi kabi) nisbatan yuqori sur'atlar bilan rivojlanishi uning mamlakat yalpi ichki mahsulot (YAIM) tarkibidagi hissasini oshirmoqda.

So'nggi 25-30 yil ichida jahon iqtisodiyotida shuningdek turli davlatlar xo'jalik amaliyotida xizmat ko'rsatish sohasining roli va ahamiyati sezilarli darajada o'zgarib ketdi. Quyida biz xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishiga ob'ektiv ta'sir ko'rsatuvchi omillarni, shuningdek, avvalambor aynan rivojlangan davlatlarning sanoat ishlab chiqarishga xos bo'lgan sifatli o'zgarishlarni ko'rib chiqamiz. Rivojlangan davlatlar qatoriga hozirgi kunda, eng avvalo, G'arbiy Yevropa, Shimoliy Amerika hamda Yaponiyani davlatlarini kiritishadi. Bu davlatlarning zamonaviy sanoat ishlab chiqarishi bir qator qiyin muammolar bilan duch kelyapti va quyidagilardan zarar ko'ryapti:

- Sanoat ishlab chiqarishning asosi bo'lib xizmat qiluvchi qayta tiklash uchun yaroqsiz bo'lgan ko'pgina tabiiy resurslarning yemirilib ketishi;

- Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishning iqtisodiy o'sishini va moddiy ishlab chiqarishning ba'zi bir turlarini sekinlashish sur'atlarining umumiy pasayishi;

- Ishlab chiqarishni rivojlantiruvchi manbalarni izlashni rag'batlantiruvchi ichki va jahon bozorida raqobatning chuqurlashuvi;

- Surunkali tus olayotgan ishsizlik darajasining o'sishi;

➤ Innovatsiyalar va yuqori texnologiyalarni ishlatish bilan mehnatni ishlab chiqarishni o'sishidan sanoat korxonalarini xodimlarining ish haqi darajasining qoloqligi.

Lotin Amerikasi va Osiyo rivjlanayotgan mamlakatlarida ba'zi bir ekologik jihatdan xavfli va mehnat sarfini ko'proq talab qiladigan mahsulotlar jo'natish bilan rivojlangan G'arb mamlakatlarining yirik biznesining namoyondalari yuqorida ko'rsatilgan muammolarni yechish uchun izlanishlari natijasida yuzaga kelgan holatdan chiqib ketish yo'lini topishgan. Buning o'rniga eng rivojlangan mamlakatlarda fan-taraqqiyot mahsulotlarini keng joriy qilish infarmatsion kompyuterlar texnologiyalardan foydalanishlardan boshlanadi, bu esa iqtisodga ularning post industrial harakterini bildiradi.

Iqtisodiyotda bunday o'zgarishlar ijtimoiy tuzilishda shuningdek, rivojlangan mamlakatlarning aholisining iste'mol talabida va madaniy yo'nalishida radikal o'zgarishlarni keltirib chiqardi. Shunday qilib, endi bilim egallash, yuqori professionallikka erishish, keng dunyoqarashga ega bo'lish, hayotda omadli bo'lish zamini sifatida hamda individual rivojlanish uchun eng muhim vosita sifatida qaralmoqda. Aholi birinchi darajali ehtiyojlarini (oziq-ovqat, kiyim kechak va shu kabilar bilan bog'liq) qondirishdan ikkinchi darajali (xizmat ko'rsatish, ijtimoiy, sog'lomlashtirish, ruhiy talablar) ehtiyojlarini qondirishga qilinayotgan harajatlar oshib bormoqda. Jamiyat ongida asosiy qiymatni kundalik hayotni har tomonlama yaxshilash zaruriyati, turmush hayotni optimallashtirish, bolalarni

tarbiyalash jarayonining tobora rivojlanib hamda takomillashib borishi, insonlarda umuman bo'sh vaqt qolmasligini ta'minlaydi.

Shunday qilib innovatsion va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitida xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishining ilg'or sur'atlarini nafaqat ba'zi bir milliy iqtisodiyotda, balki butun dunyo iqtisodiyotida tezlik bilan o'sish tendensiyasiga ega ekanligini kuzatishimiz mumkin.

Xizmat ko'rsatish sohasining sub'ektlari jamoat talablarini inobatga olib ularning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bo'ladi. Natijada so'nggi uchun yillar mobaynida dunyoning ko'pgina mamlakatlarida xizmatlarni eksternalizatsiya qilish jarayonlari faol olib borildi. Eksternalizatsiya qilish deganda oldin sanoat ishlab chiqarishning tashkiliy qismi yoki oila doirasida o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish va aholi faolligining mustaqil turlari bo'lib hisoblanuvchi, o'ziga jamoat ehtiyojlarini qondirish funksiyalarini oluvchi, servis faoliyatining yangi turi va shakllarining keng miqyosda paydo bo'lishi tushuniladi. Bu jarayonlar xizmat ko'rsatish faoliyatini yanada rivojlantirdi, hamda xizmat ko'rsatish sifatini yanada yaxshilanishiga sabab bo'ldi.

Iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarning YAIMda xizmatlar ulushining o'sishi XX asrning so'nggi choragida hamda XXI asrning birinchi choragida xizmat ko'rsatish sohasi jadal sur'atlar bilan o'sib borishi kuzatildi Bugungi kunda ko'pgina mamlakatlarda YAIMning asosiy qismini xizmat ko'rsatish sohasi ta'minlaydi. Yevropa ittifoqi mamlakatlarida YAIMda xizmatlar ulushi 63 % ni, AQShda 73% ni tashkil etadi.

Zamonaviy iqtisodiyotda xizmat ko'rsatish sohasi rolining o'zgarishi haqida shuningdek ichki savdo natijalari ko'rsatkichlari, xizmatlar bilan tashqi savdo hajmi, bandlik strukturasi o'sish tomon o'zgarishi va boshqalar guvohlik beradi.

Xizmat ko'rsatish sohasidagi bandlar soni haqida gapiradigan bo'lsak, unga nafaqat xizmatlar ko'rsatish sohasida band bo'lgan xodimlar, balki iqtisodning boshqa sohalarida servis funksiyalarini bajaruvchilar ham kiradi. Shunday qilib, hom ashyo tayyorlovi, qishloq xo'jaligi, qayta ishlash sanoatiga qashli korxonalarida yurist, tashish bo'yicha mutaxassislar, kadrlar tanlash va mehnat resurslari bo'yicha javobgar xodimlar kabi servis profilining mutaxassislari mavjud. Bularning barchasi "ichki" xizmatlar tarkibida bo'ladi.

Innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish sharoitida xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishining yana bir muhim ahamiyati turizmning ichki strukturasi dinamik va masshtabli o'zgarishi bilan bog'liq. So'nggi 30 yil ichida asosiy ishlab chiqarish tarmoqlarini dinamikasiga asos bo'lgan ishlab chiqarish xizmatlari bilan bog'liq segmentlar o'sishi ayniqsa esda qolarli bo'ldi. Ishlab chiqarish xizmatlari orasida hozirgi kunda mustaqil servis segmentini tashkil qiluvchi ishbilarmonlik xizmatlari bunyod bo'ldi.

Innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish sharoitida rivojlanishning mantiqiy ishlab chiqarish chegarasidan tashqariga sanoat korxonalarining ichki bo'limlariga xizmat ko'rsatuvchilarni chiqarish zaruriyatini keltirib chiqardi. Bu bo'limlar huquqiy shaxslar maqomiga ega bo'ldi va o'zining faoliyatini sanoat xususan servis

faoliyati doirasida ishlab chiqarishga belgilangan turli xizmatlarga qaratganlar raqobatda yutib chiqmoqda.

Ishlab chiqarish xizmatlari bir tarmoqli korxonalarda mahsulotga bozor talabi, ta'minlash bilan, ishlab chiqaruvchi, uning hamkorlari va iste'molchilar o'rtasida vositachilik rolining bajarilishi bilan bog'liq. Oxirgi holatda informatsion, telekommunikatsion, transport, kompyuter xizmatlari bajarilmoqda, tadbirkorlik muhiti yangilanib bormoqda va h.k. Shunday qilib, ishlab chiqarish xizmatlari nima, qayerda va qanday ishlab chiqarilishi kerakligini yanada yuqori darajada aniqlovchi mustaqil rivojlanuvchi tarmoq bo'lib bormoqda.

Ayniqsa sanoat mahsulotlarini sotish bo'yicha xizmat ko'rsatish bilan va yetkazib berish bilan bog'liq ishlab chiqarish xizmatlarini alohida aytish lozim. Har bir ishlab chiqarish ayniqsa, yuqori texnologiyali, texnika va uzoq muddatga foydalaniladigan tovarlar ishlab chiqaruvchi servisning alohida turiga muhtojdir. Bu servis tayyor texnikani montaj qilish va joylashtirishga, tayyor mahsulotlarni jamlovchi, hom ashyoni tashish va omborlarga taxlashga shuningdek unga yoqilg'i quyish, texnik xizmat ko'rsatish, remont, tashqi ko'rinishini saqlash keyinchalik uni foydalanishga berishga yo'naltirilgan.

Xizmat ko'rsatish faoliyatining ushbu ko'rinishlari asosiy ishlab chiqarish bilan to'g'rirog'i uning natijasi – tovar bilan uni iste'molchiga chiqishi oldidan va undan keyingi holati bilan bog'liq. Ishlab chiqaruvchilar tez-tez bu xizmatlarni yaxshilamasdan ortiqcha yuk sifatida qarashadi. Lekin amaliyot shuni ko'rsatadiki, ya'ni servisning bu turlari birinchidan ham ishlab chiqaruvchilar uchun ham

iste'molchilar uchun o'ta muhim, ikkinchidan, yuqori daromadli hisoblanadi. Bugungi kunda zavod texnik qurilmalari, lokomotivlar, samolyotlar, harbiy texnikalar, kompyuterlar va boshqalar sotish xizmatlarining ob'ekti bo'lib hisoblanmoqda.

Ishlab chiqarish servisi bilan bir qatorda u bilan yaqin to'qnash keluvchi (lekin qo'shilmaydigan) savdo, ovqatlanish, transport, aloqa bilan bog'liq taqsimot, turizm, mehmonxona, ta'lim, tibbiy, sug'urta va bank xizmatlari faol rivojlanmoqda. XX asrning oxiri va XXI asr boshlarida aloqa va transport xizmatlarining tezkor rivojlanishi asosiy ishlab chiqarishga nisbatan har xil mijozlarning sifatga bo'lgan talablarining tezda o'sishi, aloqa xizmatlari va transport xizmat ko'rsatish differensial va ixtisoslashtirish bilan shartlangan. Ayniqsa kommunikatsiyaning yangi turlari – telefon aloqaning yangi usullari, kompyuter tarmoqlari va boshqalar bilan bog'liq aloqa xizmatlari segmentlari sezilarli o'zgarishlarni boshdan kechiryapti. Kommunikatsion xizmatlarning yangi bosqichi (sputnik orqali aloqa, kompyuter aloqasini o'zlashtirish) transport xizmatlarini qisman bo'lsada o'rnini egallashga yetaklamoqda.

Rivojlanish dinamikasi va yuqori talab bugungi kunda tadbirkorlik amaliyotining hamda xizmat ko'rsatish faoliyatining barcha tarmoqlariga kirib boruvchi tadbirkorlik xizmatlari uchun ham harakterlidir. Tadbirkorlik xizmat ko'rsatish o'zining shakllari bo'yicha ko'pqirrali ko'rinishga ega, shuningdek iqtisod va jamoat faoliyatining turli sohalarida ko'p tarmoqli. Uning o'zagini bank va sug'urta xizmatlari va vositachi tadbirkor faoliyati, transport-

ekspluatatsion, tashkiliy-axborot, konsultatsiya va boshqa xizmatlar tashkil etadi.

Va nihoyat, turizm va mehmonxona xo‘jaligi tarmoqlaridagi jiddiy o‘zgarishlar iqtisodiyotning rivojlanishi va insonlarga yo‘naltirilgan xizmatlar rolining o‘sishi bilan asoslanadi. Bu xizmatlar har bir odamning ijtimoiy-madaniy, rekreatsion, ruhiy ehtiyojlar hamda shaxsiy ehtiyojlar bilan bog‘liq. Bu yo‘nalishda quyidagi xizmatlarni alohida aytish lozim: ta‘lim olish va ta‘lim berish, axborot-bilish, rekreatsion-bo‘sh vaqt (shuningdek madaniy-valeologik, turistik, turistik, sport-sog‘limlashtirish), ko‘ngil ochar, badiiy-estetik, diniy, ijtimoiy-siyosiy va boshqa xizmatlar. Shu o‘rinda moddiy yordam iste‘moli bilan bog‘liq bo‘lgan shaxsiy xizmatlar ulushi so‘nggi 10 yil ichida nisbatan muvozanatli bo‘lib qolmoqda.

Shunday qilib, rivojlangan mamlakatlarning iqtisodi xizmat ko‘rsatishli yoki aniqroq aytganda axborotli xizmat ko‘rsatish bo‘lmoqda. Xizmat ko‘rsatish rolining ham iqtisodda ham jamoat amaliyotidagi bunday o‘sishi xizmat ko‘rsatish faoliyatining ahvolidan – uning tashkiloti, ta‘minlash, effekti – kam bo‘lmagan darajada zamonaviy jamoat hayotining hamma tomonlari hamda uning kelajakdagi rivojlanishi haqida dalolat beradi.

Uchinchi bob bo‘yicha xulosalar

Milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda xizmat ko‘rsatish korxonalarining o‘rni, ularning samaradorligini tahlil qilishning nazariy masalalarini tadqiq qilib quyidagi xulosalarga kelindi va ilmiy-nazariy va amaliy ahamiyatga molik tavsiyalar ishlab chiqildi.

1. O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish imkoniyatlari keng bo‘lishiga qaramay, mavjud imkoniyatdan foydalanish darajasi talab qilingan holatdan ancha kam. Ushbu sohaning yana bir muhim jihati, qishloqda ortiqcha ish kuchini ish bilan ta‘minlash masalasini ham hal qilishga ko‘maklashuvchi muhim soha hisoblanadi. Chunki, xususiy tadbirkorlik uchun jazibador bo‘lgan ko‘pgina an‘anaviy xizmat turlari shaharda ham qishloqda ham yetarli darajada rivojlangan emas. Ayniqsa, qishloq joylarda bu sohaning rivojlanishi uchun oxirgi paytlargacha hech qanday ta‘sirchan choralar ko‘rilmasdan kelindi. Joylarda maishiy uskunalarni ta‘mirlash ustaxonalari, kimyoviy tozalash shoxobchalari, kompyuter dizaynerligi, buxgalteriya, reklama, pullik tibbiy xizmat kabi tadbirkorlik sub’ektlari kam ekanligini ta‘kidlandi.

2. Tadqiqot davomida xizmat ko‘rsatish sohasiga mamlakatimiz hukumati tomonidan berilayotgan e‘tiborning yuqoriligi, hamda bu sohani har tomonlama qo‘llab-quvvatlashi sohaning tez sur‘atlar bilan rivojlanish imkonini bermoqda. Tahlil qilinayotgan 2010-2020 yillar davomida xizmat ko‘rsatish sohasining o‘shish sur‘ati YAIMning o‘shish sur‘atiga nisbatan ancha yuqoriligi saqlab qolingan.

3. Xizmat ko‘rsatish korxonalarini samaradorligi tahlilini takomillashtirishning nazariy va uslubiy asoslarining mohiyatidan kelib chiqib, «xizmat ko‘rsatish faoliyati», «servis sifati» tushunchalarining takomillashgan ta‘riflari ishlab chiqilgan. Xususan, «Servis sifati deganda jamiyatning (odamlarning, korxonalarining, davlatning) xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojini to‘laligicha yuqori saviyada qondirishga qaratilgan va ularga kam harajatlilar bilan tegishli darajada

moddiy va ma'naviy jihatdan naf keltiradigan nuqsonsiz xizmatlar majmuasi tushuniladi", degan ta'rif berildi.

4. Xullas xizmat ko'rsatish yillar o'tishi bilan xo'jalik tarmoqlarining tarkibiy sohasiga aylanib, uning turlari ko'payib borgan. Hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish sohasi barcha mamlakatlarda rivojlanib, mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibida sezilarli hissani egallab turibdi. Ma'lumotlarga qaraganda iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda xizmatlar yalpi ichki mahsulotining (YAIM) $\frac{2}{3}$ dan $\frac{3}{4}$ qismigacha tashkil etishi ham ko'rsatib berildi.

5. Xizmat ko'rsatish sohasining sub'ektlari jamoat talablarini inobatga olib ularning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bo'ladi. Natijada so'nggi uchun yillar mobaynida dunyoning ko'pgina mamlakatlarida xizmatlarni eksternalizatsiya qilish jarayonlari faol olib borildi. Eksternalizatsiya qilish deganda oldin sanoat ishlab chiqarishning tashkiliy qismi yoki oila doirasida o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish va aholi faolligining mustaqil turlari bo'lib hisoblanuvchi, o'ziga jamoat ehtiyojlarini qondirish funksiyalarini oluvchi, servis faoliyatining yangi turi va shakllarining keng miqyosda paydo bo'lishi tushuniladi. Bu jarayonlar xizmat ko'rsatish faoliyatini yanada rivojlantirishi, hamda xizmat ko'rsatish sifatini yanada yaxshilanishiga sabab bo'lishi aniqlandi.

IV BOB. XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARI SAMARADORLIGINI IFODALOVCHI KO‘RSATKICHLAR TIZIMI, ULARNING TASNIFI, ANIQLASH VA TAHLIL QILISH YO‘LLARI

4.1. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida samaradorlik va ularni ifodalovchi ifodalovchi ko‘rsatkichlarni tahlil etishning yo‘llari

Iqtisodiyotning erkinlashuvi, islohotlarning chuqurlashuvi, turli inqiroz va iqtisodiy beqarorliklarning sodir bo‘lib turishi, raqobatning mavjudligi har bir xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar, xususan, xizmat ko‘rsatish korxonalarining ham faoliyati samaradorligini oshirish zaruratini tug‘diradi. Chunki samaradorlik ta‘minlanmagan joyda, foyda yetarli darajada bo‘lmaydi, foyda bo‘lmagan joyda esa mulkiy (iqtisodiy) o‘sish ta‘minlanmaydi va bu ham bo‘lmagan joyda korxonalarining inqirozga yuz tutishi, bankrot bo‘lishi tayin. Shu tufayli barcha xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar faoliyatining samaradorligini oshirishga erishish lozimdir.

Biroq, ushbu masala iqtisodiy adabiyotlarda kam yoritilgan. Xususan, xorijlik olimlardan¹¹, Boden M., Miles I., Yeichengreen B., Gupta P., Yeschenbach F., Xoyekman B., Triplett Y. Ye., Bosvortx B.

¹¹ Boden M., Miles I. (ed.). Services and the Knowledge-based Economy. – Psychology Press, 2000.; Eichengreen B., Gupta P. The two waves of service-sector growth //Oxford Economic Papers. – 2013. – №. 1. – pp. 96-123.; Eschenbach F., Hoekman B. Services policy reform and economic growth in transition economies, 1990-2004. – The World Bank, 2005.; Triplett J.E., Bosworth B.P. Productivity in the US services sector: new sources of economic growth. – Brookings Institution Press, 2004.; Михалёв И. В., Полянин А. В. Методологические подходы государственного регулирования в сфере услуг. - 2014.; Korczynski M. Human resource management in the service sector. – Basingstoke: Palgrave, 2002.; Романович В.К. Сервисная деятельность. учеб. пос.: под общ. ред. В.К.Романович. / С.Н. Коробкова, В.И. Кравченко, С.В.Орлов, И.П.Павлова -3-е изд.-СПб.:Питер, 2005.-156 с.; Кликич Л.М. Эволюция сферы услуг: неравновесный подход //М.:Изд-во МСХА. - 2004. - С.18.; Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: Экономика: учебное пособие// М.: кнорус. – 2007. -Т. 328 с.; Плотников В.А., Иваненко М.Г. Подходы к анализу понятий «сервис» и «услуга». Журнал. Техничко-технологические проблемы сервиса №3(33) 2015, стр.70.; Хайруллина Д.Р. Повышение эффективности управления развитием малых предприятий сферы услуг: дис. канд. экон. наук. 2014. – 230 с.;

P., Korszinski M., Mixalyov I. V., Polyenin A. V., V.K. Romanovich, S.N.Korobkova, I. V.Mixalyov, A. V. Polyenin, V.K. Romanovich, L. M. Klikich, T.D. Burmenko, N.N. Danilenko, T.A. Turenko, L. A. Sosunova, D. V. Chernova, A.Ya.Bass, Ye. A. Razomasova, V.A. Plotnikov, M.G. Ivanenko, D.R. Xayrullina va boshqalar tomonidan tadqiq etilgan. Ushbu muammolarni o'rganishga o'zbekistonlik olimlardan¹² B.A.Adukarimov, M.Q.Pardayev, M.M. Muhammedov, Q.J. Mirzayev, O.M. Pardayev, I.S.Tuxliyev, E.S.Fayziyev¹³ va boshqalarning xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiyotiga bag'ishlab darsliklar, o'quv qo'llanma va boshqa o'quv va ilmiy adabiyotlarni yozganlar. Ammo ushbu asarlarda xizmat ko'rsatish korxonlari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar bir tizimga keltirilgan holda ifoda etilmagan, shu bilan birgalikda xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlik va ularni ifodalovchi ifodalovchi ko'rsatkichlarni tahlil etishning yo'llari umuman tadqiq qilinmagan.

Biz xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar bilan bog'liq nazariy va amaliy qarashlarni tahlil qilib va o'rganib, ushbu masalani hal qilishga ikki nuqtai nazardan qarash maqsadga muvofiq, degan xulosaga keldik. Birinchisi, samaradorlikning klassik ta'rifiga va umummetodologik asosiga tayangan holda yondoshish bo'lsa, ikkinchidan xizmat ko'rsatish korxonalarining o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda

¹² Абдукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик. 2-нашр.– Т.: "ИQTISOD-MOLIYA", 2010. – 384 б.; Мухаммедов М.М., Мардонов Б.Б. Хизмат кўрсатиш соҳасида аҳоли бандлиги ва даромадлари. Монография. «Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи». 2021. 186 б.; Пардаев М.Қ., Мирзаев Қ.Ж., Пардаев О.М. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. – Т.: "ИҚTISOD-МОЛИЯ", 2014. – 384 б.; Тухлиев И.С., Турсунова Г.Р. Хизмат кўрсатиш соҳасида тадбиркорлик фаолиятининг асосий йўналишлари. // «Сервис» илмий – амалий журнали, 2012 йил, 4-сон. – 43-48 б.

¹³ Файзиев Э.С. Сервис соҳасининг иқтисодиётдаги ўрни. Рисола. Т.: 'Fan va texnoloqiya', 2007. – 16 б.-1,0 б.т. , Файзиев Э.С. Сервис тизими фаолияти асослари. Маъруза матни. Самарқанд, 2007. – 208 б.-13,0 б.т.

yondoshish lozimligidir. Bulardan tashqari xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligiga bir tomondan mijozlar va ikkinchi tomondan, xo'jalik yurituvchi sub'ektlar nuqtai nazaridan qarash lozimdir.

Mijozlarning nuqtai nazaridan, xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini baholashda quyidagi yo'nalishlar inobatga olinadi:

- mijozlarga ko'rsatiladiga xizmatlarning soni;
- ularni ovqatlantirish;
- mijozlarga savdo xizmatlarini ko'rsatish;
- mijozlarga transport xizmatlarini ko'rsatish;
- mijozlarga dam olish va rohatlanish uchun zarur bo'lgan turli madaniy xizmatlarni ko'rsatish;
- mijozlarga moliyaviy xizmatlarni ko'rsatish;
- mijozlarga maishiy xizmatlarni ko'rsatish;
- mijozlarning hohish istaklariga qarab turli xil xizmatlarni ko'rsatish va shu kabilar.

Bunday xizmatlarni yuqori saviyada sifatli va samaradorlikda ko'rsatish va mijozlarning talablarini to'liq qondirish uchun xizmat ko'rsatish korxonalari xodimlari (xizmatchilari) professional malakaga ega bo'lishlari lozim. Ushbu xodimlar ko'rsatilgan xizmat turlarini a'lo bajarish bilan birga xushmuomala, muloyim, o'z ko'rki va tarovatiga ega, ziyrak va hushyor bo'lishligini ham talab qiladi.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlikni baholashda ikkinchi yo'nalish bo'yicha qaralganda shuni inobatga olish lozimki, xizmat ko'rsatish korxonasi egasi yoki shu xo'jalik yurituvchi sub'ekt shu sohaga qo'ygan investitsiyasidan yetarli darajada foyda olishga

erishmog‘i, mavjud moddiy-texnika asoslaridan samarali foydalanmog‘i, xodimlarning yuqori mehnat unumdorligiga erishmog‘i va harajatlardan ham samarali foydalanmog‘i lozim. Bulardan kelib chiqiladigan bo‘lsa, xizmat ko‘rsatish korxonalarida samaradorlikni baholash uchun, bizning fikrimizcha, ko‘rsatkichlar tizimidan foydalanish mumkin bo‘ladi. Bunday ko‘rsatkichlar tizimini to‘rtta guruhga bo‘lishni tavsiya qilamiz:

- xizmat ko‘rsatish korxonalariga qo‘yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar;
- xizmat ko‘rsatish korxonalari moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar;
- xizmat ko‘rsatish korxonalarida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar;
- xizmat ko‘rsatish korxonalari harajatlari samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar.

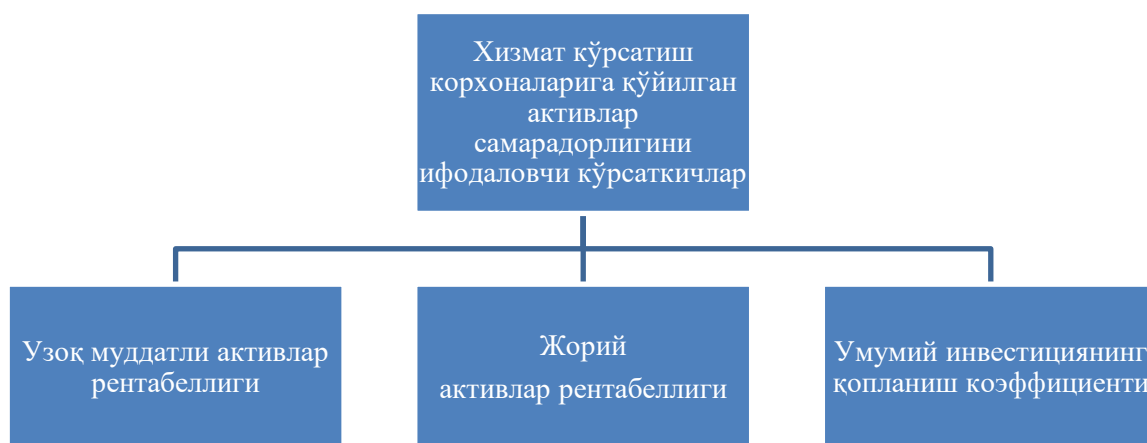
Buni quyidagi chizma orqali ifodalash mumkin (4.1-rasm).



4.1-rasm. Xizmat ko‘rsatish korxonalari xo‘jaligi samaradorligini xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar nuqtai nazaridan ifodalovchi ko‘rsatkichlar

Har bir guruh ko'rsatkichlar o'z navbatida bir qancha guruhlarni qamrab oladi. Masalan, ulardan biri xizmat ko'rsatish korxonalariga qo'yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar. Bu guruh ko'rsatkichlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- uzoq muddatli aktivlar rentabelligi;
- joriy aktivlar rentabelligi;
- umumiy investitsiyaning qoplanish koeffitsiyenti. Bularning chizmasi quyidagicha ifodalanadi (4.1^a-rasm).



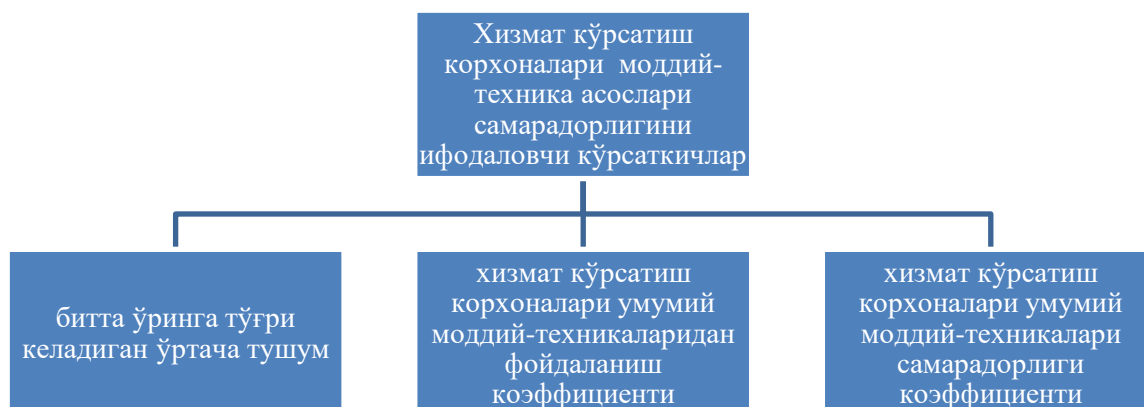
4.1^a-rasm. Xizmat ko'rsatish korxonalariga qo'yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar

Xizmat ko'rsatish korxonalari moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar ham o'z navbatida bir qancha ko'rsatkichlarni qamrab oladi. Xizmat ko'rsatish korxonalarining xususiyatlaridan kelib chiqib, ushbu guruh ko'rsatkichlariga quyidagilarni kiritishni tavsiya qilinadi:

- bitta o'ringa to'g'ri keladigan o'rtacha tushum;
- xizmat ko'rsatish korxonalari umumiy moddiy-texnikalaridan foydalanish koeffitsiyenti;

- xizmat ko'rsatish korxonalari umumiy moddiy-texnikalari samaradorligi koeffitsiyenti.

Ushbu ko'rsatkichlar guruhi quyidagi chizmada o'z aksini topgan (4.1^b-rasm):



4.1^b-rasm. Xizmat ko'rsatish korxonalari moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar

Xizmat ko'rsatish korxonalarida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar ham muhim iqtisodiy ko'rsatkichlar sifatida o'z o'rniga ega. Mazkur guruh ko'rsatkichlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum (xizmat ko'rsatish korxonalari xodimlarining mehnat unumdorligi, qiymatda);

- bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha xizmatlari soni (xizmat ko'rsatish korxonalari xodimlarining mehnat unumdorligi, natural ko'rinishda). Bularning chizmasi quyidagicha ifodalanishi mumkin (4.1^v-rasm).

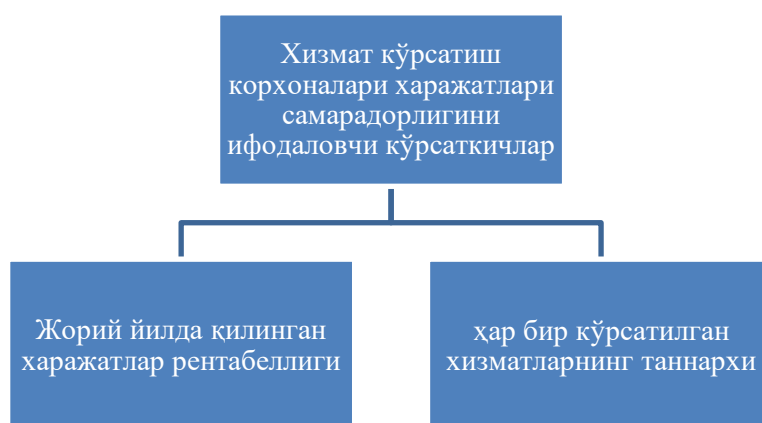


4.1^v-rasm. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar

Xizmat ko‘rsatish korxonalarida yana bir muhim ko‘rsatkichlardan biri, ularga joriy yilda sarflangan harajatlari samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlardir. Ushbu guruh ko‘rsatkichlarga quyidagilarni kiritishni tavsiya qilamiz:

- joriy yilda qilingan harajatlar rentabelligi;
- har bir ko‘rsatilgan xizmatlarning tannarxi.

Bularning chizmasini quyidagicha ifodalashni tavsiya qilamiz (4.1^g-rasm).



4.1^g-rasm. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida harajatlari samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar

Tadqiqot jarayonida ushbu ko‘rsatkichlarni aniqlash, ularning o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omillarni hisoblash orqali har birining

yaxshilanishi uchun ichki imkoniyatlarni axtarib topish yo'llarini ko'rsatib berish lozim bo'ladi. Bu masala xizmat ko'rsatish korxonlari iqtisodiy faoliyatida va o'quv jarayonida tinglovchilar uchun juda muhim. Chunki, xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimli tarzda ishlab chiqilmagan va mos ravishda amaliyotda qo'llanilmasdan kelinayotgan edi. Shu tufayli biz ishlab chiqqan mazkur tavsiya nafaqat nazariy jihatdan muhim, balki amaliy jihatdan ahamiyatga molik masalalardan biridir.

Xizmat ko'rsatish korxonalariga qo'yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan biri, uzoq muddatli aktivlar rentabelligidir (Rua). Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun sof foydani (Sf) barcha uzoq muddatli aktivlarning umumiy miqdoriga (Aum) bo'linadi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanish maqsadga muvofiq:

$$\mathbf{Rua = Sf * 100 : Aum ; (4.1)}$$

Mazkur ko'rsatkich korxonah rahbari uchun katta ahamiyatga ega. Korxonaga qo'yilgan investitsiyaning ma'lum muddat davomida necha foizi o'ziga qaytayotganligini shu ko'rsatkich orqali bilib oladi.

Ushbu guruhga kiruvchi navbatdagi ko'rsatkich joriy aktivlar rentabelligi (Rja). Mazkur ko'rsatkichni aniqlash uchun ham sof foydani (Sf) faqat joriy aktivlar (Aj) bo'lish lozim bo'ladi. Buning uchun quyidagi formula tavsiya qilinadi:

$$\mathbf{Rja = Sf * 100 : Aj (4.2)}$$

Mazkur ko'rsatkichning miqdori ma'lum muddat davomida ushbu korxonani rekonstruksiya qilish, kapital ta'mirlash, yangi jihozlar olish kabi ishlar uchun joriy aktivlarning samaradorligini

ifoda etadi, ya'ni shu investitsiya bir yilda qancha foyda keltirganligini ko'rsatadi. Agar o'tgan yillar bilan taqqoslanadigan bo'lsa, ahvol qay tarafga o'zgarayotganligini va uning samaradorligidagi o'zgarish tendensiyasining yo'nalishlarini aniqlab, ularga baho berish imkoniyati tug'iladi.

Xizmat ko'rsatish korxonalariga qo'yilgan investitsiyalar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan yana biri umumiy investitsiyaning qoplanish koeffitsiyentidir (Iqk). Mazkur ko'rsatkichni aniqlash uchun barcha investitsiyalarning umumiy miqdorini (Inu) sof foydaning umumiy miqdoriga (Sf) bo'lish lozim bo'ladi. Buning uchun quyidagi formula tavsiya qilinadi:

$$\mathbf{Iqk = Inu : Sf (4.3)}$$

Ushbu ko'rsatkichning miqdori qo'yilgan investitsiyalarning necha yilda to'liq qoplanishini ifodalaydi. Agar shu ko'rsatkich 10 ga teng bo'lsa, mazkur xizmat ko'rsatish korxonasiga qo'yilgan investitsiya 10 yilda butunlay qoplanadi, degan ma'noni beradi.

Xizmat ko'rsatish korxonalari moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan biri xizmat ko'rsatish korxonalari umumiy moddiy-texnikalaridan foydalanish koeffitsiyenti (KFmt). Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun foydalanilgan moddiy texnikalarini (Fmt), to'liq faoliyat ko'rsatganda foydalanishi mumkin bo'lgan potensial moddiy texnikalari ish faoliyatiga (Ptfmt) bo'lish yo'li bilan aniqlanadi.

$$\mathbf{KFmt = Fmt : Ptfmt (4.4)}$$

Ushbu ko'rsatkichning miqdori mazkur xizmat ko'rsatish korxonasida qancha potensial moddiy texnikalari ish faoliyati mavjud

va ularning foydalanish koeffitsiyenti qanchaligini ifodalaydi. Masalan, bitta xizmat ko'rsatish korxonasi ushbu ko'rsatkichning miqdori 0,75 koeffitsiyentga teng bo'lsa, ushbu miqdor ko'rsatadiki, mazkur xizmat ko'rsatish korxonasi potensial moddiy texnikalarning faqat 75 foizi foydalangan, xolos. Bu ko'rsatkichni qiyoslab boshqa xizmat ko'rsatish korxonalarida ahvolning qandayligini ham ko'rish mumkin bo'ladi.

Ushbu guruhga kiruvchi yana bir ko'rsatkich xizmat ko'rsatish korxonalarini umumiy moddiy-texnikalari samaradorligi koeffitsiyentidir (K_s). Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun xizmat ko'rsatish korxonasining barcha tushumlarini (T_{xkk}) foydalanilgan umumiy moddiy-texnikalari qiymatiga (MT) bo'lish yo'li bilan aniqlanadi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$K_s = T_{xkk} : MT \quad (4.5)$$

Ushbu ko'rsatkichning miqdori hisobot davrida xizmat ko'rsatish korxonasi moddiy texnikalarining har bir qiymatiga qancha tushumni ta'minlaganligini ko'rsatadi. Agarda ushbu ko'rsatkichning miqdori 50,0 ming so'mni tashkil qilgan bo'lsa, mazkur korxonada tahlil qilinayotgan davrda moddiy texnikaning har bir so'm qiymatiga 50,0 ming so'mdan o'rta hisobda mabag' tushganligini ko'rsatadi. Ushbu ko'rsatkichni qiyoslash orqali boshqa xizmat ko'rsatish korxonalarida ahvolning qandayligini bilish mumkin. Agar ushbu ko'rsatkichni bitta xizmat ko'rsatish korxonasi bir qancha yillarga hisoblab dinamikasi o'rganilsa, shu

ko'rsatkichning o'zgarish tendensiyasi qandayligidan ham dalolat beradi.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan biri bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum (xizmat ko'rsatish korxonalarida xodimlarining mehnat unumdorligi, qiymatda) hisoblanadi (Mu). Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun xizmat ko'rsatish korxonalarining barcha tushumlarini (Tmx) xodimlarning o'rtacha soniga ($Xo's$) bo'lish yetarli bo'ladi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$Mu = Tmx : Xo's \quad (4.6)$$

Mazkur ko'rsatkichning miqdori mehnat unumdorligini ifoda etadi., ya'ni bir xodim bir yilda qancha tushum ta'minlaganligini bildiradi. Agar bitta xodimning mehnat unumdorligi 500,0 million so'm bo'lsa, bu raqam bitta xodim bir yilda 500,0 million so'mlik tushumni ta'minlaganligidan dalolat beradi. Mazkur ko'rsatkich qancha ko'payib borsa, ahvol shunchalik yaxshilanib borayotganligidan dalolat beradi.

Navbatdagi mehnat samaradorligi bilan bog'liq ko'rsatkichlardan biri, bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha xizmatlari soni (xizmat ko'rsatish korxonalarida xodimlarining mehnat unumdorligi, natural ko'rinishda). Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun ham xizmat ko'rsatish korxonalarida foydalanilgan xizmatlarning umumiy sonini ($Fxus$) xodimlarning o'rtacha soniga ($Xo's$) bo'lish yetarli bo'ladi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz:

$$Mu = Fxus : Xo's \quad (4.7)$$

Ushbu ko'rsatkichning miqdori o'rganilayotgan davrda xizmat ko'rsatish korxonalarining bitta xodimi o'rta hisobda necha kishiga xizmat qilganligini ko'rsatadi. Agar ushbu formula orqali topilgan ko'rsatkichning miqdori 35 bo'lsa, shu xizmat ko'rsatish korxonalarida bir kishi o'rta hisobda tahlil qilinayotgan davrda 35 nafar kishiga xizmat qilganligini ko'rsatadi. Mazkur ko'rsatkichning qiyosiy tahlili shu korxonada ahvolning qandayligidan dalolat beradi. Shu tufayli xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiyotini o'rganishda albatta mazkur mehnat samaradorligi bilan bog'liq ko'rsatkichlarni aniqlash muhim ahamiyatga ega.

Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan yana biri, ularga joriy davrda qilingan harajatlarning rentabelligidir (X_r). Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun ham xizmat ko'rsatish korxonalarining o'rganilayotgan davrdagi sof foydasini (S_f) ko'rsatilgan xizmatlarning tannarxiga, ya'ni mahsulot ishlab chiqarish ketgan harajatlarga (H_{ar}) bo'lish lozim bo'ladi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$X_r = S_f : H_{ar} \quad (4.8)$$

Ushbu ko'rsatkichning miqdori o'rganilayotgan davrda xizmat ko'rsatish korxonalarining bir so'm qilingan harajatlarga qancha tushumning to'g'ri kelganligini ko'rsatadi. Agar ushbu formula orqali topilgan ko'rsatkichning miqdori 85 bo'lsa, shu xizmat ko'rsatish korxonasida bir so'm qilingan harajat o'rta hisobda tahlil qilinayotgan davrda 85 so'mlik tushum keltirishga erishilganligini ko'rsatadi. Mazkur ko'rsatkichning miqdorini qiyosiy jihatdan tahlil qilib, xizmat

ko'rsatish korxonalarida harajatlarning samaradorligi bilan bog'liq ko'rsatkichlarning holatiga baho berish mumkin bo'ladi.

Mazkur guruhga kiruvchi navbatdagi ko'rsatkich, har bir ko'rsatilgan xizmatlarning tannarxidir. Bu har bir ko'rsatilgan xizmatlarga ketgan o'rtacha harajatlarni ko'rsatadi (Tk/kun). Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun o'rganilayotgan davrdagi barcha ko'rsatilgan xizmatlarning tannarxiga, ya'ni mahsulot ishlab chiqarish ketgan harajatlarni (Har) barcha ko'rsatilgan xizmatlar soniga (Kxs) bo'lish lozim bo'ladi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$Tn/xiz = Har : Kxs \quad (4.9)$$

Ushbu ko'rsatkichning miqdori o'rganilayotgan davrda xizmat ko'rsatish korxonalarining har bir ko'rsatilgan xizmatiga o'rtacha qancha harajat ketganligini ko'rsatadi. Agar ushbu formula orqali topilgan ko'rsatkichning miqdori 83 ming bo'lsa, shu xizmat ko'rsatish korxonasida bir ko'rsatilgan xizmatiga 83 ming so'm harajat qilganligini bildiradi.

Olib borilgan tadqiqotlarimiz davomida shu narsa aniq bo'ldiki, biz yuqorida tavsiya qilgan ko'rsatkichlar orqali xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligini baholash imkoniyatiga ega bo'lamiz, hamda tahlil qilinayotgan xizmat ko'rsatish korxonasini samaradorligin qaysi yo'llar orqali oshirish mumkinligi ko'rsatish imkoniyatlariga ega bo'lamiz. Bu ko'rsatkichlarni o'rganilayotgan davrda samaradorlik holatiga amaliy jihatdan baho berish, xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligi to'g'risida xulosalar chiqarish yo'llarini keyingi boblarda ko'rib chiqamiz.

4.2. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sifati xizmat ko‘rsatish madaniyati samaradorlikni oshirishning asosiy yo‘nalishlari

Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sifatini oshirishning bir qancha yo‘llari bor. Bular jumlasiga xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis madaniyatini ham kiritish mumkin. Servis madaniyatini ko‘tarish ham servis sifatini ko‘tarishga olib keladi. Bularga quyidagilarni kiritish mumkin:

- xizmat ko‘rsatish korxonalarida xizmat madaniyatini oshirish;
- mijozlarning (haridorlarning) xavfsizligini ta‘minlash;
- mijozlarga barcha qulayliklarni yaratish, xizmat turlarini maksimal darajada ko‘paytirish;
- mijozlarga ko‘rsatiladigan xizmatlardan to‘liq qoniqishlari uchun bir qancha qo‘shimcha xizmatlarni tashkil qilish kabilar.

Xizmat ko‘rsatish korxonalarida servisi faoliyati madaniyatini, uning sifatining bir qismi yoki servis sifati, uning madaniyatining bir qismi tarzida baholash mumkin. Bu qachon va qaysi nuqtai nazar bilan qarashga bog‘liq.

Bozor munosabatlari sharoitida erkin raqobat barcha sohalarni, shu jumladan xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sohasini, uning ma‘lum talablarga javob berishini ham qamrab oladi. Bunda muvaffaqiyat qozonish bevosita uning narxi, sifati va madaniyatiga ham bog‘liqdir. Shu tufayli servis faoliyatining sifatini oshirish, narxini nisbatan kamaytirish va madaniyatini yuksaltirish masalasi bugungi kunda muhim iqtisodiy-ijtimoiy masalalardan biri sifatida baholanmoqda.

Xizmat ko'rsatish korxonalari servis faoliyatida servis madaniyatini nazariy jihatdan tahlil va talqin qilish uchun, eng avvalo, uning mazmuni nimalardan iborat ekanligini bilib olish maqsadga muvofiqdir. Buning uchun madaniyat so'zining izohidan boshlash lozim, deb o'ylaymiz.

Madaniyat tushunchasi iqtisodiy-ijtimoiy hayotimizning barcha sohalarida qo'llaniladi. Besh tomlik "O'zbek tilining izohli lug'ati"da "madaniyat" so'ziga quyidagicha izoh berilgan. "Madaniyat" so'zi arab tilidan kelib chiqqan bo'lib, sivilizatsiya, degan ma'noni bildiradi. Unga 5 ta yo'nalishda tushunchalar keltirilgan.

1. Jamiyatning ishlab chiqarish, ijtimoiy, ma'naviy-ma'rifiy hayotida qo'lga kiritgan yutuqlari.

2. Biror ijtimoiy guruh, sinf yoki xalqning ma'lum davrda qo'lga kiritgan shunday yutuqlari darajasi.

3. O'qimishlilik, ta'lim-tarbiya ko'rganlik, ma'rifat.

4. Madaniyatli shaxs talablariga javob beruvchi sharoit.

5. O'simlik yoki ekinning turlarini yetkazish, o'stirish, yetishtirish¹⁴, deb izoh berilgan.

Bizning tadqiqotimizga yuqorida keltirilgan izohlardan birinchisi to'g'ri keladi va biz bu masalaga aynan shu nuqtai nazardan qarashni maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz. Agar madaniyatga jamiyatning ishlab chiqarish, ijtimoiy, ma'naviy-ma'rifiy hayotida qo'lga kiritgan yutuqlari nuqtai nazaridan qaraladigan bo'lsa, uning bir qancha turlarini ko'rish mumkin. Bular jumlasiga quyidagilarni kiritishni tavsiya qilamiz:

¹⁴ Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 2-жилд. Т.: "Ўзбекистон миллий энциклопедияси" Давлат илмий нашриёти. 2006.- 521 б.

- ishlab chiqarish madaniyati;
- iqtisodiy madaniyat;
- jismoniy madaniyat;
- xulq-atvor madaniyati;
- turmush madaniyati;
- mehnat madaniyati;
- huquqiy madaniyat;
- dehqonchilik madaniyati;
- millat madaniyati;
- xizmat ko'rsatish madaniyati.

Agarda madaniyat so'ziga keng ma'noda qaraydigan bo'lsak, uning bir qancha yo'nalishlarga ega ekanligida ko'ramiz:

- milliy madaniyat;
- umummilliy madaniyat;
- umuminsoniy madaniyat;
- tabaqaviy madaniyat (boylar madaniyati, kambag'allar madaniyati) kabilar.

Bularning barchasi "Madaniyatshunoslik" nomli maxsus fanda o'rganiladi. Ammo ushbu fanda madaniyatning umummetodologik jihatlari o'rganilsa, mazkur ishda xizmat ko'rsatish madaniyatining o'ziga xos jihatlari to'xtalinadi. Chunki, xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini tadqiq qilganda albatta uning madaniyatini ham iqtisodiyot nuqtai nazaridan o'rganmoq maqsadga muvofiqdir.

Agarda madaniyat tushunchasiga birorta tarixiy davrga qiyoslagan holda qaraydigan bo‘lsak, uni ham bir qancha guruhlarga bo‘lish mumkin. Bular jumlasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- qadimgi madaniyat;
- zamonaviy madaniyat kabilar.

Ushbu madaniyatlar tizimida **servis faoliyati madaniyati** alohida iqtisodiy madaniyatning bir turi sifatida namoyon bo‘ladi. Har qanday tushunchaga, xususan, servisi faoliyati madaniyatiga ham ta’rif berishda ularning ichki tabiatini va insonlarga (mijozlarga, haridorlarga) ta’sir doirasini ochib berishga harakat qilish kerak. Chunki madaniyat tom ma’noda, jamiyatning, ijodiy kuchlarning va inson qobiliyatining yashash darajasiga mos ravishda qulay imkoniyatlarni yaratishi bilan belgilanadi. Shunday ekan xizmat ko‘rsatish korxonalarini servisi faoliyatining madaniyati ham insonlarga (mijozlarga, haridorlarga) qulaylik tug‘dirishi nuqtai nazaridan qarashni taqozo qiladi.

Xizmat ko‘rsatish korxonalarini servisi (xizmati) madaniyatini to‘liq tushunish uchun oldin servis madaniyatini nazariy jihatdan tahlil qilish lozim bo‘ladi. Servis madaniyati bo‘yicha olimlarimiz tomonidan ayrim fikrlar aytilmoqda. Xususan, E.S.Fayziyev bu borada quyidagicha qarashga ega: “Servis madaniyati deganda iste’molchilarga yuqori sifatli xizmat ko‘rsatishni tasdiqlaydigan, davlatning milliy an’analariga mos keladigan va dunyo zamonaviy standartlari talabiga javob beradigan tamoyillar, mehnat normalarining andozalari, yuqori ma’naviy qadriyat va o‘z-o‘zini tutish etikasi

tushiniladi”¹⁵. Mazkur ta’rif servis xizmati madaniyatini to’laroq qamrab olgandir. Chunki, insoniyat tarixida erishilgan milliy an’analar va dunyo standartlariga javob beradigan xizmat tamoyillariga tayanish lozimligi ko’rsatilgan.

Haqiqatda servis bir kishiga ko’rsatiladi. Bir kishi dunyoning turli mamlakatlar vakillari bo’lishi mumkin. Ushbu shaxs qayerda bo’lsa o’ziga xos va mos xizmatdan bahramand bo’lishni taqozo qiladi. Shu tufayli xizmat madaniyati juda yuqori va hammaga mos bo’lishi uchun u dunyo miqiyosida erishilgan yutuq va tajribalarni umumlashtirgan va o’zida mujassam etgan bo’lishlari lozimdir.

Ushbu nazariy qarashlardan kelib chiqadigan bo’lsak, servis faoliyati madaniyatiga quyidagicha ta’rif berish mumkin. Servis faoliyati madaniyati deyilganda, uning iste’molchilariga qulay bo’lgan, bu boradagi milliy va umuminsoniy qadriyatlarga tayangan va insoniyat tamaddunida erishilgan yutuqlardan foydalangan holda servis xizmatini a’lo darajada ko’rsatish jarayonining majmui tushuniladi. Ko’rinib turibdiki, servis bevosita uning iste’molchilariga (insonlar, korxonalar va boshqa xo’jalik yurituvchi sub’ektlar, jamiyat va davlat) qaratilgan. Ularning servishga bo’lgan talabini faqat qondiribgina qolmasdan, ularga yuqori saviyada xizmat qilish orqali, ularning barcha talablarini har tomonlama qondirgan holda ijro etilishi tushuniladi. Bular, jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy barqarorligini ta’minlashda servis xizmatlarining ham o’ziga xos o’rni borligi to’g’risida tegishli, xulosa qilishimiz uchun asos bo’ladi.

¹⁵ Файзиёв Э.С. Сервис тизими фаолияти асослари. Маърузалар матни. Самарқанд, СамИСИ. - 2007. – Б. 180.

Xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyati madaniyati madaniyatlar tizimida o'z o'rniga ega tushuncha bo'lib, quyidagi tarkibiy qismlarni qamrab oladi:

- davlat tomonidan insonlarning yuqori sifat darajasida yashashini ta'minlashga qaratilgan va ular uchun yaratiladigan servis faoliyati;

- xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyati madaniyatini o'zida mujassam etgan servisga oid fanlarning mavjudligi va ularning real hayotimizni yaxshilashdagi o'rni;

- insonlar ongida xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyati madaniyatining shakllanishi, ya'ni insonlar ongida g'oyalar, qarashlar, his-tuyg'ular, fikrlar, kayfiyatlar tizimining shakllanishi va ularning yashash tarziga aylanishi;

- ilgari erishilgan xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyati madaniyati bo'yicha keng tajriba va yutuqlarning bugungi hayotimizga joriy qilinishi va ulardan samarali foydalanish yo'llarining ishlab chiqilganligi;

- xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyati madaniyatini baholash, rag'batlantirish bo'yicha me'yoriy hujjatlarning ishlab chiqilganligi va ularning hayotda bekami-ko'st ishlashini ta'minlash mexanizmining mavjudligi;

- odamlarda xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyati madaniyatini baholaydigan me'zonlarning bo'lishi va ulardan shularni talab qiladigan saviyaning mavjudligi;

- xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyatining sertifikatlanganligi va litsenziya zarur bo'lgan hollarda u bilan ta'minlanish darajasining yo'lga qo'yilganligi.

Bularning hammasi xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyati madaniyatining muhim qismi bo'lib hisoblanadi. Ammo har qanday faoliyat singari servis faoliyati ham doimiy ravishda takomillashib, hayotimizga moslashib boradi. Shu tufayli ushbu sohani ham doimiy ravishda modernizatsiya qilib borishga to'g'ri keladi. Bugungi kun talabidan kelib chiqqan holda xizmat ko'rsatish korxonalari servisiga quyidagicha ta'rif berish mumkin. Xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyati deganda uning xizmat ko'rsatish korxonalari mijozlariga qulay bo'lgan, ularni qanoatlantiradigan, milliy va umuminsoniy qadriyatlarga tayangan va insoniyat tamaddunida erishilgan yutuqlardan foydalangan holda servis xizmatini a'lo darajada ko'rsata oladigan malakali xodimlar xizmatlarining majmui tushuniladi.

Ushbu ta'rifni nazariy jihatdan shu bilan asoslash mumkinki, birinchidan, xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyati bevosita mijozlarga ko'rsatiladigan xizmatlar qulay bo'lishi lozim. Zero, ko'rsatiladigan xizmat madaniyati, eng avvalo, qulaylikni ta'minlashini taqozo qiladi. Ikkinchidan, har qanday xizmat mijozlarni qanoatlantiradigan, ularning ko'ngliga mos, kayfiyatini ko'taradigan bo'lishi lozim. Uchinchidan, har qanday ko'rsatiladigan xizmatlarda milliy va umuminsoniy qadriyatlar uyg'unlashgan va ularga tayangan bo'lishi kerak. To'rtinchidan, ko'rsatiladigan xizmatlar insoniyat tamaddunida erishilgan yutuqlardan foydalangan holda amalga

oshirilishi lozim. Beshinchidan esa, servis xizmatini a'lo darajada ko'rsata oladigan malakali xodimlar tomonidan ko'rsatilgan xizmatlarining majmui bo'lmog'i lozim. Ko'rinib turibdiki, yuqoridagi ta'rif ushbu talablarning hammasiga javob beradi.

Shu bilan birga ta'kidlash joizki, servis faoliyati va unga qo'yilgan talablar, xususan, xizmat ko'rsatish korxonalarini servisi madaniyati doimiy ravishda takomillashib borishi lozim bo'lgan jarayondir. Shu tufayli mazkur ta'rifda tarix, bugungi holat va millat istiqboli o'z ifodasini topgan.

Xizmat ko'rsatish korxonalarini servisi sifatini oshirishda, uning faoliyatida servis madaniyatining barcha turlarini muttasil oshirib va takomillashtirib borish lozimdir. Ammo unga erishishning turli bevosita va bilvosita yo'llari mavjud. Bizning fikrimizcha, unga erishish uchun quyidagi tabirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

Birinchidan, davlat tomonidan insonlarning yuqori sifat darajasida yashashini ta'minlashga qaratilgan tadbirlarni takomillashtirib borishi, odamlarning iqtisodiy ahvolidan yaxshilanishi va ular uchun yaratiladigan servis xizmatini rivojlantirish choralari hukumatning muttasil e'tiborida bo'lishi. Bu holat xizmat ko'rsatish korxonalarida ham servis xizmati madaniyatini oshirish imkoniyatini beradi.

Ikkinchidan, servis faoliyati madaniyatini o'zida mujassam etgan servishga oid fanlarning mavjudligini ta'minlash va ularning real hayotimizni yaxshilashdagi o'rnini kuchaytirish hamda bu borada ko'plab ommaviy axborot vositalarida chiqishlar qilib, servisning

mazmun-mohiyatini ommaga, keng jamoatchilikka tushuntirish ishlarini olib borish.

Servisning mazmun-mohiyatini va uni amalga oshirishning mexanizmlarini, yuqori sifatga erishish yo'llarini ham ommaviy axborot vositalarida ko'plab yoritishga erishish lozimdir. Odamlar va mutaxassislar madaniyatning nimaligini bilmasalar, uni amalga oshirishni ham tabiiy holda bilmaydilar.

Uchinchidan, insonlar ongida servis faoliyati madaniyatining shakllanishi, ya'ni insonlar ongida g'oyalar, qarashlar, his-tuyg'ular, fikrlar, kayfiyatlar tizimining shakllanishi va ularning yashash tarziga aylanishiga erishish lozimdir. Bu tadbirning amalga oshirilishiga ham muntazzam va tizimli yondoshilgan holda olib borish kerak bo'ladi. Har bir ishni vijdonan his qilsagina uning sifatini va samaradorligini oshirishga chin dildan kirishadi. Bu holat xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyatini oshirishga ham bevosita bog'liqdir.

To'rtinchidan, milliy va umuminsoniy jabhalarda ilgargi erishilgan servis faoliyati madaniyati bo'yicha keng tajriba va yutuqlarni umumlashtirish, ularni bugungi hayotimizga joriy qilinishiga erishish va ulardan samarali foydalanish yo'llarini ishlab chiqish darkor. Bu borada xizmat ko'rsatish korxonalari servisining sifatini oshirish masalasi ham asosiy o'rinlardan biri sifatida baholanadi. Bu ham xizmat ko'rsatish korxonalari madaniyatining oshishi uchun asosiy omillardandir.

Beshinchidan, mamlakatda servis faoliyati madaniyatini baholash, rag'batlantirish bo'yicha me'yoriy hujjatlarning ishlab chiqilishiga va ularning hayotda bekami-ko'st ishlashini ta'minlash

mexanizmining mavjudligiga erishish, bunda davlat bilan nodavlat tuzilmalarining roli va majburiyatlarini oshirish kerak. Xizmat ko'rsatish korxonalarini servisi sifatini oshirishga rag'bat uchun nodavlat mulkiga ega bo'lgan xo'jalik yurituvchi sub'ekt kimlardandir muruvvat kutishiga hojat bo'lmaydi. Agar qaysi xizmat ko'rsatish korxonalarida servis xizmati sifati yuqori darajada yaxshi yo'lga qo'yilgan bo'lsa, o'sha xizmat ko'rsatish korxonasi raqobatbardosh bo'ladi, mos ravishda, iqtisodiy imkoniyati ham muttasil oshib boradi. Bu servis madaniyatining ko'tarilishi uchun ham katta imkoniyatdir.

Oltinchidan, odamlarning servis faoliyati madaniyatini baholaydigan me'zonlarni bilishi va ularda mazkur mezonlarni talab qiladigan saviyaning mavjudligini shakllantirish, servishga e'tiborni qaratish har bir kishining kundalik hayot tarziga aylanishini ta'minlash. Bu o'ta murakkab va uzoq vaqtni talab qiladigan jarayon. Shu tufayli xizmat ko'rsatish korxonalarini servisi sifatini oshirishga qaratilgan dunyoqarash, umumiy milliy dunyoqarashning o'zgarishi bilan birga olib boriladi. Chunki, inson tafakkuridagi va ongidagi o'zgarishni ayri holda amalga oshirib bo'lmaganligi tufayli, umumiy madaniy saviya past bo'lib, xizmat ko'rsatish korxonalarini servisini yuqoriga ko'tarib bo'lmaydi. Chunki, barcha iqtisodiy-ijtimoiy jarayonlar bir-biri bilan uzviy bog'liq holda amalga oshiriladi.

Yettinchidan, servis faoliyatining sertifikatsiyalanganligi va litsenziya zarur bo'lgan hollarda u bilan ta'minlanish darajasining yo'lga qo'yilishiga erishish va shular asosida faoliyat ko'rsatishga servis bilan shug'ullanuvchi xodimlarning va iste'molchilarning ko'nikmasining hosil bo'lishini ta'minlash muqarrar. Ammo xizmat

ko'rsatish korxonalari servisi alohida litsenziyalanadigan faoliyat emas. Biroq, har bir xizmat ko'rsatish korxonasi raqobat maydonida o'z xizmatining raqobatbardoshligini ta'minlashi lozim. Buning uchun u servis sifatini oshirish uchun yuqori madaniyat bilan birga, uning narxini barqaror ushlab turish orqali ham erishishi mumkin.

Xizmat ko'rsatish korxonalari servisi faoliyati bo'yicha yuqori sifatga erishish uchun, servis faoliyatini tahlil qilish uchun uni o'lchaydigan ko'rsatkichlarni ishlab chiqishni taqozo qiladi. Ammo xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyatini harakterlovchi ko'rsatkichlar tizimi ishlab chiqilmagan. Odatda ushbu ko'rsatkichlar bir tomondan mazkur sub'ektlar xizmatining sifatini harakterlaydigan madaniy tushunchalarni qamrab olsa va ikkinchi tomondan, uning raqobatbardoshligini ta'minlashga qaratilgan bo'lishi lozim.

Agar shu nuqtai nazardan qaraydigan bo'lsak, xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyatini baholash uchun ko'rsatkichlar tizimini ikki guruhga bo'lgan holda ishlab chiqishni taqozo qiladi. Birinchisi, o'lchanadigan hisobotlardan va hisob ma'lumotlaridan olish mumkin bo'lgan ko'rsatkichlar va ikkinchisi, hisoblanishi mumkin bo'lmaydigan, lekin yozma, og'zaki tarzda aniqlanadigan ko'rsatkichlar.

Mazkur ko'rsatkichlar u yoki bu jihati bilan muhimdir. Ularning birortasini inkor qilib bo'lmaydi. Masalan, tejamli xizmat turi bo'lishi mumkin, ammo u iste'molchiga (mijozga) unchalik qulaylik tug'dirmasa, bunday holatda ushbu xizmatning tejamkorligidan ham voz kechiladi va haridorga, ya'ni iste'molchiga ma'qul bo'lgan xizmat turi tanlanadi va taklif qilinadi.

Shunday qilib xizmat ko‘rsatish korxonalari servisi madaniyatini ifodalovchi ko‘rsatkichlarni mazmuni va shakllanishi nuqtai nazaridan 4 guruhga bo‘lish tavsiya qilinadi:

-servis xizmati madaniyatining texnik jihatini ifodalovchi ko‘rsatkichlar;

-servis xizmati madaniyatining tarkibiy jihatini ifodalovchi ko‘rsatkichlar;

-servis xizmati madaniyatining funksional jihatini (xizmat ko‘rsatish jarayonini) ifodalovchi ko‘rsatkichlar;

-servis xizmati madaniyatining ma‘naviy jihatini (raqamlarda bevosita ifoda etishi qiyin bo‘lgan inson kechinmalari bilan bog‘liq bo‘lgan holatlarni) ifodalovchi ko‘rsatkichlar.

Ushbu turkumdan ham ko‘rinib turibdiki, yuqoridagi 3 ta guruh ko‘rsatkichlarni raqamlarda ifodalash mumkin, ammo to‘rtinchi guruh ko‘rsatkichlarni bevosita mutloq raqamlarda ifodalab bo‘lmaydi. Shu tufayli ularni faqat tadqiqot natijasida olinadigan nisbiy raqamlarda, ballarda, ulardan kelib chiqadigan turli koeffitsiyentlarda ifodalash mumkin.

Yuqorida keltirilgan guruhlardagi ko‘rsatkichning har biriga kiruvchi ko‘rsatkichlarni aniqlash va ularni hisoblash yo‘llarini ishlab chiqish maqsadga muvofiq. Chunki, iqtisodiyot fani aniq uslubiy fan, unda qo‘llaniladigan har qanday kategoriyani raqamlarda ifodalab, ularni ifodalovchi ko‘rsatkichlar tizimini ishlab chiqishni taqozo qiladi. Shu tufayli kategoriyani ifodalovchi ko‘rsatkichlarni aniqlash yo‘llarini ko‘rsatib berishni, shunga mos ravishda tahlil qilinayotgan ko‘rsatkichni yaxshilash yo‘llarini ishlab chiqishni tashkil qilish lozim

bo‘ladi. Bu albatta murakkab masala. Shu tufayli ushbu holatni ham nazariy, ham amaliy jihatdan tadqiq qilib, uning realligini ta‘minlaydigan ko‘rsatkichlarni aniqlashga erishishni talab qiladi.

Xizmat ko‘rsatish korxonalarini servisining madaniyati ham doimiy va barqaror emas. Har safar uning sifat darajasi turlicha bo‘lishi mumkin. Ammo madaniyatsiz xizmat mijozlarni qochiradi, sub‘ektning nufuzini tushiradi. Shu tufayli xizmat madaniyati masalasini doimiy ravishda nazorat qilib turish lozim bo‘ladi.

Ishlab chiqarish korxonalarida yaratilgan mahsulotni nazorat qilish uchun maxsus texnik nazorat bo‘limi faoliyat ko‘rsatadi. Ammo xizmatning juda ko‘p turlari bor, uni biror narsa bilan o‘lchash qiyin. Shu tufayli xizmatni nazorat qilish uchun uni ko‘rsatilayotgan pallada kuzatish kerak bo‘ladi. Amaliyotda buning imkoniyati cheklangan. Chunki shunday nazorat turini amalga oshirish lozim bo‘lsa, har bir xizmat ko‘rsatuvchiga bittadan nazoratchi qo‘yishga to‘g‘ri keladi. Shu tufayli, birinchi galda har bir xodim o‘zini - o‘zi nazorat qiladigan malakaga va saviyaga ega bo‘lishi lozim. Aks holda, bilib-bilmasdan juda ko‘p nuqsonlarga yo‘l qo‘yilishi mumkin.

Xizmat ko‘rsatish korxonalarini servisi sifatini nazorat qilishda quyidagi nazorat turlarini amalga oshirish mumkin:

- tanlab nazoratni amalga oshirish;
- iste‘molchiga (mijozga, haridorga) servis sifati bo‘yicha anketa tarqatib, ularning javoblariga asoslanish;
- iste‘molchilar (mijozlar, haridorlar) bilan servis sifatini tekshirishni rahbariyatning vaqti-vaqti bilan og‘zaki so‘rov o‘tkazish yo‘li bilan amalga oshirish.

Xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyatini aniqlash va uni doimiy ravishda takomillashtirib borish uchun mazkur sub'ektda maxsus ijodiy guruh bo'lishini taqozo qiladi. Ushbu guruh har haftaning bir kunida servis sifati bilan bog'liq masalalarni muhokama qilib, tegishli xulosalar chiqarib, uni takomillashtirish masalasi bo'yicha tegishli tavsiyalar ishlab chiqmog'i va ularni navbatdagi haftadan boshlab amaliyotga joriy qilmog'i lozim. Chunki hozirgi sharoitda har kuni barcha sohalarda ro'y berayotganligi singari xizmat sohasida ham, uning yangi-yangi turlari kundalik hayotimizga kirib kelmoqda. Bu yangiliklar asosan fan va texnikaning rivojlanishi bilan bog'liq. Masalan mustaqillikgacha uyali telefon mamlakatimiz uchun ertak bo'lgan bo'lsa, bugungi kunda u kundalik hayotimizning ajralmas qismiga aylanib qoldi. Xuddi shunday holatni kompyuter texnikasi bo'yicha ham aytish mumkin. Bulardan foydalangandan keyin, ularga xizmat qiladigan va ta'mirlaydigan xizmatning yangi turlari ham paydo bo'ladi. Bunday jarayondan orqada qolish bugungi raqobat sharoitida ko'p narsalardan yutqazib qo'yishlari mumkin.

4.3. Xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini oshirish orqali samaradorlikni baholashning ilmiy-nazariy va uslubiy masalalari

Servis sohasi odamlar hayotini yaxshilashga qaratilgan. Odamlarning hayotini yaxshilash esa benihoya keng qamrovli jarayon. Shu tufayli servis sohasining tarmoqlari va ko'lami juda keng. Ushbu soha odamlarga munosib sharoit yaratib berish bilan birga mamlakat yalpi ichki mahsulotida ham o'zining sezilarli o'rniga ega bo'lib bormoqda.

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan islohotlar, islohotlar uchun emas, balki insonlar, ularning munosib turmush sharoitini yaxshilashga, ijtimoiy himoyasini kuchaytirishga qaratilganligini Prezidentimizning halqimiz farovonligini oshirish, kambag'allikni kamaytirish, aholini keksalik yoshida pensiya bilan ta'minlash, ularni ijtimoiy muhofaza qilish borasida uzluksiz g'amxo'rlik qilib kelayotganligida ko'rish mumkin.

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish, yashirin iqtisodiyotni kamaytirish va aholining bandlik masalasini hal qilish orqali kambag'allikni qisqartirish kabi muhim tadbirlarga qaratilgan. Prezidentimizning aynan 2021 yil 22 aprel kuni xizmat ko'rsatish sohasi yo'nalishlarini rivojlantirish masalalari bo'yicha videosektor yig'ilishi o'tkazildi. Bu yig'ilish aholini ish bilan ta'minlash va ularning farovonligini oshirishga qaratilgan oldingi olib borilgan ishlarni yanada kuchaytirishga va mamlakatda islohotlarni chuqurlashtirishga qaratilgan amaliy tadbirlardan biri bo'ldi. Xizmat ko'rsatish sohasi keng qamrovliligi bilan iqtisodiyotda, aholi turmush darajasida muhim o'rinlardan birini tutadi. Xizmat ko'rsatish sohasida yangi ish o'rinlarini yaratish, kam harajat bilan, tez muddatda tashkil etish mumkin, bundan tashqari qilingan harajatlar samaradorligi ham yuqoridir. Aholi daromadlarining real o'sishi ham avvalo xizmatlar ko'rsatish sohasida yaqqolroq seziladi.

Mamlakatimizda xizmatlar ko'rsatish sohasini rivojlantirishning asosiy konseptual yo'nalishlarini belgilab olish mumkin. Bu yo'nalishlar quyidagilardir:

1. Xizmatlar ko'rsatish sohasida tadbirkorlikning faolligini yanada kuchaytirish uchun qulay shart-sharoit yaratish, xususan, bu boradagi rasmiyatchilik to'siqlarini bartaraf etish.

2. Qishloq joylarda xizmat va servis sohasini jadal rivojlantirish, xususan, qishloq aholisiga ko'rsatilayotgan xizmatlar, birinchi navbatda, kommunal-maishiy, uy-joylarni ta'mirlash va qurish, suvdan foydalanish, veterinariya, qishloq xo'jalik mahsulotlarini tayyorlash va mashina traktor parklari sohasidagi xizmatlar hajmi va turlarini yanada oshirib borish.

3. Koronavirus pandemiyasi bu sohaga salbiy ta'sir ko'rsatdi. Shu bois, tadbirkorlarga turli xildagi soliq imtiyozlari, hamda subsidiya va boshqa imtiyozli kreditlar taqdim etish orqali ko'mak berish.

4. Xavfsizlik talablarini qo'ygan holda, odamlar gavjum joylarda, ya'ni aeroport, temir yo'l va avtovokzallar hududlarida, magistral yo'llar yoqasida savdo va xizmat ko'rsatish ob'ektlarini tashkil etish orqali tadbirkorlarni daromad olishini, aholini esa ish bilan ta'minlash.

5. Mamlakatimizda an'anaviy xizmatlar turlarini rivojlantirish, ayrim bugungi kun talabiga javob beradigan, ammo unitilib ketilgan xizmat turlarini izlab topish va ularni tiklash.

6. Xizmatlarining yangi istiqbolli turlarini, xususan, turizm, yuridik, konsalting, bank, moliya, sug'urta, lizing va boshqalarni yanada jadal ravishda rivojlantirish.

7. Mamlakatimizning xizmatlar eksportini ko'paytirish uchun ushbu soha korxonalarining halqaro bozordagi xizmatlar darajasi va sifatini oshirishga erishish.

8. Eng muhimi, xizmatlar ko'rsatish va servis sohasida ishlaydigan kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni har tomonlama qo'llab-quvvatlash.

Mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishd eng asosiy omillardan biri servis sifatidir. Amalga oshirilayotgan tadbirlar avvalo, servis sifatiga qaratilmas ekan, bu korxonaga mijozlar kamayishi o'z-o'zidan sodir bo'ladi. Haridorlar kamayishi korxonada daromadi kamayishiga sabab bo'ladi, daromad yo'q joyda ma'lumki samaradorlik umuman bo'lmaydi. Shunday ekan xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini oshirish eng asosiy mezon sifatida qaralishi kerak.

Ushbu jarayonning nazariy masalalarini tadqiq qilish «Xizmat (servis) sifati» nima, degan savolga javobni topishni taqozo qiladi. **Sifat** deganda ko'rsatilayotgan xizmatlar kutilayotgan yoki belgilangan standartlarga mos kelishi tushuniladi. Demak, standartlar, ularning real shakli va mazmuni xizmat ko'rsatish sifatini baholash ko'rsatkichi hisoblanadi. Iste'molchi uchun unga ko'rsatilgan xizmat sifatini baholash ko'rsatkichi - bu uning koniqqanligi, ya'ni olingan xizmat sifatining kutilganiga mos kelishidir. Mijozning koniqqanligi ko'rsatkichi uning yana bir marta qaytishi, o'z do'stlari va tanishlariga xizmatning sifati to'g'risidagi ta'surotlari bilan o'rtoqlashishidir. Bu sifatdan bahramand bo'lgan kishining og'zaki reklamasidir. Bu

reklama esa o'z navbatida juda ishonchli va ta'sirchan bo'ladi. Eng muhimi eng arzon reklama turiga kiradi.

Xizmatlar sifati ko'plab tadqiqotlarda o'rganilgan bo'lib, adabiyotida sifatni talqin etish bo'yicha turli nuqtai nazarlar mavjud. Ayniqsa, mehmonxonalarda ko'rsatiladigan xizmatlar sifati to'g'risida quyidagi qarashlar mavjud. Bularni A.D.Chudnovskiy to'rt guruhga bo'lgan¹⁶:

1. Tovarning iste'molchilarning ehtiyojlarini qondiruvchi xususiyatlari. Bu turdagi sifat harajatlarni oshirishni taqozo etadi. Masalan, ijaraga olingan avtomobillar turi va modeliga qarab nisbatan ko'proq xususiyatlarga ega bo'lib, yuqori narxni talab qiladi.

2. Texnik sifat. Bunda mijoz xizmatchi bilan munosabatdan keyin ega bo'lgan naf texnik sifatni ifodalaydi. Masalan, mehmonxonadagi nomer, restorandagi ovqat, ijaraga olingan avtomobil va boshqalar.

3. Funksional sifat tovar yoki xizmatni taqdim etish jarayoni hisoblanadi. Bu jarayon davomida iste'molchilar firma xizmatchilari bilan munosabatda bo'lishi ko'plab bosqichlardan iborat bo'ladi. Masalan, funksional sifat mijozning kutishlarini to'liq oqlamagan xona haqidagi ta'surotlarni yaxshilash mumkin. Lekin agar funksional sifat qoniqarsiz bo'lsa, boshqa hech narsa mijozning xizmatdan qoniqish hissini tug'dirishi qiyin bo'ladi.

4. Jamoatchilik (ijtimoiy) sifat (axloqiy). Bu sifat ishonch hissi bilan bog'liq bo'lib, uni iste'molchi haridgacha, ko'p hollarda hariddan keyin ham baholay olmasliklari mumkin. Masalan, xizmat ko'rsatish korxonasi xodimlarining yong'in xavfsizligi qoidalarini

¹⁶ Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство. - М: ЭКМОС, 2000 - 197 с

bilmasligi yaqin kelajakda mijozlarning ehtiyojlarini qondirishda o'z aksini topmaydi. Bundan tashqari, xizmat ko'rsatish korxonasi imidji ham mijozlar tomonidan sifatning baholanishiga ta'sir etadi.

Ko'pchilik xizmat ko'rsatish korxonalarida sifatning standart va me'yorlarga mos kelishi deb tushuniladi. Bu yondoshuv xizmatlar ko'rsatishning operatsion darajasida, ayniqsa, mijozlarning talablarini aniqlash bilan bog'liq muammolar yuzaga kelishi mumkin bo'lgan joylarda qo'l keladi.

Lekin boshqaruvning yuqori bo'g'inlarida standartlarga mos kelish yuqori sifatning bir sharti hisoblanadi, xolos. Sifat - maqsad singari mijozlar ehtiyojlari o'zgarishi bilan o'zgarib boradi. Xizmatlar ehtiyojlarni hisobga olgan holda doimiy takomillashib borishi lozim.

K.Grenrus o'z tadqiqotlarida¹⁷ sifat bu mijozni his qila olish deb ta'kidlaydi. Uning fikricha, xizmat ko'rsatish korxonasi ma'muriyati sifatni mijozlar kabi tushuna olishlari lozim. K.Grenrus sifatning ikki jihatini ajratib ko'rsatadi:

1. Texnik jihat ishlab chiqarish mahsulotlarini ifodalaydi – mijoz olayotgan va iste'mol qilayotgan barcha narsalar uning uchun muhim hisoblanadi. Yaxshi qovurilmagan ovqat yoki tartibsiz nomer mijozda ko'rsatilayotgan barcha xizmatlar sifati haqida ma'lum tasavvurni shakllantiradi. Bu sifatni baholash uncha murakkab emas.

2. Funksional jihat mijozga xizmatlar qaysi usulda va vositalarda yetkazilishini ifodalaydi. Yaxshi tayyorlangan ovqatni xo'mraygan ofitsant keltirishi natijasida xizmat sifatning darajasi sezilarli pasayadi. Funksional sifat nafaqat mijoz va personal o'rtasidagi o'zaro

¹⁷ Gronroos C., Service Management and Marketing, Macmillan/Lexington Books, Ntw York, NY, 1990

munosabatlarni ifodalaydi, balki bu yerga mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayoni tarkibi ham kiritiladi. Xizmatlarni ko'rsatish darajasi bo'yicha mijozning sub'ektiv fikriga asoslanganligi sababli sifatning bu jihatini baholash biroz murakkablikni tug'diradi.

Yuqoridagilarga asosan xizmat ko'rsatish korxonalarida «sifat» tushunchasini quyidagicha ta'riflash mumkin:

1. Sifat – bu mijozlarning to'g'ri aniqlangan ehtiyojlaridir. Bunda mijozlar ehtiyojlariga mos keluvchi xizmatlarni ko'rsatish konsepsiyasi asos qilib olinadi. Agar mijozda uyidan chiqmasdanoq biron-bir xizmatga ehtiyoj bo'lsa, buni ta'minlash kerak. Bu holatda sifat raqobatda ustunlikka erishishga imkon beradi.

2. Sifat – bu to'g'ri ko'rsatilgan xizmatlardir. Bu yerda ikki yondoshuv uyg'unlashadi: xizmatlar nafaqat mijozlar talablariga javob berishi (texnik jihat), balki butun xizmat ko'rsatish tizimi mijozlarga qulaylik yaratish va personal bilan shaxslararo munosabatlarni ko'tarinkilik bilan ta'minlashga qaratilgan holda tuzilishi lozim. Mazkur ma'noda sifat – xizmatlar haqida yetarli bilimga egalikni bildiradi.

3. Sifat – bu doimiylik. Bunda bir xil darajadagi xizmatni millionlab marta ko'rsatish zaruriyati tushiniladi. Beqarorlik – xizmat ko'rsatish biznesining asosiy ofatidir. Jamiyat kutilmagan holatlarni yoqtirmaydi. Agar savdo belgisi kutilayotgan natijani bermasa, salbiy tasavvur yuzaga keladi. Shu sababli sifatni xodimlar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarni yaxshi ijro etish deb qarash mumkin.

Xizmatlar sifatini ta'minlash yuqoridagi uch holatni xizmat ko'rsatishning yagona tizimiga birlashtirishdan iborat.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, mijoz xizmat ko'rsatish korxonasi servisidan foydalanish yoki foydalanmasligi unga ko'rsatilgan xizmatning yaxshi yoki yomonligiga, ya'ni servisning sifatiga bog'liq. Birinchi marta mijozni yaxshi reklama, boy jihozlar yoki keng turdagi taomnomalar bilan jalb qilish mumkin. Ammo ikkinchi marta mijoz personalning professional ishlashi va oldin unga ko'rsatilgan xizmat sifatining yuqoriligi uchun keladi.

Xizmat ko'rsatish korxonasi ma'muriyati, xizmatchilari va mijozlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni belgilab beruvchi asosiy hujjatlardan biri «Xizmat ko'rsatish korxonasi xizmatlari ko'rsatish qoidalari» hisoblanadi. Ushbu hujjatning «Xizmat ko'rsatish tartibi» bo'limida shunday deb qayd etilgan: «Ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati shartnoma talablariga javob berishi lozim. Agar shartnoma bo'lmasa yoki to'liq bo'lmasa ushbu xizmatlarga odatda qo'yiladigan talablarga javob berishi lozim.

Xizmat ko'rsatish korxonasi xizmatlarining sifati bir qancha omillarga bogliq. Bu omillarga bizning fikrimizcha quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Moddiy-texnika bazasining holati, ya'ni: xizmat ko'rsatish korxonasi binolarning qulay rejalashtirilganligi va sifatli jihozlanganligi, zamonaviy jihozlar bilan ta'minlanganligi va x.k.

2. Xizmat ko'rsatishning ilg'or texnologiyasi. Bunga: jamoat va turar xonalarni tozalash tartibi va usullari; mijozlarni ro'yxatga olish va ular bilan hisob-kitob qilish, restoran va barlarda ovqatlar va

ichimliklarni tayyorlash reseptlari, savdo zallarida xizmat ko'rsatish shakllari va boshqalar kiradi.

3. Xizmat ko'rsatuvchi personalning yuqori darajada professionalligi, uning mijozga aniq, tez va madaniyatli xizmat ko'rsatishga qodirligi va tayyorligi.

4. Xizmat ko'rsatish korxonalarida xizmat ko'rsatish sifatini boshqarish. Bunga sifat standartlarini ishlab chiqish va joriy etish, personalning malakasini muttasil oshirish, xizmat ko'rsatish korxonasi faoliyatining barcha jabhalarida servisini nazorat qilish, to'g'rilash, takomillashtirish kabilar kiradi.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida xizmat ko'rsatish sifatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni chuqurroq o'rganishni talab qiladi. Chunki ushbu ko'rsatkichning darajasi boshqa juda ko'p iqtisodiy-ijtimoiy ko'rsatkichlarning holati bog'liqdir.

Ma'lumki har qanday ishda inson mehnati tadbirkorni foyda bilan ta'minlaydigan muhim omil hisoblanadi. Ammo xizmat ko'rsatish sohasida ushbu ko'rsatkichning hajmi bevosita mehnatning miqdori va sifatiga bog'liq. Keyingi paytlarda xizmat ko'rsatish korxonalarida inson omiliga katta e'tibor qaratilmoqda.

Samarqand shahrida joylashgan o'tkazilgan so'rovlarda xizmat ko'rsatish korxonalarini rivojlantirish uchun asosiy omil nima, degan savolga birinchi navbatda personalning professionalligi (57,8%), deb javob berdilar. Qolgan barcha omillar 42,2 %ni tashkil qiladi. Bundan ko'rinib turibdiki, xizmat ko'rsatish korxonalarining raqobatbardoshligi bevosita uning xodimlariga va ular tomonidan ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifatiga bog'liq ekan.

Xizmat ko'rsatish korxonasida ko'rsatiladigan xizmatlarning sifatiga, lavozimidan qat'iy nazar, unda ishlaydigan barcha xodimlar mas'ul bo'lishini talab qiladi. Iste'molchi katta toqatsizlik bilan yaxshiroq xizmat ko'rsatilishini kutadi. Shu tufayli qaysi xizmat ko'rsatish korxonasida xodimlar yaxshiroq xizmat ko'rsata olsa, shu korxonaga raqobatchilarga nisbatan qulayroq imkoniyatga ega bo'ladi va shu sub'ekt raqobatbardosh bo'lishi tayin.

Xizmat ko'rsatish korxonasida xodimlar yaxshi va sifatli xizmat ko'rsatishi eng avvalo ishlash uchun qulay muhit yaratilishidan iborat. Xodimlarga ishlash uchun qanchalik qulay muhit yaratilsa, shunchalik samaradorlik va sifat yuqori bo'ladi. Ish uchun qulay muhit quyidagilarda iborat:

- kadrlarni tanlash va joylashtirishning adolatli jarayonini tashkil etish;
- har bir ish joyida norma va standartlar bajarilishini baholovchi ko'rsatkichlar belgilangan yozma shakldagi xizmat majburiyatlari (mansab instruksiyalari) mavjud bo'lishi;
- xizmatchilar malakasini oshirishga ehtiyojlarni va shart-sharoitlarni xizmat bo'yicha ko'tarilish nuqtai nazaridan baholash, ish xaqini oshirish (razryadni oshirish);
- malakani doimiy ravishda oshirib borishni rag'batlantirish;
- vaqti-vaqti bilan butun personal ishini tekshirib turish;
- barcha darajadagi xizmatlarni rag'batlantirish dasturi va shartlarini ishlab chiqish;
- xizmatchilarni xizmat mansablarini ko'tarishning rasmiy rejasi, ko'tarilishning shartlarining belgilab qo'yilishini ta'minlash;

- vaqti-vaqti bilan ish xaqini oshirish va shu orqali mavjud mansablarning raqobatbardoshligini saqlash;
- raqobatbardoshligini saqlash maqsadida imtiyozlar tizimini takomillashtirib borish;
- ma'muriyat uchun majburiy bo'lgan mehnat kelishmovchiliklarini hal qilish tartibini joriy qilish.

Yana bir bor ta'kidlash lozimki, personalni tanlash jarayoni juda muhim hisoblanadi. Bu ish juda nozik bo'lib, personalning shaxsiy sifatlari mijozlarning harakteriga mos tushishi lozim. Kadrlar tanlash jarayonini mantiqiy ketma-ketlikda bajarish lozim, ya'ni bo'sh joyga shoshilinchda kadr tayinlash jiddiy salbiy oqibatlarni keltirib chiqarishi mumkin.

Birinchi usul korxonada ishlaydiganlarni olg'a surish, ikkinchi usul esa chetdan odam olishdan iborat. Kishilarni ishga olishda ma'lum ko'rsatkichlarni belgilab olish zarur. Xizmat ko'rsatuvchi personal, rahbarlar qaysi standartlarga javob berishi kerakligini belgilash kerak.

Xizmatchilar mansabini ko'tarish korxonada professional o'sish mumkinligini ko'rsatadi, hamda jamoaning ma'naviy ruhiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ishga yangi kishilarni qabul qilishning asosiy ustunligi, yangi ishchilarning yuqoriroq malakaga egaligidir. Agar ma'muriyat yangi g'oyalar chiqishini, sifatning tezda yaxshilanishini istasa, bunga o'z xodimlari mansabini ko'tarish orqali erishishi ham mumkin. Ammo ularning malakasi izchillik bilan oshirilib borilishi lozim.

Xizmatchi yangi mansabga tayinlangach, kadrlar siyosatining keyingi bosqichiga o'tiladi. Bu yangi xizmatchini muhitga moslashtirish bosqichi bo'lib hisoblanadi. Bunda xizmatchiga alohida papka taqdim etilishi lozim. Unda quyidagilar bo'lishi kerak: tabrik xati, xizmat ko'rsatish korxonasi rejasi, xizmat ko'rsatish korxonasi koidalari, mansab instruksiyasi, tashkiliy tizimining sxemasi, xizmatchi ishlaydigan bo'limning qoida va majburiyatlari, dam olish kunlari va ta'tillarga chiqishning qoidalari, xavfsizlik chora tadbirlari. Moslashish rejasi korxonasining binolari va unda ishning tashkil etilishi bilan tanishishdan iborat bo'ladi. Buning bir elementi yangi xizmatchini jamoaning barcha a'zolariga tanishtirishdan iborat bo'lishi kerak. Xizmat ko'rsatish faoliyatining barcha jabhalari bilan tanishtirish jarayonida yangi xizmatchiga har bir bo'lim va undagi xodimlarning servis sifatiga mas'ulligini hamda har birning roli nimalardan iboratligini tushuntirish lozim bo'ladi. Shu jarayonda uning o'zi ham nimalarga javob berish kerakligini tushunib boradi.

Tadqiqotlarimiz ko'rsatdiki, servis sifatini ta'minlash uchun xodimlarni xizmat ko'rsatish korxonasida yuz bergan kunlik voqealardan xabardor qilib turish maqsadida har kuni kechki payt qisqa majlis o'tkazib turish maqsadga muvofiq. Unda xizmat ko'rsatish korxonasida sodir bo'lgan voqealar tahlil qilinadi va undan kelib chiqadigan joriy muammolar aniqlanadi. Servis sifatini ta'minlash uchun zarur bo'lgan muammolar tezkorlik bilan hal qilinadi, keyingi kunga vazifalar har bir xodim bo'yicha belgilanadi. Xizmat ko'rsatish korxonasining e'lonlar taxtasida muhim vazifalar, axborotlar osib qo'yilishi lozim.

Xizmat ko'rsatish korxonasi da har bir yangi xodim o'zini korxonaning ajralmas qismi sifatida his qilishi, xo'jalikning asosiy strategik vazifalari va moliyaviy holatini bilishi kerak. Agar xizmat ko'rsatish korxonasida yuqoriroq sifatli xizmat ko'rsatishni ta'minlovchi tadbirlar aniq bo'lmasa, uni albatta shakllantirish lozim. Shundagina har bir xodim o'zlari bajaradigan vazifalarni bajarishga kirishganlarida o'z majburiyatlarini chuqur anglashi va his qilishi mumkin.

Hozirgi paytda xodimlar malakasini oshirishga iloji boricha ko'proq e'tibor qaratish lozim. Chunki, mijozlarning xizmat sifatiga bo'lgan talabi uzluksiz oshib bormoqda, sifat standartlari o'zgarmokda, raqobat kuchaymoqda. Bunday sharoitda xizmat ko'rsatishni yuqori darajada saqlash, yangi standartga tezkorlik bilan moslashish, uni amalga oshirish lozim bo'ladi. Shu tufayli personalni qayta tayyorlash, ularning malakasini oshirish masalasi xizmat ko'rsatish korxonasining ma'muriyati diqqat e'tiborida hamisha bo'lishi lozim.

Xizmat ko'rsatish korxonasida xizmat ko'rsatish sifatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillardan biri marketing strategiyasini to'g'ri tanlash hisoblanadi. Bunga erishish uchun xizmat ko'rsatish korxonasi ma'muriyati, eng avvalo, tanlamoqchi bo'layotgan bozor sharoitining mohiyatini anglab yetishi va bu sharoitda korxonada qanday o'rin tutishini to'g'ri anglamog'i lozim.

Yaxshi ishlab chiqilgan strategiya quyidagi savollarga javob berishni taqozo qiladi:

- biz mijozlarning qanday ehtiyojlarini qondira olamiz?
- talab darajasida xizmat ko‘rsatish uchun, yetarlicha bilim va tajribaga egamizmi, yo‘qmi?
- uzoq vaqt davomida raqobatbardosh bo‘lish uchun va qo‘yilgan kapitaldan yetarlicha foyda olishni ta‘minlash uchun qanday xizmatlarni doimiy ravishda ko‘rsatishimiz va qanday yangi xizmatlarni qo‘shishimiz lozim?

Xizmat ko‘rsatish strategiyasi bu sohada har qanday ishblarmonlarga 3 ta asosiy komponentni yodda tutish lozimligini ko‘rsatadi:

- mijozlarning ehtiyojlari;
- bu ehtiyojlarni qondirishda kompaniyaning qobiliyatlari;
- kompaniyaning uzoq muddat davomida foydani ushlab tura olishi lozimligi.

Xizmat ko‘rsatish korxonalarining vazifasi tarmoq ichidagi erkin raqobat sharoitida mijozni o‘ziga ko‘proq jalb qilish va jalb qilingan mijozlarga sifatli xizmat ko‘rsatib, birinchidan ularning xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojini qondirish va ikkinchidan har bir mijozdan ko‘proq turli sifatli xizmatlarni ko‘rsatish evaziga ko‘proq mablag‘ini xizmat ko‘rsatish korxonasiga qoldirishdan iboratdir.

Xizmat ko‘rsatish korxonasida servis sifatini aniqlashda uning o‘ziga xos xususiyatlarini inobatga olish lozim. Chunki, har bir sohada xizmatlarning turlari ham har xil va shunga bog‘liq ravishda ularning sifatiga bo‘lgan talablar ham turlicha. Bular har bir xizmat turi sifatining o‘ziga xos xususiyatlarini tadqiq qilishni taqozo qiladi.

Ushbu holatni nazariy jihatdan yoritib berish uchun xizmatlarning o‘ziga xos xususiyatlarini inobatga olish lozim.

Bizning fikrimizcha xizmat ko‘rsatish korxonasi servisining o‘ziga xos xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- xizmatlar nomoddiylik bilan ajralib turishi;
- xizmatlarni bir joyga to‘plab yoki saqlab bo‘lmazligi;
- xizmatlarni tashish imkoniyatining yo‘qligi;
- xizmatlarni saqlash imkoniyatining yo‘qligi;
- xizmat ko‘rsatuvchining doimiy ravishda bir xil xizmat ko‘rsatishi mumkin bo‘lmaganligi;
- xizmatni ko‘rsatish va uni iste‘mol qilish jarayonining bir vaqtda sodir bo‘lishligi;
- xizmatlarga bo‘lgan talabning bir ma‘romda emasligi;
- vaqt o‘tgandan keyin xizmatning sifatini nazorat qilish imkoniyatining yetarli emasligi;
- xizmatga baho berishda asosiy ustuvorlik iste‘molchida ekanligi va ularning shu xizmatlarga bo‘lgan munosabatining ham turli ekanligi;
- xizmatlarning nuqsonsizligini ta‘minlash lozimligi;
- mijozlarning o‘z noroziligini hamisha oshkor qilmasdan ketishi natijasida korxonada ma‘muriyatining mijozlar tomonidan xizmatga berilgan bahodan hamisha voqif bo‘lmazligi kabilarni kiritish mumkin.

Masalaning bu jihatida xizmat ko‘rsatish korxonalarida xizmatning sifatiga baho berishni ham biroz murakkablashtirishi tabiiy. Shu tufayli mazkur masalaga baho berishda aniq ma‘lumotlarni olish o‘ta

murakkab, chunki tegishli organlarga topshiriladigan hisobotlarda xizmatning sifatini baholash uchun tegishli ma'lumotlar o'z ifodasini topmaydi. Shuning uchun ularni turli tadqiqot yo'llari bilan olingan ma'lumotlar asosida amalga oshirish lozim bo'ladi.

Shuni inobatga olish lozimki, yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlarning hammasi ham hisobga olib borilmaydi va ko'plarini hisoblashning ham imkoni yo'q. Bunday holatlar va xizmat ko'rsatish korxonasida servisning o'ziga xos xususiyatlari, undagi ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini baholashda o'lchanadigan ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish lozimligini taqozo qiladi. Bunday ko'rsatkichlar tizimiga quyidagilarni tavsiya qilamiz:

- mehnatning sifat koeffitsiyenti (Kms);
- iste'molchilar talabining qondirilish darajasi (Itqd);
- servis sifatiga xodimlarning javobgarlik darajasi (Mssjd);
- servis sifatining kam harajatlari bilan ta'minlanish darajasi (Kxtd);
- servis sifati doimiy takomillashib boradigan jarayon sifatida baholanishi (Ssd).

Shuni e'tirof etish kerakki, xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini baholashda qo'llaniladigan mazkur ko'rsatkichlar bo'yicha na buxgalteriya, na statistikada hisob olib borilmaydi va mos ravishda ushbu ko'rsatkichlar bo'yicha hisobot ham berilmaydi. Bu esa servis sifatini baholashning o'ta murakkabligidan dalolat beradi. Shu tufayli servisni baholashda bevosita ko'rsatkichlardan ko'ra bilvosita ko'rsatkichlar bilan baholash (mantiqiy tahlil, ball berish,

kvalimetriya, ekspertlar orqali baholash, sifatni diogrammlar orqali baholash kabilar) ko‘proq qo‘llaniladi.

Biz ushbu ishda xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sifatini baholash uchun faqat raqamlarda ifodalanishi mumkin bo‘lgan ko‘rsatkichlarni tavsiya qilmoqdamiz (4.1 jadval).

4.1-jadval

Xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sifatini ifodalovchi ko‘rsatkichlar tizimi, mazmuni va ularni aniqlash yo‘llari

T/r	Ko‘rsatkichning nomi	Mazmuni	Aniqlanish yo‘llari
1.	Mehnatning sifat koeffitsiyenti (Kms)	Nuqsonsiz xizmat qilingan mijozlarning (Nxqt) barcha xizmat qilingan mijozlarga (Bt) nisbati	$Kms = Nxqt / Bt ;$
2.	Iste‘molchilar talabining qondiri-lish darajasi (Itqd)	Korxonalarda ko‘rsatilgan xizmatlar sonining (Kxs) shu kategoriyada qilinishi lozim bo‘lgan xizmatlar soniga (Xs) nisbati	$Itqd = Kxs / Xs;$
3.	Korxonadagi servis sifatiga xodimlarning javobgarlik darajasi (Mssjd)	Servis sifatiga javob beradigan xodimlar sonining (Ssjx) barcha xodimlar soniga (Bxs) nisbati	$Mssjd = SSjx / Bxs;$
4.	Servis sifatining kam harajatlar bilan ta‘minlanish darajasi (Kxtd)	Servis sifatini ta‘minlashga ketgan harajatlar (Sstkx) me‘yor doirasida rejalashti-rilgan harajatlarga (Rx) nisbati	$Kxtd = Sstkx / Rx;$
5.	Servis sifatining doimiy takomillashib boradigan jarayon sifatida baholanishi (Ssd)	Servis sifatini baholovchi oshgan ko‘rsatkich-lar sonining (Ssbo) servisni baholovchi umumiy ko‘rsatkichlarga (Sbuk) nisbati	$Ssd = Sskt / Sbuk$

Ushbu ko'rsatkichlar tizimi servis sifatiga berilgan ta'rifning barcha qirralarini o'zida mujassamlashtirgan.

Xizmat ko'rsatish korxonasi servis sifatiga to'liq baho berish uchun shu keltirilgan ko'rsatkichlar tizimidan yagona kompleks ko'rsatkichni aniqlash maqsadga muvofiq bo'ladi. Chunki, ko'rsatkichlar tizimining kamchiligi shundan iboratki, ulardan foydalanib bir qancha sub'ektning ahvoliga bir xilda baho berib bo'lmaydi. Shuning uchun ko'rsatkichlar tizimidan kompleks ko'rsatkichni aniqlash tavsiya qilindi. Biz bu yerda kompleks ko'rsatkichni aniqlashning oddiy usulidan, ya'ni additiv metodidan¹⁸ foydalanishni maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz. Chunki yuqorida berilgan ko'rsatkichlarning hammasi bir xil o'lchamda, ya'ni koeffitsiyentda ifodalanadi. Bir xil ko'rsatkichlarni agar ular bir xil o'lchamga ega bo'lsa qo'shish mumkin. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$C_{KK} = \sum_{i=1}^n C_i \quad (i \times 1,2,3... n) \quad (2.1)$$

Bunda: S_{kk} – servis sifatining kompleks ko'rsatkichi miqdori;

S_i – sifatni ifodalovchi i -ko'rsatkichning miqdori;

i - ko'rsatkichlarning soni;

n - ko'rsatkichning umumiy miqdori.

Ushbu formulaga yuqoridagi ma'lumotlarni qo'llaydigan bo'lsak, quyidagi amaliy ahamiyatga ega bo'lgan formulaga, ya'ni kompleks ko'rsatkichga ega bo'lamiz:

¹⁸Пардаев М.Қ. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. Т.: Инновацион ривожланиш нашриёт-матбба уйи, 2021. – 357-358 б.

Пардаев М.Қ., Холикулов А.Н. Иқтисодиёт субъектларида омили таҳлилни такомиллаштириш. Монография. Т.: Наврўз нашриёти. 2014 йил. 91-94 бетлар

$$S_{kk} = K_{ms} + I_{tqd} + M_{ssjd} + K_{xtd} + S_{sd} ; (2.2)$$

Agar ushbu ko'rsatkichlarning hammasini bir xil ishora, ya'ni "S" bilan belgilab olinsa, shu 5 ta ko'rsatkichdan shakllangan kompleks ko'rsatkichni aniqlash mumkin. Natijaga aniqlik kiritish uchun uning o'rtacha miqdorini aniqlashni taqozo qiladi. U holda quyidagi formulani hosil qilamiz:

$$C_{kk} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^5 C_i \quad (i \times 1,2,3,\dots,5) \quad (2.3)$$

Mazkur formulaning amaliyotda qo'llanilishini ko'rish uchun quyidagi jadvalni tuzishni tavsiya qilamiz (4.2-jadval).

Mazkur tadqiqot natijasida, viloyatimizda faoliyat ko'rsatayotgan beshta xizmat ko'rsatish korxonalarining sifat ko'rsatkichlari bo'yicha kompleks ko'rsatkich aniqlandi. Ushbu kompleks ko'rsatkichning tarkibiga beshta ko'rsatkich kiritildi va ular asosida kompleks ko'rsatkichning o'rtacha miqdori ham aniqlandi. Tadqiq qilingan xizmat ko'rsatish korxonalaridan hammasi sifat ko'rsatkichi bo'yicha o'z o'rinlariga ega bo'ldi.

Shu beshta ko'rsatkich bo'yicha "BEK BARAKA SAMARQAND IK" xususiy korxonasi 1-o'ringa sazovar bo'ldi. 2-o'rinni "ZAMIN-TRAVEL" ma'suliyati cheklangan jamiyat egalladi. 3-o'rin "MEROS PHARM" ma'suliyati cheklangan jamiyatga tegishli, deb topildi. Xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifati bo'yicha 4-o'ringa "OLAM PHARM SAMARQAND" ma'suliyati cheklangan jamiyat sazovar bo'lgan bo'lsa, beshinchi o'rinda "SAMARKAND FAROVON SAVDO" ma'suliyati cheklangan jamiyat turganligini ko'rish mumkin.

Biz uslubiy asos sifatida kompleks ko'rsatkichni 5 ta ko'rsatkichga asosan aniqlanishini ko'rib chiqdik. Amaliyotda kompyuter imkoniyatlarini ishga solgan holda cheklanmagan xizmat ko'rsatish korxonalarini bo'yicha servis sifatiga oid reyting ko'rsatkichlarini aniqlash mumkin bo'ladi. Xizmat ko'rsatish korxonalarini reytingini aniqlashda, xizmat ko'rsatish sohasining turlari hisobga olinsa maqsadga muvofiq.

4.2-jadval

Samarqand vilotida joylashgan xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini ifodalovchi ko'rsatkichlarning 2020 yil ma'lumotlari asosida hisob-kitobi¹⁹

	Ko'rsatkichlar	Qisqartirilgan belgilari	"MEROS PHARM" MChJ	"BEK BARAKA SAMARQAND IK" XK	"OLAM PHARM SAMARQAND" MChJ	"SAMAR-KAND FAROVON SAVDO" MChJ	"ZAMIN-TRAVEL" MChJ
1	Mehnatning sifat koeffitsienti	Kms	0,87	0,89	0,87	0,82	0,85
2	Iste'molchilar talabining qondirilishi darajasi	Itqd	0,82	0,72	0,77	0,79	0,76
3	Korxonadagi servis sifatiga xodimlarning javobgarlik darajasi	Kssjd	0,87	1,0	0,85	0,80	1,0
4	Servis sifatining kam harajatlar bilan ta'minlanish darajasi	Kxtd	0,7	0,83	0,74	0,68	0,81
5	Servis sifatining doimiy takomillashib boriladigan jarayon sifatida baholanishi	Ssd	0,75	1,0	0,75	0,75	1,0
6	Kompleks ko'rsatkich	$\sum S_{kk}$ (ih1,5)	4,01	4,44	3,98	3,84	4,42

¹⁹ Манба: Номи қайд этилган хизмат кўрсатиш корхоналарининг монографик кузатув натижасида олинган маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

<i>4.2-jadval davomi</i>							
7	O'rtacha miqdori	1/5 Skk	0,802	0,888	0,796	0,768	0,884
8	Servis sifatining me'yordan farqi	1-(1/5 Skk)	0,198	0,112	0,204	0,232	0,116
9.	Kompleks ko'rsat-kich bo'yicha xizmat ko'rsatish korxonalarining egal-lagan o'rinlari		3	1	4	5	2

Agar bizning tavsiyalarimiz amalga oshiriladigan bo'lsa, ya'ni xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini shu usullar bilan baholashga o'tilsa, o'ylaymizki, mamlakatimiz xizmat ko'rsatish sohasida yana bir karra yuksalish sari qadam qo'yilardi. Xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatining oshishi evaziga mijozlarning kelishi ko'payishi sodir bo'ladi, natijada korxonalariga mablag' tushumi ko'payadi va ularning iqtisodiy samaradorligi ham oshadi.

To'rtinchi bob bo'yicha xulosalar

Xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi, ularning tasnifi, aniqlash va tahlil qilish yo'llarini tadqiq qilib quyidagi xulosalarga kelindi va ilmiy-nazariy va amaliy ahamiyatga molik tavsiyalar ishlab chiqildi.

1. Xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar bilan bog'liq nazariy va amaliy qarashlarni tahlil qilib va o'rganib, ushbu masalani hal qilishga ikki nuqtai nazardan qarash maqsadga muvofiq, degan xulosaga kelindi. Birinchisi, samaradorlikning klassik ta'rifiga va umummetodologik asosiga tayangan holda yondoshish bo'lsa, ikkinchidan xizmat ko'rsatish

korxonalarining o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda yondoshish lozimligi, bundan tashqari xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligiga bir tomondan mijozlar va ikkinchi tomondan, xo'jalik yurituvchi sub'ektlar nuqtai nazaridan qarash lozimligi ta'kidlandi.

2. Tadqiqot davomida xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlikni baholashda xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan qaralganda, xizmat ko'rsatish korxonasi egasi yoki shu xo'jalik yurituvchi sub'ekt shu sohaga qo'ygan investitsiyasidan yetarli darajada foyda olishga erishmog'i, mavjud moddiy-texnika asoslaridan samarali foydalanmog'i, xodimlarning yuqori mehnat unumdorligiga erishmog'i va harajatlardan ham samarali foydalanmog'i lozim. Bulardan kelib chiqiladigan bo'lsa, xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlikni baholash uchun, ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish mumkin bo'ladi. Bunday ko'rsatkichlar tizimini to'rtta guruhga bo'lishni tavsiya qilindi: xizmat ko'rsatish korxonalariga qo'yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonalarini moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonalarida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonalarini harajatlari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar guruhiga bo'lish tavsiya qilindi.

3. Olib borilgan tadqiqotlar natijasida xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifati xizmat ko'rsatish madaniyati samaradorlikni oshirishning asosiy yo'nalishlari nazariy jihatlarini tadqiq qilinish "Servis faoliyati madaniyati", "Xizmat ko'rsatish

korxonalari servisi madaniyati” tushunchalarining takomillashgan mualliflik ta’rifi ishlab chiqildi. Xususan, “Servis faoliyati madaniyati deyilganda, uning iste’molchilariga qulay bo‘lgan, bu boradagi milliy va umuminsoniy qadriyatlarga tayangan va insoniyat tamaddunida erishilgan yutuqlardan foydalangan holda servis xizmatini a’lo darajada ko‘rsatish jarayonining majmui tushuniladi.”, degan ta’rif berildi.

4. Xizmat ko‘rsatish korxonalari servisi madaniyati atroflicha o‘rganilib, uning ham takomillashgan ta’rifi ishlab chiqildi. “Xizmat ko‘rsatish korxonalari servisi madaniyati deganda uning xizmat ko‘rsatish korxonalari mijozlariga qulay bo‘lgan, ularni qanoatlantiradigan, milliy va umuminsoniy qadriyatlarga tayangan va insoniyat tamaddunida erishilgan yutuqlardan foydalangan holda servis xizmatini a’lo darajada ko‘rsata oladigan malakali xodimlar xizmatlarining majmui tushuniladi”, deb ta’kidlandi.

5. Xizmat ko‘rsatish korxonalari servisining madaniyati ham doimiy va barqaror emas. Har safar uning sifat darajasi turlicha bo‘lishi mumkin. Ammo madaniyatsiz xizmat mijozlarni qochiradi, sub’ektning nufuzini tushiradi. Shu tufayli xizmat madaniyati masalasini doimiy ravishda nazorat qilib turish lozimligi isbotlandi.

6. Tadqiqotlarimiz ko‘rsatdiki, xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sifatini oshirishning konseptual yo‘nalishlari va uni baholashning ilmiy-nazariy va uslubiy masalalari, xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sifatini oshirishda xizmat ko‘rsatish madaniyati va ularni takomillashtirishning asosiy imkoniyatlari mamlakatimiz olimlari tomonidan kam tadqiq qilingan va mos ravishda ushbu mavzu

bo'yicha adabiyotlar ham kam nashr qilingan. Natijada amaliyotda xizmat ko'rsatish korxonalarida servisi sifatini oshirishga doir ko'pgina imkoniyatlar ishga solinmasdan qolib ketmoqda. Bu esa, o'z navbatida, xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorligini oshirishga salbiy ta'sirini ko'rsatmoqda.

7. Xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi ilk bor ishlab chiqildi, ularning mazmuni va aniqlanish yo'llari ham ko'rsatib berildi. Bunday ko'rsatkichlar tizimiga quyidagilarni kiritish tavsiya qilindi: mehnatning sifat koeffitsiyenti; iste'molchilar talabining qondirilish darajasi; servis sifatiga xodimlarning javobgarlik darajasi; servis sifatining kam harajatlar bilan ta'minlanish darajasi; servis sifati doimiy takomillashib boradigan jarayon sifatida baholanishi. Ushbu ko'rsatkichlar asosida kompleks ko'rsatkichni aniqlash yo'llari ham ishlab chiqildi va amaliyotga tavsiya etildi.

**V BOB. XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARI
SAMARADORLIGINI IFODALOVCHI KO‘RSATKICHLAR
VA ULARNING O‘ZGARISHIGA TA’SIR QILUVCHI
OMILLAR TAHLILI**

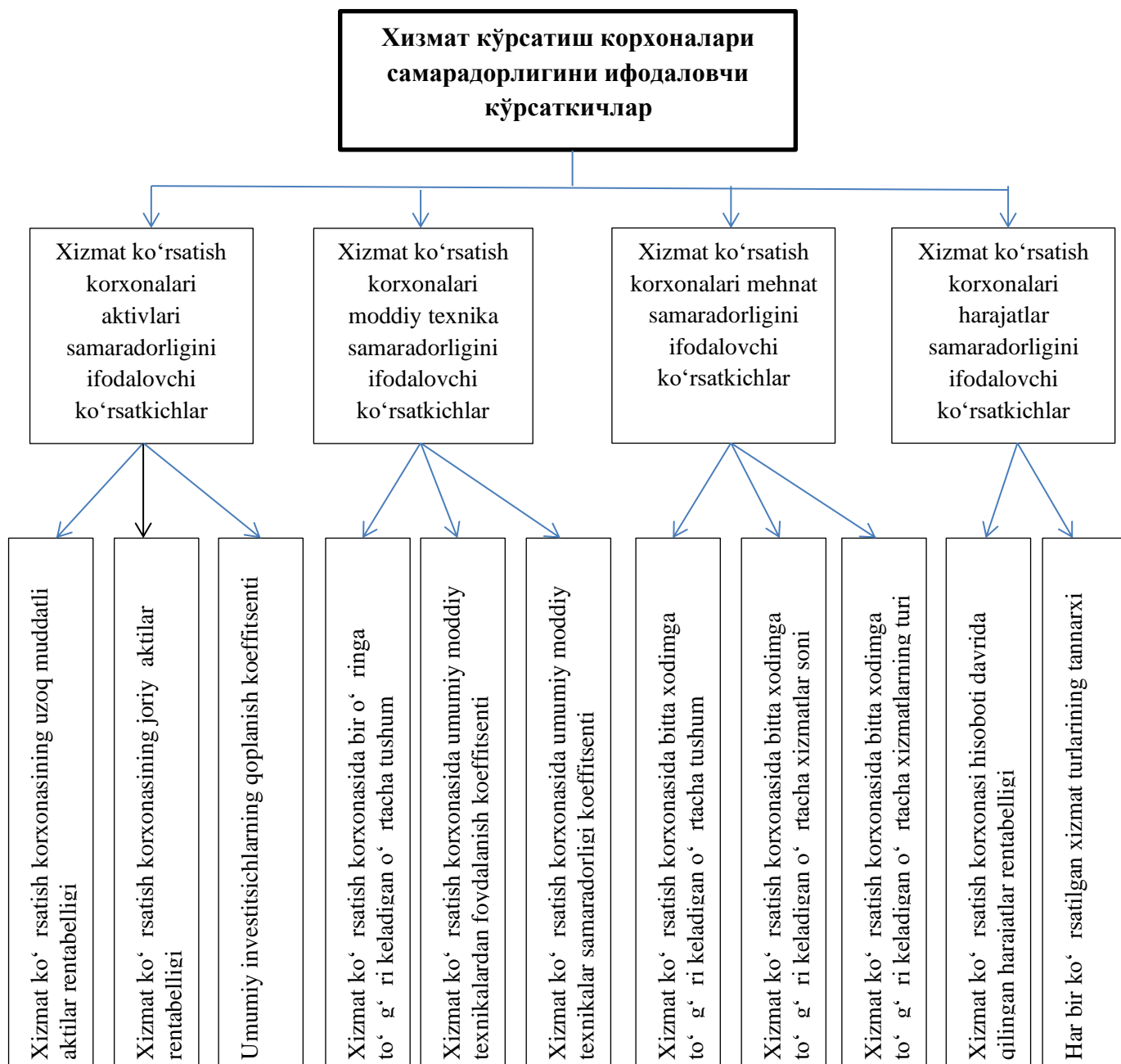
**5.1. Xizmat ko‘rsatish korxonolari samaradorligini ifodalovchi
ko‘rsatkichlar va ularni aniqlash yo‘llari**

Mamlakatimizda olib borilayotgan iqtisodiy islohotlar natijasida so‘nggi bir necha yil ichida turli xil xizmat ko‘rsatish sohalari o‘z faoliyatini yaxshilashga erishgan. Hozirgi kunda bu sohani yanada rivojlantirish chora tadbirlari mamlakatimiz hukumati hamda Prezidentimiz tomonidan alohida e‘tibor qaratilmoqda. Xizmat ko‘rsatish sohasida vazifalarni samarali bajarish uchun innovatsion faoliyat va yondashuvlar muhim ahamiyatga ega.

Mamlakatimizda berilayotgan e‘tibor tufayli, xizmat ko‘rsatish korxonolari soni ham yildan yilga ko‘payib bormoqda. Shuning uchun ham hozirgi kunda xizmat ko‘rsatish korxonolari o‘rtasida ham raqobat kuchayib bormoqda. Har bir korxonaga o‘z maqsadiga erishish uchun katta foyda olishni rejalashtirish bilan birga foyda resurslarini aniqlash va ulardan o‘z vaqtida foydalanish tizimini yarata olishi zarur.

Xizmat ko‘rsatish korxonolari samaradorligi yuqori bo‘lishi uchun doimo mijozlarning fikr-mulohazalarini turli xil usullar bilan olib borishi lozim, chunki zamon rivojlanishi bilan kechagi kundagi o‘ta muhim bo‘lgan xizmat turi bugungi kunda hech narsaga arzimay qolishi mumkin. Haridorlarga hozirgi kunda qaysi xizmatlar zarurligi

bilib olish uchun turli xil so‘rovnomalar, turli xil konkurslar o‘tkazish orqali bilib olishi mumkin. Bundan tashqari, bildirilgan shikoyatlarni bartaraf etish ham mijozlarning ko‘rsatilgan xizmatlardan qoniqish darajasini orttirib boradi.



5.1-rasm. Xizmat ko‘rsatish korxonalarini samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar

Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini aniqlash uchun eng avvalo, ularni ifodalovchi ko'rsatkichlarni aniqlab olishimiz lozim. Umuman olganda samaradorlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar juda ko'p. Tadqiqotlarni olib borish jarayonida ularni to'g'ri tasniflab, bir tizimga keltirib olish lozim degan xulosaga keldik. Buning uchun biz quyidagi ko'rsatkichlar tizimni taklif qilmoqchimiz (5.1-rasm).

Bu rasmdan ko'rinib turibdiki, xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlarni to'rt guruhga bo'lib, o'n bitta ko'rsatkichni keltirganmiz. Lekin mana shu o'n bitta ko'rsatkich bilan xizmat ko'rsatkish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar cheklanib qolmaydi. Chunki, xizmat ko'rsatish korxonaloari aktivlari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan birinchisi, uzoq muddatli aktivlar rentabelligini oladigan bo'lsak, uzoq muddatli aktivlar tarkibiga kiruvchi har bir modda rentabelligini aniqlashimiz mumkin.

O'rganilayotgan davrda ushbu ko'rsatkichlarning holatiga amaliy jihatdan baho berish uchun quyidagi jadvalni tuzishni tavsiya qilamiz (3.1.-jadval).

5.1.-jadval

"ZILOL BAXT" mas'uliyati cheklangan jamiyati
mehmonxonasida samaradorlik ko'rsatkichlarining 2019-2020
yillardagi holatining hisob-kitobi

№	Ko'rsatkichlar	2019 yil	2020 yil	Farqi (+,-)	O'zgarish sur'ati,%
Mutlaq ko'rsatkichlar					
1.	Sotilgan mahsulot (xizmat) dan tushum, ming so'm.	4 961 528	2 531 388	-2 430 140	51,0
2.	Sotilgan mahsulot (xizmat) larning tannarxi, ming so'm.	2 004 196	1 718 592	-285 604	85,8

5.1.-jadval davomi

3.	Sof foyda, ming so‘m	2 374 049	196 605	-2 177 444	8,3
4.	Uzoq muddatli aktivlar, ming so‘m	4 866 456	6 302 743	1 436 287	129,5
5.	Joriy aktivlar, ming so‘m	1 436 287	636 533	-1 372 634	44,3
6.	Moddiy texnikalar, ming sum				
7.	To‘liq faoliyat ko‘rsatganda potensial koyka/ kunlari	100	100	0	100
8.	Foydalanilgan koyka/ kunlari	90	45	45	50
9	Xodimlarning o‘rtacha soni, kishi	28	30	2	107,1
Nisbiy ko‘rsatkichlar					
9.	Uzoq muddatli aktivlar rentabelligi,% (3q*100/4q)	48,78	3,12	-45,66	6,396
10.	Joriy aktivlar rentabelligi, % (3q*100/5q)	165,29	30,89	-134,4	18,688
11.	Umumiy investitsiyaning qoplanish koeffitsiyenti (4q/3q)	2,05	32,06	30,01	1563,902
12.	Xizmat ko‘rsatish korxonasida bir o‘ringa to‘g‘ri keladigan o‘rtacha tushum, ming so‘m 1q/7q	49615,28	25313,88	-24301,4	51,020
13.	Xizmat ko‘rsatish korxonasida umumiy moddiy texnikalardan foydalanish koeffitsenti 8q/7q	0,9	0,45	-0,45	50
14.	Xizmat ko‘rsatish korxonasida umumiy moddiy texnikalar samaradorligi koeffitsenti 1q/8q	55128,09	56253,07	1124,98	102,04
15.	Xizmat ko‘rsatish korxonasida bitta xodimga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha tushum (mehnat unumdorligi), ming so‘m 1q/9q	177197,4	84379,6	-92817,8	47,619
17.	Xizmat ko‘rsatish korxonasida bitta xodimga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha xizmatlar soni (mehnat unumdorligi, natural)	532	356	176	66,91

<i>5.1.-jadval davomi</i>					
18.	Xizmat ko'rsatish korxonasi bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha xizmatlarning turi, koeffitsentda	52	56	4	107,7
19.	Xizmat ko'rsatish korxonasi hisoboti davrida qilingan harajatlar rentabelligi, % (3q*100/2q)	118,45	11,44	-107,01	9,658
20.	Har bir ko'rsatilgan xizmat turlarining o'rtacha tannarxi	1376,5	1022,97	-353,53	74,32

Yuqoridagi 5.1-jadval ma'lumotlarida «Zilol-baxt» mehmonxonasining samaradorlik ko'rsatkichlarini aniqlab chiqdik. Birinchi ko'rsatkich uzoq muddatli aktivlar rentabelligidir. Bu ko'rsatkich o'tgan yili 48,78, joriy yilda esa 3,12 ni tashkil etmoqda. Bundan shunday xulosa chiqarishimiz mumkin korxonada uzoq muddatga qo'yilgan investitsiyaning 2019 yilda 48,78 foizi, 2020 yilda 3,12 foizi o'ziga qaytayotganligini ko'rishimiz mumkin. Albatta bu ko'rsatkichlarni qiyoslaganda 2019 yildagiga qaraganda, 2020 yilda korxonada uzoq muddatli aktivlar rentabelligi qvriyib 16 barobar kamayib bormoqda. Bunga eng asosiy sabab, 2020 yilda boshlangan karantin davri sabab bo'lmoqda. 2020 yilda nafaqat yurtimizda, balki butun dunyo mamlakatlarida ham mehmonxonalarining samaradorlik ko'rsatkichlari kamayish tendensiyasiga ega bo'lgan.

Navbatdagi ko'rsatkich joriy aktivlar rentabelligi. Mazkur ko'rsatkichning miqdori joriy yilda ushbu korxonani rekonstruksiya qilish, kapital ta'mirlash, yangi jihozlar olish kabi ishlar uchun joriy aktivlarning samaradorligini ifoda etadi, ya'ni shu aktivlar bir yilda qancha foyda keltirganligini ko'rsatadi. Agar o'tgan yillar bilan

taqqoslanadigan bo'lsa, ahvol qay tarafga o'zgarayotganligini va uning samaradorligidagi o'zgarish tendensiyasining yo'nalishlarini aniqlab, ularga baho berish imkoniyati tug'iladi. Bu mehmonxonada joriy aktivlar rentabelligi o'tgan yilda 165,29 foizni, joriy iylda 30,89 foizni tashkil qilmoqda.

Mehmonxona xo'jaligiga qo'yilgan investitsiyalar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan yana biri umumiy investitsiyaning qoplanish koeffitsiyentidir. Ushbu ko'rsatkichning miqdori qo'yilgan investitsiyalarning necha yilda to'liq qoplanishini ifodalaydi. Zilol-baxts mehmonxonasida ushbu ko'rsatkichning miqdori o'tgan yili 2,05 ni, joriy yilda 32,09 ni tashkil etmoqda, bundan ko'rinib turibdiki, shu ikki yil davomida 34,14 qismini qoplayapti. Bundan shunday xulosa qilish mumkinki, agarda mehmonxona 2019 yildagi darajada sof foyda olib turadigan bo'lsa, umumiy investitsiyalarni 2 yilda sal ortiq vaqtda to'liq qoplab olishi mumkin edi, lekin 2020 yildagi darajada foyda odib turadigan bo'lsa, 32 yildan ortiq vaqt kerak bo'ladi degan xulosaga kelishimiz mumkin.

Xizmat ko'rsatish korxonasi moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan biri xizmat ko'rsatish korxonasida bir o'ringa to'g'ri keladigan o'rtacha tushumdir. Ushbu ko'rsatkichni aniqlash orqali mehmonxonadagi har bir o'ringa o'rtacha necha so'm tushum bo'layotganligini ko'rsatib beradi. Yuqoridagi xizmat ko'rsatish korxonasida ushbu ko'rsatkichning miqdori o'tgan yili 49615,28 ming so'mni, joriy yilda esa 25313,88 ming so'mni tashkil qilgan, ushbu miqdor ko'rsatadiki, xizmat ko'rsatish korxonasida bir o'ringa to'g'ri keladigan o'rtacha tushum

o'tgan yilga nisbatan 24301,4 sing so'mga, yoki 48,98 foizga kamayganligidan dalolat beradi.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan biri Xizmat ko'rsatish korxonasida umumiy moddiy texnikalardan foydalanish koeffitsientidir. Ushbu ko'rsatkichning aniqlash, asosan xizmat ko'rsatish korxonalaridan mehmonxona xo'jaliklarida aniqlanadi. Bu ko'rsatkich orqali mehmonxonada qancha potensial koyka/kunlari mavjud va ularning foydalanish koeffitsiyenti qanchaligini ifodalaydi. Mazkur ko'rsatkich biz tahlil qilayotgan mehmonxonada ushbu ko'rsatkichning miqdori o'tgan yili 0,9, joriy yilda esa 0,45 koeffitsiyentga teng bo'lgan, ushbu miqdor ko'rsatadiki, mazkur mehmonxonada potensial koyka/kunlarining o'rta hisobda 67,5 foizidan foydalanganligini ko'rsatadi.

Ushbu guruhga kiruvchi yana bir ko'rsatkich Xizmat ko'rsatish korxonasida umumiy moddiy texnikalar samaradorligidir. Biz tahlil qilayotgan mehmonxonada bu ko'rsatkichning miqdori hisobot davrida mehmonxona xo'jaligida foydalanilgan har bir koyka/kunlari qancha tushumni ta'minlaganligini ko'rsatadi. Biz tahlil qilayotgan mehmonxonada bu ko'rsatkich o'tgan yili 55128,09 so'mni, joriy yilda 56253,07 so'mga tengligi ma'lum bo'lyapti. Bu ko'rsatkich o'tgan yilga qaraganda 1124,98 so'mga ko'paygan, yoki 2,04 foizga oshganligini ko'rishimiz mumkin.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan biri bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum (xizmat ko'rsatish korxonasi xodimlarining mehnat

unumdorligi, qiymatda) hisoblanadi. Mazkur ko'rsatkichning miqdori mehnat unumdorligini ifoda etadi, ya'ni bir xodimga bir yilda o'rtacha qancha tushum to'g'ri kelganligini bildiradi. Agar bu ko'rsatkichni hisoblaydigan bo'lsak, bitta xodimning mehnat unumdorligi o'tgan yili 177197,4 ming so'm bo'lsa, joriy yilda bu ko'rsatkich 84379,6 ming so'm bitta xodimga bir yilda o'rtacha tushum to'g'ri kelganligidan dalolat beradi. Mazkur ko'rsatkich qancha ko'payib borsa, ahvol shunchalik yaxshilanib borayotganligidan dalolat beradi. Ammo biz tahlil qilayotgan xizmat ko'rsatish korxonasida bu ko'rsatkich o'tgan yilga qaraganda -92817,8 ming so'mga kamaygan, yoki o'tgan yilga nisbatan 52,38 foizga kamayib ketganligini kurishimiz mumkin. Buning eng asosiy sababi yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, 2020 yilda butu dunyoda koronavirus epedemiyasi tarqalishi natijasida, dunyo mamlakatlarida karantin cheklovlarining joriy qilinishi bilan bog'liq.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan biri bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha xizmatlar soni bo'lib (xizmat ko'rsatish korxonasi xodimlarining mehnat unumdorligi, natural o'lchov birlikda) hisoblanadi. Mazkur ko'rsatkichning miqdori mehnat unumdorligini ifoda etadi, ya'ni bir xodimga bir yilda o'rtacha necha dona xizmatlar soni to'g'ri kelganligini bildiradi. Agar bu ko'rsatkichni hisoblaydigan bo'lsak, bitta xodimning mehnat unumdorligi o'tgan yili 532 tani tashkil qilgan bo'lsa, joriy yilda bu ko'rsatkich 356 tani tashkil qiladigan bo'lsa, o'tgan yili hisobot yiliga qaraganda har bir xodim o'rtacha 176 dona ko'proq xizmatlar ko'rsatganligidan dalolat beradi.

Navbatdagi mehnat samaradorligi bilan bog'liq ko'rsatkichlardan biri, Xizmat ko'rsatish korxonasi bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha xizmatlarning turidir. Albatta kelajakda yanada rivojlanishni, hozirgi raqobat maydonida yutib chiqishni, raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlarini oshirib borishni hohlagan xizmat ko'rsatish korxonalari, xizmat ko'rsatish turlarini ko'paytirib borishi lozim. Ushbu ko'rsatkichni o'rganish natijasida shu narsa ma'lum bo'ldiki, 2019 yil mehmonxonada bir kishi o'rta hisobda 52 xizmat turlari to'g'ri kelgan bo'lsa, joriy yilda 56 xizmat turlari to'g'ri kelganligini ko'rsatadi.

Xizmat ko'rsatish korxonasi samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardan yana biri, ularga joriy davrda qilingan harajatlarning rentabelligidir. Ushbu ko'rsatkichning miqdori o'rganilayotgan davrda xizmat ko'rsatish korxonasining bir so'm qilingan harajatlarga qancha foydaning to'g'ri kelganligini ko'rsatadi. Xizmat ko'rsatish korxonasi bu ko'rsatkichning miqdori bir so'm qilingan harajat o'rta hisobda o'tgan yili 1,1845 joriy yilda 0,114 so'mlik foyda keltirishga erishilganligini ko'rsatmoqda.

Mazkur guruhga kiruvchi navbatdagi ko'rsatkich, har bir ko'rsatilgan xizmat turlarining o'rtacha tannarxidir. Bu ko'rsatkich har bir xizmat turiga qancha harajat qilinganligini ifoda etadi. Ushbu ko'rsatkichning miqdori o'rganilayotgan davrda xizmat ko'rsatish korxonasining har bir xizmat turiga o'rtacha qancha harajat to'g'ri kelganligini ifodalaydi. Bu ko'rsatkichning miqdori o'tgan yili 1376,5 ming so'm, joriy yilda esa 1022,97 ming so'm bo'ldi.

"ZILOL BAXT" mas'uliyati cheklangan jamiyati mehmonxonasining 2019-2020 yillardagi iqtisodiy samaradorligiga umumiy xulosa beradigan bo'lsak, mehmonxonaga ijobiy xulosalar berishimiz juda mushkul, faqatgina bu xizmat ko'rsatish korxonasiga kiritilgan investitsiyalar miqdori ijobiy o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan:

- Xizmat ko'rsatish korxonasi 2019 yilda 1 436 287 ming so'm uzoq muddatli aktivlarga ega bo'lgan bo'lsa, 2020 yilda 6 302 743 ming so'm uzoq muddatli aktivlarga ega bo'lgan. Bu ko'rstakich o'tgan yilga qaraganda 1436287 ming so'mga ko'payib, 29,5 foiz oshganligi ko'rinib turibdi.

Ammo shu bilan birga juda ko'p natijaviy ko'rsatkichlar xizmat ko'rsatish korxonasida salbiy o'sish tendensiyasiga, ya'ni kamayish tendensiyasiga ega bo'lganligini ko'rishimiz mumkin:

- Sotilgan mahsulot (xizmat) dan tushum, o'tgan yili 4961528 ming so'mni tashkil qilgan bo'lsa joriy yilda 2531388 ming so'mni tashkil qilib o'tgan yilga nisbatan 49 foizga kamaygan.

- Sotilgan mahsulot (xizmat) larning tannarxi, o'tgan yilga qaraganda 285604 ming so'mga kamayganligi ijobiy holat sifatida qarashimiz mumkin, ammo o'tgan yili xizmat ko'rsatish korxonasida ko'rsatilgan xizmatlar samaradorligi 2,47 so'mni tashkil qilgan bo'lsa joriy yilda 1,47 so'mni tashkil qilmoqda, ya'ni o'tgan yilga nisbatan harajatlar samaradorligi 40 foizga kamayib ketgan.

- korxonada foyda o'tgan yilga nisbatan kamaygan, buning eng asosiy sabablaridan biri hozirgi kunda jaxonda bo'lib o'tayotgan pandemiya sharoitining ta'siridir, chunki turistlarning kelishiga salbiy

ta'sir ko'rsatgan. Buning natijasida sof foyda 2019 yilga qaraganda 2020 yilda 91,7 foizga kamayib ketganligini kurishmiz mumkin.

- Xizmat ko'rsatish korxonasi joriy aktivlar summasi ham o'tgan yilga nisbatan 1372634 ming so'mga yoki 55,7 foizga kamayib ketgan.

- Mehmonxonada foydalanilgan koyka/kunlari o'tgan yilga nisbatan 50 foizga kamayib ketgan, bu ko'rsatkich natijasi mehmonxona sof foydasiga eng salbiy ta'sir ko'rsatgan ko'rsatkichlardan biridir, chunki foydalanilmagan 55 ta koykalarining o'rnini saqlash uchun ham doimiy harajatlar qilinadi, bularning barchasi oxir oqibat mehmonxona sof foydasi kamayishiga sabab bo'lgan. Shunga qaramay korxonada jahonda bir qancha yirik korxonalar pandemiya ta'siri sabab bankrotga tushib qolayotgan iqtisodiy inqiroz vaqtida Xizmat ko'rsatish korxonasi umumiy moddiy texnikalar samaradorligi koeffitsienti 2,04 foizga, Xizmat ko'rsatish korxonasi bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha xizmatlarning turi 7,7 foizga oshirishga erishgan. Bu holatni albatta ijobiy baholash lozim.

5.2. Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillar va ularning ta'sirini aniqlash yo'llari

Xizmat ko'rsatish korxonalarining har biri xo'jalik yurituvchi sub'ekt sifatida ma'lum samaradorlik bilan ishlashi lozim. Buning uchun samaradorlikni ifodalovchi barcha ko'rsatkichlarga ta'sir etuvchi omillar tizimini ishlab chiqish va ularning ta'sirini aniqlash lozim bo'ladi. Bunda samaradorlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar bilan

birga ularning natijaviy ko'rsatkichlarini ham alohida o'rganishga to'g'ri keladi. Chunki natija ko'rsatkichlari yuqori bo'lsagina samaradorlik ham yuqori bo'ladi.

Hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish korxonalarining bir qancha turlari mavjud. Xizmat ko'rsatish korxonalarida ichida xizmat ko'rsatishning bir qancha turlari ko'rsatadigani mehmonxonalaridir. Biz ushbu paragrafda xizmat ko'rsatish korxonalaridan mehmonxonalar samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillar va ularning ta'sirini aniqlash yo'llarini ko'rib chiqamiz. Ushbu nazariy xulosaga tayanadigan bo'lsak, mehmonxonaning natijaviy ko'rsatkichlardan biri turistlardan keladigan umumiy daromadlar hajmi, ya'ni umumiy tushum bo'lib hisoblanadi. Ushbu ko'rsatkichning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar iqtisodiy adabiyotlarda deyarli chop qilinmagan. Bularni inobatga olib ushbu ko'rsatkichlarga ta'sir etuvchi omillar tizimini ishlab chiqdik. Bizning fikrimizcha ushbu ko'rsatkichning o'zgarishiga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

- mehmonxonadagi umumiy joylarning soni;
- mehmonxonadagi joylarning o'rtacha bandlik darajasi;
- bitta mehmonga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum;
- hisobot davrida o'rtacha ish kuni.

Ularning natija ko'rsatkichi bilan bog'liqligini quyidagi formula bilan hisoblashni tavsiya qilamiz:

$$M_t = M_j * O'b * T_{1m} * O'ik ; (5.1)$$

Bunda: M_t – mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushum;

M_j - mehmonxonadagi umumiy joylarning soni;

$O'b$ – mehmonxonadagi joylarning o'rtacha bandlik darajasi;

T_{1m} – bitta mehmonga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum;

O'ik – hisobot davrida o'rtacha ish kuni.

Tahlilning asosiy vazifasi mazkur omillarning natijaga ta'sirini aniqlashdan iborat. Buning uchun, eng avvalo, ularning farqini aniqlash lozim. Ushbu farqni aniqlash uchun quyidagi formulani tavsiya qilamiz:

$$\Delta Mt = (Mj^h * O'bh * T_{1m}^h * O'ikh) - (Mjr * O'b^r * T_{1m}^r * O'ikr); \quad (5.2)$$

Natija ko'rsatkichining, ya'ni mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushumning o'zgarishiga birinchi omilning, ya'ni mehmonxonadagi umumiy joylar sonining ta'sirini aniqlash uchun, natijani shu omilning haqiqiy miqdori bilan qayta hisoblab olinadi $(Mjh * O'b^r * T_{1m}^r * O'ikr)$ va ushbu miqdordan natijaning rejadagi miqdori $(Mjr * O'b^r * T_{1m}^r * O'ikr)$ ayrililadi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$\Delta Mt_{mj} = (Mjh * O'b^r * T_{1m}^r * O'ikr) - (Mjr * O'b^r * T_{1m}^r * O'ikr); \quad (5.3)$$

Mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushumning o'zgarishiga ikkinchi omilning, ya'ni mehmonxonadagi joylar sonining o'rtacha bandlik darajasi ko'rsatkichi ta'sirini aniqlash uchun, natijani shu omilning haqiqiy miqdori bilan qayta hisoblab olinadi $(Mjh * O'b^h * T_{1m}^r * O'ikr)$ va ushbu miqdordan natijaning birinchi omil o'zgarishi bilan qayta hisoblangan miqdori $(Mjh * O'b^r * T_{1m}^r * O'ikr)$ ayrililadi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$\Delta Mt_{o'b} = (Mjh * O'b^h * T_{1m}^r * O'ikr) - (Mjh * O'b^r * T_{1m}^r * O'ikr) \quad (5.4)$$

Natija ko'rsatkichining, ya'ni mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushumning o'zgarishiga uchinchi omilning, ya'ni bitta mehmonga to'g'ri keladigan o'rtacha tushumning ta'sirini aniqlash uchun, natijani shu omilning haqiqiy miqdori bilan qayta hisoblab olinadi ($M_{jh} * O'_{b}^h * T_{1m}^h * O'_{ikr}$) va ushbu miqdordan natijaning ikkinchi omil o'zgarishi bilan qayta hisoblangan miqdori ($M_{jh} * O'_{b}^h * T_{1m}^r * O'_{ikr}$) ayririladi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$\Delta Mt_{.t1m} = (M_{jh} * O'_{b}^h * T_{1m}^h * O'_{ikr}) - (M_{jh} * O'_{b}^h * T_{1m}^r * O'_{ikr}) ; \quad (5.5)$$

Natija ko'rsatkichining, ya'ni mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushumning o'zgarishiga to'rtinchi omilning, ya'ni hisobot davrida o'rtacha ish kunining ta'sirini aniqlash uchun, natijani shu omilning haqiqiy miqdori bilan qayta hisoblab olinadi ($M_{jh} * O'_{b}^h * T_{1m}^h * O'_{ikh}$) va ushbu miqdordan natijaning uchinchi omil o'zgarishi bilan qayta hisoblangan miqdori ($M_{jh} * O'_{b}^h * T_{1m}^h * O'_{ikr}$) ayririladi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$\Delta Mt_{.o'ik} = (M_{jh} * O'_{b}^h * T_{1m}^h * O'_{ikh}) - (M_{jh} * O'_{b}^h * T_{1mh} * O'_{ikr}) ; \quad (5.6)$$

Barcha omillar ta'siri natijaning umumiy farqiga teng bo'lishi lozim. Buning uchun quyidagi formuladan foydalaniladi:

$$\Delta Mt = \Delta Mt_{.mj} \pm \Delta Mt_{.o'b} \pm \Delta Mt_{.t1m} \pm \Delta Mt_{.o'ik} ; \quad (5.7)$$

Ushbu formulaga amaliy ma'lumotlarni qo'llab yechiladigan bo'lsa natija o'zgarishiga omillar ta'sirini aniqlash bilan birga uni yaxshilashning ichki imkoniyatlari ham axtarib topiladi.

Ushbu nazariy usulning bevosita amaliyotda qo'llanilishini ko'rib chiqish uchun quyidagi «ZILOL BAXT» MCHJ mehmonxonasining ma'lumotlarini keltiramiz (5.2-jadval).

5.2-jadval

«ZILOL BAXT» MCHJ mehmonxonasining 2019 va 2020 yildagi natijaviy ko'rsatkichlari²⁰

№	Ko'rsatkichlar	2019 yil	2020 yil	Farqi (+,-)
1	Mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushum. Mt. (ming so'm)	4961528	2531388	-2430140
2	Mehmonxonadagi umumiy joylar soni. Mj	100	100	-
3	Mehmonxonada band qilingan joylar soni	90	45	-45
4	Mehmonxonadagi joylar sonining o'rtacha bandlik darajasi. O'b	0,9	0,45	-0,45
5	Hisobot davrida o'rtacha ish kuni. O'ik	360	300	-60
6	Bitta mehmonga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum. T _{1m} (ming so'm) (1q / (2q*4q*5q))	153,13	187,51	34,38

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki hisobot davrida mehmonxonadagi umumiy joylar soni o'tgan yilga nisbatan o'zgarmagan, shu bilan birga mehmonxonadagi joylar sonining o'rtacha bandlik darajasi 0,45koeffitsentga kamaygan, hamda hisobot davrida o'rtacha ish kuni 60 kunga kamaygan. Bitta mehmonga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum summasi esa 34,38 ming so'mga oshgan. Oqibatda mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushum summasi 2430140 ming so'mga kamaygan. Biroq ushbu jadval

²⁰ «ZILOL BAXT» MCHJ mehmonxonasining 2019-2020 yillardagi hisobotlarida keltirilgan ma'lumotlari asosida muallifning hisob-kitobi.

ma'lumotlari mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushumning o'zgarishiga qaysi omillar qay darajada ta'sir qilganligini tasvirlay olmaydi. Shu tufayli omilli tahlil uchun quyidagi quyidagi jadvaldan foydalanishni tavsiya qilamiz (5.3-jadval).

Yuqoridagi biz tavsiya qilgan usuldan, ya'ni zanjirli almashtirish usulidan har bir omilning natija o'zgarishiga ta'sirini amaliy ma'lumotlarni qo'llagan holda aniqlash yo'llarini ko'rib chiqamiz.

5.3- jadval

«ZILOL BAXT» MCHJ mehmonxonasiga turistlardan keladigan umumiy tushumga alohida omillar ta'sirini hisoblash

Ko'rsatkichlar	O'tgan yili	Hisobot yili	Zanjirli almashtirish			
			Mj	O'b	T _{1m}	O'ik
Mehmonxonadagi umumiy joylar soni. Mj	100	100	100	100	100	100
Mehmonxonaning o'rtacha bandlik darajasi. O'b	0,90	0,45	0,90	0,45	0,45	0,45
Bitta mehmonga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum. T _{1m} (ming so'm)	153,13	187,51	153,13	153,13	187,51	187,51
Hisobot davrida o'rtacha ish kuni. O'ik	360	300	360	360	360	300
Mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushum. Mt. (ming so'm)	4961528	2531388	4961528	2480706	3037662	2531388

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, hisobot yilida mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushum 2430140

(2531388 -4961528) ming so‘mga kamaygan. Bu o‘zgarish quyidagi omillar ta’sirida ro‘y bergan.

1. Mehmonxonadagi umumiy joylar sonining ta’sirini mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushumga ta’sirini topish uchun quyidagi hisob kitobni amalga oshiramiz:

$$\Delta Mt_{mj} = (100 * 0,45 * 153,13 * 360) - (100 * 0,90 * 153,13 * 360) = \\ = 4961528 - 4961528 = 0$$

Mehmonxonadagi umumiy joylar sonining o‘zgarmaganligi mehmonxonaga turistlarda keladigan umumiy tushum hajmini o‘zgartimagan.

2. Mehmonxonaning o‘rtacha bandlik darajasi ko‘rsatkichining natija ko‘rsatkichiga ta’sirini quyidagicha hisoblaymiz:

$$\Delta Mt_{o'b} = (100 * 0,45 * 153,13 * 360) - (100 * 0,90 * 153,13 * 360) = \\ = 2480706 - 4961528 = - 2480822$$

Mehmonxonaning o‘rtacha bandlik darajasi ko‘rsatkichining 45 foizga kamayganligi mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushum hajmini 2480822 ming so‘mga (2480706 - 4961528) kamaytirgan.

3. Bitta mehmonga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha tushum mehmonxonaga turistlardan keladigan umumiy tushum hajmiga ta’sirini quyidagi hisob-kitoblar bilan topamiz:

$$\Delta Mt_{t1m} = (100 * 0,45 * 187,51 * 360) - (100 * 0,45 * 153,13 * 360) = \\ = 3037662 - 2480706 = 556956$$

Ko‘rinib turibdiki, bitta mehmonga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha tushum 34,38 ming so‘mga oshganligi natija ko‘rsatkichining 556956 ming so‘mga (3037662 - 2480706) ko‘payishiga sabab bo‘lgan.

4. Hisobot davrida o'rtacha ish kunining o'zgarishi natija ko'rsatkichi o'zgarishiga ta'siri qanday bo'lganligini quyidagicha hisoblab topamiz:

$$\Delta Mt_{o'ik} = (100 * 0,45 * 187,51 * 300) - (100 * 0,45 * 187,51 * 360) = \\ = 2531388 - 3037662 = - 506274$$

Bundan ayonki, hisobot davrida o'rtacha ish kunining 60 kunga kamayishi sababli mehmonxonaga turistlarda keladigan umumiy tushum hajmi 506274 ming so'mga (2531388 - 3037662) kamaygan.

Yuqoridagi hisob kitoblardan ko'rinib turibdiki, mehmonxonaga turistlarda keladigan umumiy tushum o'tgan yildagiga nisbatan 2430140 ming so'mga (2531388 - 4961528) kamaygan. Bu o'z navbatida to'rtta omil ta'siri ostida ro'y bergan:

$$\Delta Mt = 0 + (-2480822) + 556956 + (-506274) = - 2430140$$

Bu hisob kitoblardan ko'rinib turibdiki, bitta mehmonga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum natija ko'rsatkichiga ijobiy ta'sir qilgan va aksincha mehmonxonaning o'rtacha bandlik darajasi, hamda hisobot davrida o'rtacha ish kuni omillari ta'siri evaziga esa mehmonxonaga turistlarda keladigan umumiy tushum 2987096 ming so'mga kamaygan.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlikni ifodalovchi ko'rsatkichlardan biri ularning harajatlar rentabelligidir.

Harajatlar rentabelligi (X_r) sof foyda (S_f) summasini harajatlarning umumiy hajmiga (X_a) bo'lib topiladi va bu formula quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi:

$$X_r = S_f / X_a \quad (5.8)$$

Harajatlar rentabelligiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash uchun, ularning bir-biri bilan bog'liqligini ifodalab olish maqsadga muvofiq. Chunki, harajatlar rentabelligi bir qancha ko'rsatkichlar bilan bevosita funksional bog'liqlikda.

Bu bog'liqlikni quyidagicha ifodalashni tavsiya qilamiz:

$$\mathbf{Xr} = (\mathbf{Sf} / \mathbf{D}) * (\mathbf{D} / \mathbf{St}) * (\mathbf{St} / \mathbf{X}) ; \quad (5.9)$$

Bunda: Sf / D – sof foydaning daromadlardagi ulushi (Sfd);

D / St – sotilgan mahsulotning daromadliligi (DSt);

St / X – harajatlarning samaradorligi (Stx).

Yuqorida keltirilgan formuladan quyidagi formulani keltirib chiqarish mumkin:

$$\mathbf{Xr} = \mathbf{Sfd} * \mathbf{DSt} * \mathbf{Stx} \quad (5.10)$$

Bu formuladan ko'rinib turibdiki, harajatlar rentabelligiga sof foydaning daromadlardagi ulushi, sotilgan mahsulot daromadliligi va harajatlarning samaradorligi ta'sir qilmoqda. Mazkur omillarning natijaga ta'sirini aniqlash uchun iqtisodiy tahlilning bir qancha usullaridan foydalanish mumkin. Biz mazkur omillarning natijaga ta'sirini aniqlash uchun farqlash usulidan foydalanamiz.

Natija o'zgarishiga birinchi omilning, ya'ni sof foydaning daromadlardagi ulushi ta'sirini aniqlash uchun shu omilning farqi olinadi ($\mathbf{Sfdx} - \mathbf{Sfdr}$) va qolgan omillarning rejadagi miqdoriga ($\mathbf{DStr}, \mathbf{Stxr}$) ko'paytiriladi. Buning uchun quyidagi formulani tavsiya qilamiz:

$$\Delta \mathbf{XrSfd} = (\mathbf{Sfdx} - \mathbf{Sfdr}) * \mathbf{DStr} * \mathbf{Stxr} \quad (5.11)$$

Natija o'zgarishiga (harajatlar rentabelligi o'zgarishiga) ikkinchi omilning, ya'ni sotilgan mahsulotning daromadliligining ta'sirini

hisoblash uchun sof foydaning daromadlardagi ulushining haqiqiy miqdori olinib (**Sfdh**), uni sotilgan mahsulot daromadliligining farqiga (**DSth - DStr**) va harajatlarning samaradorligining rejadagi miqdoriga (**Stxr**) ko‘paytiriladi. Bu hisob-kitobni quyidagi formula orqali amalga oshirishni tavsiya qilamiz:

$$\Delta XrDst = Sfdh * (DSth - DStr) * Stxr \quad (5.12)$$

Harajatlar rentabelligi o‘zgarishiga uchinchi omilning, ya’ni harajatlar samaradorligining ta’sirini aniqlash uchun birinchi ikkita omilning haqiqiy miqdorini (**Sfdh, DSth**), uchinchi omilning farqiga (**Stxh - Stxr**) ko‘paytiriladi. Buni hisoblash uchun quyidagi formula tavsiya qilinadi:

$$\Delta XrStx = Sfdh * DSth * (Stxh - Stxr) \quad (5.13)$$

Barcha omillarning ta’siri natijaning umumiy farqiga teng bo‘lishi lozim. Bu quyidagicha aniqlanadi:

$$\Delta Xr = \Delta XrSfd \pm \Delta XrDst \pm \Delta XrStx ; \quad (5.14)$$

Yuqorida keltirilgan formulalarning amaliyotda qo‘llanilishini “SAMARQAND TIBBIY DIAGNOSTIKA” xizmat ko‘rsatish korxonasining ma’lumotlari asosida ko‘rib chiqamiz. Buning uchun quyidagi jadval ma’lumotlarini keltirish mumkin (5.4-jadval).

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, harajatlar rentabelligi 2020 yilda o‘tgan yilga nisbatan -0,039 koeffitsentga (0,221–0,260) kamaygan. Bu o‘zagirishga sof foydanining daromadliligi, sotilgan mahsulotning daromadliligi, harajatlarning samaradorligi qanday ta’sir qilganligini yuqoridagi formullardan foydalanib aniqlaymiz.

**“SAMARQAND TIBBIY DIAGNOSTIKA” xizmat ko‘rsatish
korxonasining samaradorlik bilan bog‘liq ko‘rsatkichlarning
2019-2020 yillardagi ma‘lumotlari²¹**

№	Ko‘rsatkichlar	2019 yil	2020 yil	Farqi (+,-)
1	Sotilgan mahsulot, ming so‘m	3 670 133	6 145 922	2 475 789
2	Harajatlar, ming so‘m	2 671 261	4 263 355	1 592 094
3	Yalpi daromad, ming so‘m	998 872	1 882 567	883 695
4	Sof foyda, ming so‘m	694 545	942 522	247 977
5	Sof foydaning daromadlar-dagi ulushi. 4 q : 3 q	0,695	0,501	-0,195
6	Sotilgan mahsulotning daromadliligi, 3 q : 1 q	0,272	0,306	0,034
7	Harajatlarning samarador-ligi 1 q : 2 q	1,374	1,442	0,068
8	Harajatlarning rentabel-ligi 4 q : 2 q	0,260	0,221	-0,039

1. Sof foydaning daromadliligi harajatlar rentabelligiga qanday ta’sir qilganligini aniqlash uchun quyidagi hisob-kitobni amalga oshirish lozim bo‘ladi:

$$\Delta XrSfd = (0,501 - 0,695) * 0,272 * 1,374 = (-0,195) * 0,272 * 1,374 = -0,07287696$$

Demak, sof foydaning daromadliligi -0,195 koeffitsentga kamayganligi harajatlar rentabelligining 0,07287696 koeffitsent kamayishiga sabab bo‘lgan.

2. Sotilgan mahsulotning daromadliligi harajatlar rentabelligiga qanday ta’sir qilganligini aniqlash uchun quyidagi hisob-kitobni amalga oshiramiz:

²¹ “SAMARQAND TIBBIY DIAGNOSTIKA” MCHJ ma’lumotlari asosida muallifning ishlanmasi

$$\Delta X_{rDst} = 0,501 * (0,306 - 0,272) * 1,374 = 0,501 * 0,034 * 1,374 = 0,023404716$$

Hisob – kitoblardan ko‘rinib turibdiki, sotilgan mahsulotning daromadliligi 0,034 (0,306 – 0,272) ko‘payganligi harajatlar rentabelligini 0,023404716 koeffitsent ko‘payishiga sabab bo‘lgan.

3. Harajatlar samaradorligi harajatlar rentabelligiga qanday ta’sir qilganligini aniqlashda, biz quyidagi formuladan foydalanamiz:

$$\begin{aligned} \Delta X_{rStx} &= 0,501 * 0,306 * (1,442 - 1,374) = \\ &= 0,501 * 0,306 * 0,068 = 0,010424808 \end{aligned}$$

Formuladan shu narsa aniqlandiki, harajatlar samaradorligi 0,068 (1,442 – 1,374) koeffitsentga ko‘payishi harajatlar rentabelligini 0,010424808 koeffitsenga ko‘paytirgan.

Barcha omillarning ta’siri natijaning umumiy farqiga teng:

$$\begin{aligned} \Delta X_r &= \Delta X_{rSfd} \pm \Delta X_{rDst} \pm \Delta X_{rStx} = \\ &- 0,07287696 + 0,023404716 + 0,010424808 = -0,039047436 \end{aligned}$$

Ushbu omilli tahlil natijasiga asosan xizmat ko‘rsatish korxonasida mavjud imkoniyatlardan to‘liq foydalanilganda yoki sof foydaning daromadliligi o‘tgan yilgidek bo‘lganda edi, harajatlar rentabelligi 0,073 koeffitsentga oshgan bo‘lar edi.

Xizmat ko‘rsatish sohasida keyingi yillarda jadal sur’atlar bilan rivojlanib borayotgan sohalardan biri transport xizmatlaridir. Transport xizmatlarining ichida mamlakatimizda avtotransport xizmatlarini ko‘rsatish ancha rivojlanib, samaradorlikka erishayotgan sohalardan biridir. Xizmat ko‘rsatish korxonalariga avtomobillardan keladigan umumiy tushum qo‘shimcha faoliyatdan olinadigan daromad bo‘lib, uning samaradorligini oshirishda ham sezilarli

ahamiyatga ega. Shu tufayli ushbu ko'rsatkichning ham omilli tahliliga to'xtalishni maqsadga muvofiq, deb topdik.

Xizmat ko'rsatish korxonasiga avtomobillardan keladigan umumiy tushum (**Q**) avtomobillar sonini (**A**), bitta avtomobilning o'rtacha ish kuniga (**Ik**) hamda avtomobillarning o'rtacha bir kunlik mehnat unumdorligiga (**Mu**) ko'paytirilib topiladi va u quyidagi formula bilan ifodalanadi:

$$\mathbf{Q = A * Ik * Mu \quad (3.15)}$$

Barcha avtomobillarning ishlagan kunlari sonini avtomobillar soniga bo'lsak bitta avtomobilning o'rtacha ish kuni (Barcha avtomobillarning ish kunlari soni / **A**) kelib chiqadi. Mehmonxonaga avtomobillardan keladigan umumiy tushumni barcha avtomobillarning ish kunlari soniga (**Q** / barcha avtomobillarning ish kunlari soni) bo'lsak barcha avtomobillarning bir kunlik mehnat unumdorligi kelib chiqadi. Demak:

$$\mathbf{Q=A*(Barcha\ av.\ ish\ kunlari\ soni / A)*(Q / barcha\ av.\ ish\ kunlari\ soni) = A * Ik * Mu}$$

Yuqoridagi formuladan ko'rinib turibdiki, Xizmat ko'rsatish korxonasiga avtomobillardan keladigan umumiy tushumga uchta omil ta'sir qilayapti. Natijaga omillar ta'sirini aniqlash uchun iqtisodiy tahlilda qo'llaniladigan indeks usulidan foydalanamiz. Xizmat ko'rsatish korxonasiga avtomobillardan keladigan umumiy tushumga uchta omilning ta'sirini aniqlash uchun ularning individual indekslarini aniqlab olish lozim. Bu quyidagicha aniqlanadi (5.5-jadval).

Xizmat ko‘rsatish korxonasi avtomobillardan keladigan umumiy tushumga ko‘rsatkichlarning individual indekslarini aniqlash yo‘li bilan omillar ta‘sirini hisoblash usuli²²

№	Ko‘rsatkichlar	O‘tgan yili	Hisobot yili	Individual indekslar
1	Avtomobillar soni (A)	A_0	A_1	$i_a = A_1/A_0$
2	Bitta avtomobilning o‘rtacha ish kuni (Ik)	Ik_0	Ik_1	$i_{ik} = Ik_1/Ik_0$
3	Avtomobillarning o‘rtacha bir kunlik mehnat unumdorligiga (Mu)	Mu_0	Mu_1	$i_{mu} = Mu_1/Mu_0$
4	Xizmat ko‘rsatish korxonasi avtomobillardan keladigan umumiy tushum (Q)	Q_0	Q_1	$I_Q = Q_1/Q_0$

Xizmat ko‘rsatish korxonasi avtomobillardan keladigan umumiy tushumga omillar ta‘sirini individual indeksini qo‘llab yechadigan bo‘lsak, u quyidagi bog‘lanishga ega bo‘ladi:

$$I_Q = i_a * i_{ik} * i_{mu} \quad (5.16)$$

Bu bog‘lanishdan kelib chiqib natijaga omillar ta‘sirini quyidagicha aniqlash mumkin:

1. Xizmat ko‘rsatish korxonasi avtomobillardan keladigan umumiy tushumga avtomobillar soni ko‘rsatkichining ta‘siri quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$\Delta Q_a = (Q_0 * i_a) - Q_0 \quad (5.17)$$

2. Bitta avtomobilning o‘rtacha ish kuni ko‘rsatkichining natija ko‘rsatkichiga ta‘siri quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$\Delta Q_{ik} = (Q_0 * i_a * i_{ik}) - (Q_0 * i_a) \quad (5.18)$$

²² “Afrosiyob-palas” mehmonxonasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan hisob-kitob qilingan.

3. Xizmat ko'rsatish korxonasi avtomobillardan keladigan umumiy tushumga avtomobillarning o'rtacha bir kunlik mehnat unumdorligi ta'siri quyidagicha aniqlanadi:

$$\Delta Q_{mu} = (Q_0 * i_a * i_{ik} * i_{mu}) - (Q_0 * i_a * i_{ik}) \quad (5.19)$$

Barcha omillar ta'sirining yig'indisi xizmat ko'rsatish korxonasi avtomobillardan keladigan umumiy tushumning hisobot yilidan asos yilining farqini beradi.

$$\Delta Q = Q_1 - Q_0 = \pm \Delta Q_a \pm \Delta Q_{ik} \pm \Delta Q_{mu} \quad (5.20)$$

Bu usulning amaliyotda qo'llanilishini ko'rish uchun quyidagi misolni keltiramiz. "ZILOL BAXT" mas'uliyati cheklangan jamiyati xizmat ko'rsatish korxonasining ko'rsatkichlari quyidagi jadvalda berilgan (5.6-jadval).

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, mehmonxonaga avtomobillardan keladigan umumiy tushim o'tgan yilga nisbatan 40799 ming so'mga (196605 – 237404) kamaygan. Bu o'zgarishga quyidagi omillar sabab bo'lgan.

5.6-jadval

"ZILOL BAXT" mas'uliyati cheklangan jamiyati xizmat ko'rsatish korxonasi avtomobillardan keladigan umumiy tushumga ko'rsatkichlarning individual indekslarini aniqlash yo'li bilan omillar ta'sirini hisoblash usuli²³

№	Ko'rsatkichlar	O'tgan yili	Hisobot yili	Individual indekslar
1	Avtomobillar soni (A)	3	4	1,333
2	Bitta avtomobilning o'rtacha ish kuni (Ik)	303	187	0,617
3	avtomobillarning o'rtacha bir kunlik mehnat unumdorligi (Mu)	261,2	262,8	1,006

²³ "ZILOL BAXT" mas'uliyati cheklangan jamiyati xizmat ko'rsatish korxonasi ma'lumotlari asosida muallifning ishlanmasi.

<i>5.6-jadval davomi</i>				
4	Mehmonxonaga avtomobillardan keladigan umumiy tushum (Q) ming so‘m	237 404	196 605	0,828

1. Avtomobillarning soni o‘tgan yilga nisbatan 1 donaga oshganligi sababli, individual indeks 33,3 foizga oshgan, buning natijasida mehmonxonaga avtomobillardan keladigan umumiy tushumni 79055,532 ming so‘mga ko‘payishiga sabab bo‘lgan:

$$\Delta Q_a = (Q_0 * i_a) - Q_0 = 237404 * 1,333 - 237404 = 316538,667 - 237404 = 79134,667$$

2. Bitta avtomobilning o‘rtacha ish kuni 116 kunga (303-187) kamayishi mehmonxonaga avtomobillardan keladigan umumiy tushumni 121234,31 ming so‘mga kamaytirgan:

$$\begin{aligned} \Delta Q_{ik} &= (Q_0 * i_a * i_{ik}) - (Q_0 * i_a) = \\ &= (237404 * 1,33 * 0,617) - (237404 * 1,33) = \\ &= 316538,667 * 0,617 - 316538,667 = - 121234,31 \end{aligned}$$

3. Avtomobillarning o‘rtacha bir kunlik mehnat unumdorligi ko‘rsatkichining 1,6 ming so‘mga (262,8 – 261,2) oshishi mehmonxonaga avtomobillardan keladigan umumiy tushimni 1171,826 ming so‘m ko‘payishiga sabab bo‘lgan.

$$\begin{aligned} \Delta Q_{mu} &= (Q_0 * i_a * i_{ik} * i_{mu}) - (Q_0 * i_a * i_{ik}) = \\ &= (237404 * 1,333 * 0,617 * 1,006) - (237404 * 1,333 * 0,617) = \\ &= 316538,667 * 0,617 * 1,006 - 316538,667 * 0,617 = \\ &= 195304,358 * 1,006 - 195304,358 = 1171,826 \end{aligned}$$

Hamma omillar ta’siri yig‘indisi mehmonxonaga avtomobillardan keladigan umumiy tushimning farqini berishi lozim:

$$\Delta Q = Q_1 - Q_0 = \pm \Delta Q_a \pm \Delta Q_{ik} \pm \Delta Q_{mu} =$$

$$195304,358 + (-195304,358) + 195304,358 = - 40927$$

Yuqoridagi hisob kitoblardan shu narsa ma'lum bo'ldik mehmonxonaga avtomobillardan keladigan tushum o'tgan yilga nisbatan 40977 ming so'mga kamaygan, o'z navbatida bunday o'zgarishga avtomobillar soni, bitta avtomobilning o'rtacha ish kuni hamda avtomobillarning o'rtacha bir kunlik mehnat unumdorligi omillari sabab bo'lgan.

5.3. Xizmat ko'rsatish korxonalarida rentabellikni oshirishning ichki imkoniyatlari va ularni tahlil qilish yo'llari

Hozirgi kunda iqtisodiy rivojlanish butun dunyo hamjamiyatida ruy bermoqda. Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy rivojlanishni baholashda eng avvalo samaradorlik ko'rsatkichlari aniqlash maqsadga muvofiq. Iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari qanchalik yuqori bo'lsa iqtisodiy rivojlanish ham shunchalik yuqori bo'ladi. Iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlariga asosan, natijaviylik, daromadlilik hamda rentabellik ko'rsatkichlarini kiritishimiz mumkin. Xizmat ko'rsatish korxonalarida raqobatbardoshligini aniqlashda eng muhim ko'rsatkichlar tizimi rentabellik ko'rsatkichlar tizimidir. Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarida rentabellik ko'rsatkichlarining yangi tizimini, ularni aniqlash va tahlil qilish yo'llarini ko'rsatish hamda ularga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish evaziga ichki imkoniyatlarni axtarib topish orqali tahlil qilinayotgan xizmat ko'rsatish korxonasi faoliyatining

samaradorligini oshirish yo'llarini ishlab chiqilishi maqsadga muvofiqdir.

Eng avvalo, xizmat ko'rsatish korxonalari rentabelligini ifodalovchi ko'rsatkichlarini innovatsion va raqamli iqtisodiyot talablariga mos yangi tizimni ishlab chiqish lozim. Bu ko'rsatkichlarga quyidagilar kiradi:

- * Xizmat ko'rsatish korxonasi faoliyati rentabelligi;
- * sotilgan xizmatlar rentabelligi;
- * iqtisodiy salohiyat rentabelligi;
- * asosiy vositalar rentabelligi;
- * aylanma mablag'lar rentabelligi;
- * nomoddiy faollar rentabelligi;
- * mehnat salohiyati rentabelligi;
- * moliyaviy salohiyat rentabelligi;
- * o'z mablag'lari rentabelligi;
- * chetdan jalb qilingan rentabelligi;
- * ishlab chiqarish fondlari rentabelligi;
- * aktivlar rentabelligi.

Bundan tashqari qaysi sohada nimani tahlil qilishiga qarab rentabellik ko'rsatkichlarining boshqa turlarini ham aniqlash mumkin bo'ladi.

Barcha ko'rsatkichlar rentabelligini ketma-ket tarzda aniqlash usuli quyidagicha bo'ladi.

Xizmat ko'rsatish korxonasi faoliyati rentabelligini (R_{xk}) ifodalovchi ko'rsatkichlarni aniqlash uchun sof foydani (S_f) xizmatning tannarxiga (T_n) bo'lish lozim:

Sf

$$\mathbf{R_{xk} = \frac{\text{-----}}{T_n} \times 100 \quad (5.21)}$$

Tn

Ushbu ko'rsatkich xizmat ko'rsatish korxonasining 100 so'm xizmat ko'rsatish harajatiga qancha foyda to'g'ri kelishini ko'rsatadi. Bu qilingan harajatning qanday samaradorlikka ega bo'lganligini ifodalaydi. Ushbu ko'rsatkich innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonaning egasi, rahbari, jamoasi va investorlari uchun o'ta muhim ko'rsatkichdir.

Sotilgan xizmatlar rentabelligini (R_{sx}) aniqlash uchun sof foydani (Sf) sotilgan xizmatlarning (Sx) miqdoriga bo'lish kifoya:

Sf

$$\mathbf{R_{sx} = \frac{\text{-----}}{S_x} \cdot 100 \quad (5.22)}$$

Sx

Ushbu ko'rsatkich korxonaning 100 so'm sotilgan xizmatlari korxonaga qancha sof foyda keltirayotganligidan dalolat beradi. Bu ko'rsatkich xizmat korxonasining tadbirkorligi, bozordagi faolligi bilan ham bevosita bog'liq. Mazkur ko'rsatkich rejali iqtisodiyot sharoitida umumiy rentabellikni ifodalab ishlab chiqarilgan mahsulot hajmiga nisbatan olinar edi. Endilikda ishlab chiqarilgan mahsulot o'zining baholovchi ko'rsatkich sifatidagi mohiyatini yo'qotadi. Endi mahsulot sotilmasa, o'z haridorini bozordan topmasa hisob emas. Shu tufayli bozor munosabatlari sharoitida ushbu ko'rsatkichning mohiyati oshdi.

Xizmat ko'rsatish korxonasining iqtisodiy salohiyati rentabelligi (Ris)ni aniqlash uchun xizmat ko'rsatish korxonasining Sf.ni uning iqtisodiy salohiyati o'rtacha qiymatiga (Is) bo'linadi:

Sf

$$\text{Ris} = \frac{\text{Sf}}{\text{Is}} \cdot 100 \quad (5.23)$$

Is

Mazkur ko'rsatkich xizmat ko'rsatish korxonasining 100 so'm iqtisodiy salohiyatiga necha so'm sof foyda keltirilayotganligini ko'rsatadi. Agar korxonaning iqtisodiy salohiyati tarkibini keltiradigan bo'lsak, u quyidagi holatga ega bo'ladi:

Sf

$$\text{Ris} = \frac{\text{Sf}}{\text{Av}} \cdot 100 \quad (5.24)$$

$$\text{Av} = \text{Am} + \text{Nf} + \text{Ms}$$

Bunda Av - *Asosiy vositalarning o'rtacha yillik qiymati;*

Am - *aylanma mablag'larning o'rtacha yillik qiymati;*

Nf - *nomoddiy faollarning o'rtacha yillik qiymati;*

Ms - *mehnat salohiyatining o'rtacha yillik qiymati.*

Xizmat ko'rsatish korxonalari asosiy vositalari rentabelligi (Rav)ni aniqlash uchun Sf.ni asosiy vositalarning o'rtacha yillik qiymatiga (Av) bo'lish kifoya:

Sf

$$\text{Rav} = \frac{\text{Sf}}{\text{Av}} \cdot 100 \quad (5.25)$$

Av

Ushbu ko'rsatkich xizmat ko'rsatish korxonasining 100 so'm asosiy vositalariga qancha sof foyda to'g'ri kelishini ifodalaydi.

Xizmat ko'rsatish korxonalari aylanma mablag'lari rentabelligi (Ram)ni aniqlash uchun sof foydani (Sf) aylanma mablag'larning o'rtacha yillik qiymatiga (Am) bo'linadi.

Sf

$$\text{Ram} = \frac{\text{Sf}}{\text{Am}} \cdot 100 \quad (5.26)$$

Am

Ushbu ko'rsatkich xizmat ko'rsatish korxonasining 100 so'm aylanma mablag'larining o'rtacha yillik qiymatiga qancha sof foyda to'g'ri kelishini ifodalaydi. Bu ko'rsatkich korxonada aylanma mablag'larni tashkil qilish paytida, uning rentabelligini baholashda qo'llaniladi.

Xizmat ko'rsatish korxonalari nomoddiy faollari rentabelligi (Rnf) ham bozor munosabatlari sharoitida iqtisodiy tahlilda o'rganiladigan ko'rsatkichlar tarkibiga kiritildi. Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun Sf.ni nomoddiy faollarning o'rtacha yillik qiymatiga (Nf) bo'linadi:

Sf

$$\text{Rnf} = \frac{\text{Sf}}{\text{Nf}} \cdot 100 \quad (5.27)$$

Nf

Ushbu ko'rsatkich xizmat ko'rsatish korxonasining 100 so'mlik nomoddiy faoliga qancha sof foyda to'g'ri kelishini ifodalaydi. Ushbu ko'rsatkichni korxonada miqyosidagi qator yillarga aniqlab nomoddiy faollar va foyda so'mmalarining o'zgarish sur'atlarini, ularning bir-biriga muvofiqligini aniqlash uchun qo'llash mumkin.

Xizmat ko'rsatish korxonalarining mehnat salohiyati rentabelligini (Rms) aniqlash uchun Sf.ni mehnat salohiyatining

o‘rtacha yillik qiymatiga (Ms) yoki xodimlar soniga (Xs) bo‘lish lozim.

$$\mathbf{Rms} = \frac{\mathbf{Sf}}{\mathbf{Ms}} \cdot 100, \quad (5.28) \quad \mathbf{Rms} = \frac{\mathbf{Sf}}{\mathbf{Xs}} \cdot 100 \quad (5.29)$$

Ushbu ko‘rsatkich xizmat ko‘rsatish korxonasining 100 so‘m mehnat salohiyati qiymatiga yoki bitta xodimga qancha sof foyda to‘g‘ri kelishini ko‘rsatadi. Bu ko‘rsatkich ham korxonada mehnat samaradorligini tahlil qilganda keng qo‘llaniladi.

Xizmat ko‘rsatish korxonalari moliyaviy salohiyati rentabelligi (Rsos) 100 so‘m moliyaviy salohiyatning o‘rtacha yillik qiymatiga to‘g‘ri keladigan sof foyda miqdorini ifodalaydi. Ushbu ko‘rsatkichni aniqlash uchun Sf.ni korxonada moliyaviy salohiyati o‘rtacha yillik qiymatiga (Mos) bo‘linadi:

$$\mathbf{Rmos} = \frac{\mathbf{Sf}}{\mathbf{Mos}} \cdot 100 \quad (5.30)$$

Ushbu ko‘rsatkich ham bozor munosabatlari sharoitida muhim ahamiyatga ega, chunki korxonaning moliyaviy manbalari uchun endi bevosita korxonaga egasi, investori mus’ul. Undan qancha samarali foydalansa ular uchun o‘shancha yaxshi.

Xizmat ko‘rsatish korxonalari o‘z mablag‘lari rentabelligi (Ro‘m) moliyaviy salohiyat rentabelligi singari sof foydani o‘z mablag‘lari o‘rtacha yillik qiymatiga (O‘m) bo‘lish yo‘li bilan aniqlanadi:

$$\mathbf{Sf}$$

$$\mathbf{Ro'm = \frac{\text{O'm}}{\text{O'm}} \cdot 100 \quad (5.31)}$$

O'm

Ushbu ko'rsatkich xizmat ko'rsatish korxonasining 100 so'm o'z mablag'iga qancha sof foyda to'g'ri kelishini ifodalaydi. Bu o'z kapitalining samaradorlik darajasini belgilaydi.

Xizmat ko'rsatish korxonalarining chetdan jalb qilgan mablag'lari retabelligi (Rchjm)ni aniqlash uchun Sf.ni chetdan jalb qilingan mablag'larning o'rtacha yillik qiymatiga (Chjm) bo'linadi:

Sf

$$\mathbf{Rchjm = \frac{Sf}{Chjm} \cdot 100 \quad (5.32)}$$

Chjm

Ushbu ko'rsatkich xizmat ko'rsatish korxonasining olgan uzoq va qisqa muddatli kreditlari hamda boshqa chetdan jalb qilingan mablag'larining samaradorligini ifodalaydi. Uning miqdori 100 so'm Chjm.ga to'g'ri keladigan Sf. miqdorini ko'rsatadi.

Korxonaning xizmat ko'rsatish fondlari rentabelligi (Rxkf) bu asosiy va aylanma mablag'lar, ya'ni moddiy resurslar samaradorligini ifodalaydi. Uni aniqlash uchun Sf.ni asosiy vositalar (Av) va aylanma mablag'lar (Am) o'rtacha qiymati yig'indisiga bo'linadi.:

Sf

$$\mathbf{Rxkf = \frac{Sf}{Av + Am} \cdot 100 \quad (5.33)}$$

Av + Am

Ushbu ko'rsatkich korxonaning 100 so'mlik moddiy resurslariga to'g'ri keladigan sof foydaning miqdorini ifodalaydi. Uning miqdori qancha oshib borsa korxonaga uchun o'shancha yaxshi.

Korxonaning aktivlari rentabelligi (Ra) bevosita barcha aktivlar samaradorligini ifodalaydi. Uni aniqlash uchun Sf.ni barcha aktivlarning (A) o‘rtacha yillik qiymatiga bo‘linadi:

$$Ra = \frac{Sf}{A} \cdot 100 \quad (5.34)$$

Agar aktivlarni alohida qismi bo‘yicha oladigan bo‘lsak, ushbu formula quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

$$Ra = \frac{Sf}{Av+Am+Nf} \cdot 100 \quad (5.35)$$

Ushbu ko‘rsatkich 100 so‘m aktivlar qiymatiga to‘g‘ri keladigan Sf. miqdorini ifodalaydi. Bu ko‘rsatkich bozor munosabatlari sharoitida korxonalar faoliyati samaradorligini baholashda keng qo‘llanilib kelinmoqda.

Tahlil jarayonida ma’lum iqtisodiy kategoriyalarni ifodalovchi ko‘rsatkichlarni aniqlash o‘ta muhim. Lekin ularning o‘zgarishini, ayniqsa shu o‘zgarishlarga ta’sir etuvchi omillarni aniqlash va ularning ta’sirini hisoblash tahlilning eng muhim vositasidir. Shu tufayli rentabellikni ifodalovchi har bir ko‘rsatkichni alohida tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

Mazkur ishda metodologik asos sifatida ularning ayrimlarigagina to‘xtalishni maqsadga muvofiq, deb topdik. Chunki ushbu ko‘rsatkichlar tahlilining usullari boshqa ko‘rsatkichlarni ham shunday tahlil qilish uchun metodologik asos bo‘ladi.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar bir-biri bilan uzviy bog'liq bo'lganligi tufayli uning samaradorlik darajasi ham ana shu ko'rsatkichlar ta'sirida shakllanadi. Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarining iqtisodiy salohiyati rentabelligini aniqlash (XKK_{isr}) uchun foyda so'mmasini (F) uning to'la qiymatiga ya'ni iqtisodiy salohiyati summasiga (Is) bo'lish yo'li bilan aniqlanadi, ya'ni:

$$\mathbf{XKK_{isr} = F * 100 / Is ;} \quad (5.36)$$

Xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati samaradorligining muhim ko'rsatkichlaridan biri iqtisodiy salohiyat joriy harajatlarning rentabelligi (Ris_{jx}) bo'lib hisoblanadi. Bunda mehmonxona xo'jaligining iqtisodiy salohiyati joriy harajatlarini (Is_{jx}) aniqlab olish lozim bo'ladi. Bu quyidagi harajatlardan tarkib topadi: asosiy vositalar joriy yildagi ammortizatsiyasi (Av_{am}); aylanma mablag'larning joriy yilda ishlatilgan umumiy summasi (Ay_{ms}); nomoddiy aktivlarning joriy yildagi ammortizatsiyasi (Na_{am}); joriy yilda to'langan mehnatga haqi hajmi (M_h). Bulardan kelib chiqib, xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari (Is_{jx}) summasini aniqlab olish mumkin:

$$\mathbf{Is_{jx} = Av_{am} + Ay_{ms} + Na_{am} + M_h ;} \quad (5.37)$$

Endi xizmat ko'rsatish korxonalarida joriy harajatlari rentabelligini (XKK_{jxr}) aniqlash mumkin. Buning uchun xizmat ko'rsatish korxonasi foydasini (F) uning joriy harajatlari (Is_{jx}) summasiga bo'lish lozim bo'ladi. Ushbu ko'rsatkich quyidagicha aniqlanadi:

$$\mathbf{XKKjxr} = \mathbf{F} * 100 / \mathbf{Isjx} ; \quad (5.38)$$

Iqtisodiy tahlil jarayonida xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligi (\mathbf{XKKjxr}) o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash lozim bo'ladi. " \mathbf{XKKjxr} "ni " \mathbf{U} " bilan belgilab olamiz. Buning uchun qaysi omillar ta'sir qilishini aniqlab olishni taqozo qiladi.

Tadqiqotlarimiz ko'rsatdiki, xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligi o'zgarishiga quyidagi omillar ta'sir qilar ekan:

- xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiy salohiyati barcha harajatlari rentabelligi (\mathbf{X}_1);
- xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiy salohiyati barcha harajatlarning iqtisodiy salohiyat qiymatidagi hissasi (\mathbf{X}_2);
- xizmat ko'rsatish korxonalari joriy harajatlarga to'g'ri keladigan iqtisodiy salohiyat summasi (\mathbf{X}_3).

Natija ko'rsatkichi bo'lgan xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligi bilan bog'liq yuqoridagi omillarning o'zaro bog'liqligini aniqlash uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz:

$$\mathbf{U} = \mathbf{X}_1 * \mathbf{X}_2 * \mathbf{X}_3 ; \quad (5.39)$$

Ushbu formulani iqtisodiy tahlilning additiv modelini qo'llab quyidagicha ifodalash mumkin:

$$\mathbf{U} = \mathbf{X}_1 \cdot \mathbf{X}_2 \cdot \mathbf{X}_3 = \sum_{i=1}^{\mathbf{n}} \mathbf{X}_i ; \quad (\mathbf{i}=1, 2, 3 \dots \mathbf{p}) \quad (5.40)$$

Ushbu formulaga tahlilda qo‘llaniladigan an’anaviy usullarni va amaliy ma’lumotlarni qo‘llab xizmat ko‘rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligining o‘zgarishiga omillar ta’sirini hisoblash mumkin. Iqtisodiy salohiyat joriy harajatlari rentabelligi samaradorligining o‘zgarishiga omillar ta’sirini hisoblash uchun zanjirli almashtirish usulini tavsiya qilamiz:

1. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligining o‘zgarishiga birinchi omilning, ya’ni xizmat ko‘rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati barcha harajatlari rentabelligi ta’sirini hisoblash (ΔU_{x_1}) uchun quyidagi formuladan foydalanish mumkin:

$$\Delta U_{x_1} = (X_1^h * X_2^r * X_3^r) - U_r ; \quad (5.41)$$

Bunda: “r” *indeksi - ko‘rsatkichning rejasi;*

“x” *indeksi- ko‘rsatkichning haqiqiy miqdori.*

2. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligining o‘zgarishiga ikkinchi omilning, ya’ni xizmat ko‘rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati barcha harajatlarning iqtisodiy salohiyat qiymatidagi hissasi o‘zgarishning ta’sirini (ΔU_{x_2}) aniqlash uchun quyidagi formula tavsiya qilinadi;

$$\Delta U_{x_2} = (X_1^h * X_2^h * X_3^r) - (X_1^x * X_2^r * X_3^r) ; \quad (5.42)$$

3. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligining o‘zgarishiga uchiinchi omilning, ya’ni xizmat ko‘rsatish korxonalarida joriy harajatlarga to‘g‘ri keladigan iqtisodiy salohiyat summasi o‘zgarishning ta’sirini (ΔU_{x_3}) aniqlash uchun quyidagi formula tavsiya qilinadi;

$$\Delta U_{x_3} = U_1 - (X_1^h * X_2^h * X_3^r) ; \quad (5.43)$$

Barcha omillar ta'siri xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligining umumiy o'zgarishiga teng bo'ladi:

$$\Delta U = \Delta U_{x_1} + \Delta U_{x_2} + \Delta U_{x_3} \quad (5.44)$$

Ushbu usulning amaliy jihatidan qulayligini va amaliyotda foydalanish mumkinligini isbotlash uchun quyidagi jadvaldan foydalanish tavsiya qilinadi. Birinchisi, xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligini aniqlash usuli (5.7-jadval).

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki hisobot davrida xizmat ko'rsatish korxonasida foyda so'mmasi 34,8 % yoki 128,2 mln. so'mga oshgan. Iqtisodiy salohiyatining umumiy qiymati esa o'tgan yilga nisbatan 795,0 mln. so'mga yoki 6,7 % ga ko'paygan. Ammo xizmat ko'rsatish korxonasining barcha harajatlar so'mmasi 39,4 ming so'mga yoki 2,7 %ga kamaygan. Joriy harajatlar so'mmasi esa 21,2 ming so'mga yoki 6,0 %ga oshgan. Oqibatda xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari rentabelligi 0,82 punktga va boshqa shu bilan bog'liq bir qancha ko'rsatkichlarning ham oshganligi ko'rinib turibdi. Faqat xizmat ko'rsatish korxonasi joriy harajatlarga to'g'ri keladigan iqtisodiy salohiyat summasi 8,8 % kamaygan.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligi va u bilan bog'liq ko'rsatkichlarning hisobot davrida aniqlash usuli

№	Ko'rsatkichlar	O'tgan yilda	Hiso-bot yilida	Farqi (-, +)	O'sish sur'ati
I Hajm ko'rsatkichlari					
1	Xizmat ko'rsatish korxonasi foyda so'mmasi, mln. so'm	368,0	496,2	+128,2	134,8
2	Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning umumiy qiymati, mln. so'm	11745,0	12590,0	+795,0	106,7
3	Xizmat ko'rsatish korxonasi barcha harajatlari, mln. so'm	1468,9	1429,5	+39,4	97,7
4	Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari, ming so'm	356,2	377,4	+21,2	106,0
II Nisbiy ko'rsatkichlar					
5	Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari rentabelligi, % $(1q / 4q) \times 100$	3,11	3,94	+0,83	126,7
6	Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyati barcha harajatlari rentabelligi, % $(1q * 100 / 3q)$	103,30	131,47	+28,17	127,3
7	Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyati barcha harajatlarning iqtisodiy salohiyat qiymatidagi hissasi, koeff. $(3q / 2q)$	0,2425	0,2640	+0,0215	108,9
8	Xizmat ko'rsatish korxonasi joriy harajatlarga to'g'ri keladigan iqtisodiy salohiyat summasi, koeff $(2q / 4q)$	0,1245	0,1135	+0,0110	91,2

Biroq ushbu jadval ma'lumotlari iqtisodiy salohiyat joriy harajatlari rentabelligining o'zgarishiga qaysi omillar qay darajada ta'sir qilganligini tasvirlay olmaydi. Shu tufayli omilli tahlil uchun quyidagi jadvaldan foydalanishni tavsiya qilamiz (5.8-jadval).

**Iqtisodiy salohiyat samaradorligiga alohida omillar ta'sirini
hisoblash**

№	Ko'rsatkichlar	O'tgan yilda	Hisobot yilida	Farqi (-,+)	Zanjirli almashtirish		
					I	II	III
1	Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyati barcha harajatlari rentabelligi, %	103,30	131,47	+28,17	131,47	131,47	131,47
2	Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyati barcha harajatlarning iqtisodiy salohiyat qiymatidagi hissasi, koeff.	0,2425	0,2640	+0,021 5	0,2425	0,2640	0,2640
3	Xizmat ko'rsatish korxonasi joriy harajatlarga to'g'ri keladigan iqtisodiy salohiyat summasi, koeff	0,1245	0,1135	-0,0110	0,1245	0,1245	0,1135
4	Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari rentabelligi, %	3,11	3,94	+0,83	3,97	4,32	3,94

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari rentabelligi joriy yilda 0,83 bandga oshgan. Ushbu o'zgarishga quyidagi omillar ta'sir qilgan:

1. Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyati barcha harajatlari rentabelligining 28,17 bandga oshganligi xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari rentabelligini 0,86 bandga (3,97 - 3,11) oshishiga sabab bo'lgan.

2. Xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyati barcha harajatlarning iqtisodiy salohiyat qiymatidagi hissasining 0,0215 punktga oshganligi xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari rentabelligini 0,35 bandga (4,32 - 3,97) ko'paytirgan.

3. Xizmat ko'rsatish korxonasi joriy harajatlarga to'g'ri keladigan iqtisodiy salohiyat summasining 0,0110 bandga oshganligi mehmonxona xo'jaligi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari rentabelligini 0,38 bandga (3,94 - 4,32) oshirishiga muvaffaq bo'lgan.

Barcha omillar ta'siri evaziga xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyatning joriy harajatlari rentabelligi 0,83 bandga (0,86 + 0,35 - 0,38) oshgan.

Ushbu hisob-kitob natijasi ham xizmat ko'rsatish korxonasi iqtisodiy salohiyati joriy harajatlari rentabelligini oshirishning ichki imkoniyatlari mavjudligini ko'rsatmoqda. Bu bevosita Xizmat ko'rsatish korxonalarini joriy harajatlarga to'g'ri keladigan iqtisodiy salohiyat umumiy qiymatning kamayishida nomoyon bo'lmokda. Keltirilgan harajatlarning shunday yuzaki qaraganda, ko'payishi salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkinday ko'rinadi. Ammo keltirilgan harajatlarning ko'payishi iqtisodiy salohiyat qiymatining yangi yaratilayotgan mahsulotga (ish, xizmatga) tezroq

kuchayotganligi va uning qoplanish muddatini tezlashtirayotganligidan dalolat beradi.

Bizning misolimizda xizmat ko'rsatish korxonasi joriy harajatlarga to'g'ri keladigan iqtisodiy salohiyat summasi o'tgan yilgi darajada qolganda edi rentabellik darajasi yana 0,38 bandga oshgan bo'lur edi. U holda rentabellik darajasining haqiqiy miqdori 3,94 % emas, balki, 4,32 % ni $(3,94 + 0,38)$ tashkil qilgan bo'lur edi. O'tgan yilga nisbatan uning farqi 0,83 band emas, balki, 1,21 % ga $(4,32 - 3,11)$ teng bo'lardi.

Ko'rinib turibdiki, omilli tahlil hozirgi sharoitda ichki imkoniyatlarni axtarib topish uchun muhim iqtisodiy dastaklardan biri ekan. Shu tufayli uning nazariy va metodologik asosini yaratish muhim nazariy va amaliy ahamiyatga ega. Hozirgi erkin iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarining iqtisodiy salohiyatidan ham samarali foydalanish muhimligiga qaramasdan, bu muammo iqtisodiy adabiyotlarda yetarli darajada tadqiq qilinmagan. Buni inobatga olib ishda asosiy e'tibor ushbu soha rentabelligi o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlashga qaratildi. Chunki hozirgi sharoitda ham bir xizmat ko'rsatish korxonasi servis sifatini o'nglashi uchun, o'zining raqobatbardoshligini mustahkamlab borishi uchun harajatlarning rentabellik darajasini oshirib borish lozimligini taqozo qiladi.

Beshinchi bob bo'yicha xulosalar

Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar tahlilini tadqiq qilib quyidagi xulosalarga kelindi.

1. Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar tahlili, ushbu sub'ektlarda xizmatlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularni aniqlash yo'llari, ushbu ko'rsatkichlarning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar va ularni hisoblash usullari hamda xizmat ko'rsatish korxonalarida servis samaradorligini oshirishning omilli tahlili kam tadqiq qilingan va iqtisodiy adabiyotlarda deyarli yoritilmagan muammolar sirasiga kirishi aniqlandi.

2. Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligi yuqori bo'lishi uchun doimo mijozlarning fikr-mulohazalarini turli xil usullar bilan olib borishi lozim, chunki zamon rivojlanishi bilan kechagi kundagi o'ta muhim bo'lgan xizmat turi bugungi kunda hech narsaga arzimay qolishi mumkin. Haridorlarga hozirgi kunda qaysi xizmatlar zarurligi bilib olish uchun turli xil so'rovnomalar, turli xil konkurslar o'tkazish orqali bilib olishi mumkin. Bundan tashqari, bildirilgan shikoyatlarni bartaraf etish ham mijozlarning ko'rsatilgan xizmatlardan qoniqish darajasini ortib borishi asoslandi.

3. Mamlakatimizda xizmat ko'rsatish korxonalari servisi samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi ishlab chiqildi va ularni aniqlash yo'llari ko'rsatib berildi. Ushbu ko'rsatkichlar iqtisodiy mazmuni bo'yicha to'rt guruhga bo'lindi: xizmat ko'rsatish korxonasiga qo'yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonasi moddiy-texnika asoslari

samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonasida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonasi harajatlari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar.

4. Tadqiqotlar natijasida xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar tizimi aniqlandi va ularni tahlil qilish usullari aniq amaliy ma'lumotlarni qo'llagan holda ishlab chiqildi. Omilli tahlil natijasida samaradorlikni oshirishning ichki imkoniyatlaridan foydalanish yo'llari aniqlandi va ularni amaliyotga qo'llash uchun tavsiya qilindi.

5. Xizmat ko'rsatish korxonalari raqobatbardoshligini aniqlashda eng muhim ko'rsatkichlar tizimi rentabellik ko'rsatkichlar tizimidir. Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarida rentabellik ko'rsatkichlarining yangi tizimini, ularni aniqlash va tahlil qilish yo'llarini ko'rsatish hamda ularga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish evaziga ichki imkoniyatlarni axtarib topish orqali tahlil qilinayotgan xizmat ko'rsatish korxonasi faoliyatining samaradorligini oshirish yo'llarini ishlab chiqildi.

6. Omilli tahlil hozirgi sharoitda ichki imkoniyatlarni axtarib topish uchun muhim iqtisodiy dastaklardan biri ekan. Shu tufayli uning nazariy va metodologik asosini yaratish muhim nazariy va amaliy ahamiyatga ega. Hozirgi erkin iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarining iqtisodiy salohiyatidan ham samarali foydalanish muhimligiga qaramasdan, bu muammo iqtisodiy adabiyotlarda yetarli darajada tadqiq qilinmagan. Buni inobatga olib ishda asosiy e'tibor ushbu soha rentabelligi o'zgarishiga ta'sir qiluvchi

omillarni aniqlashga qaratildi. Chunki hozirgi sharoitda ham bir xizmat ko'rsatish korxonasi servis sifatini o'nglashi uchun, o'zining raqobatbardoshligini mustahkamlab borishi uchun harajatlarning rentabellik darajasini oshirib borish lozimligi aniqlandi.

VI BOB XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI VA ISTIQBOLLARI.

6.1. Mamlakatimizda xizmat ko‘rsatish sohasini yanada rivojlantirishning prognoz ko‘rsatkichlari tahlili

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan islohotlarni yanada chuqurlashtirish, aholi turmush darajasini yuksaltirish va aholining bandlik masalasini hal qilish kabi muhim tadbirlardan biri xizmat sohasini rivojlantirishdir.

Bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 11 maydagi “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorida yana bir bor ta’kidlandi. Mazkur qarorda «Xizmatlar sohasining mamlakatimiz iqtisodiyotidagi ulushini ko‘paytirish, joylarda xizmatlar sohasidagi mavjud imkoniyatlarni to‘liq ishga solish, xizmatlar turlarini kengaytirish va sifatini oshirish bo‘yicha o‘z yechimini kutayotgan muammoli masalalarni hal qilish, mazkur yo‘nalishda tadbirkorlik sub’ektlarini yanada qo‘llab-quvvatlash, ularning g‘oya va tashabbuslarini rag‘batlantirish»²⁴ maqsadida bir qancha tadbirlarni amalga oshirish lozimligi ko‘rsatib o‘tilgan.

Xizmat ko‘rsatishga qaratilgan e’tibor faqat bugun paydo bo‘lgan emas. Ma’lumki, birinchi Prezidentimizning 2006 yil 17 aprel kuni «O‘zbekiston Respublikasida 2006-2010 yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-

²⁴ “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тadbirlari тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-5113 сон қарори. 2021 йил 11 май. <https://lex.uz/ru/docs/5421233>

tadbirlari to‘g‘risida»gi qarori, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “2016 — 2020 yillarda xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida” qarori e‘lon qilingan edi. Bu qarorlar oldingi olib borilgan ishlarni yanada aniqlashtirish va mamlakatda islohotlarni chuqurlashtirishga qaratilgan amaliy tadbirlardan biri edi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 11 maydagi “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorida oldingi qarorlardan farq qilgan holda, mamlakatimizda xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirishning maqsadli parametrlari har bir xizmatlar nomi bo‘yicha alohida ko‘rsatib o‘tilgan (6.1-jadval).

6.1-jadval

2021 — 2023 yillarda O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasini rivojlantirishning MAQSADLI PARAMETRLARI²⁵

T/r	Xizmatlar nomi	2020 yil		Prognoz (o‘sish sur‘ati, foiz)			
		hajmi, mlrd. so‘m	o‘sish sur‘ati, foiz	2021 yil	2022 yil	2023 yil	2023 yilda 2020 yilga nisbatan, baravar
	Jami xizmatlar	218 853,5	102,3	120,7	128,6	134,7	2,1
	<i>shu jumladan asosiy turlari bo‘yicha:</i>						
I	Aloqa va axborotlashtirish xizmatlari, <i>shu jumladan:</i>	12 885,9	115,3	123,1	133,6	138,6	2,3

²⁵ “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тadbirlari тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-5113 сон қарорига 1.1-илова. 2021 йил 11 май. <https://lex.uz/ru/docs/5421233>

6.1-jadval davimi

1.1.	Kompyuter dasturlashtirish, maslahat berish xizmatlari va boshqa yordamchi xizmatlar	891,7	119,1	125,8	136,3	141,4	2,4
1.2.	Axborot sohasidagi xizmatlar	632,2	157,8	125,7	135,4	140,5	2,4
II	Moliyaviy xizmatlar, shu jumladan:	45 817,2	125,6	122,5	135,2	140,7	2,3
2.1.	Sug'urtalash, qayta sug'urtalash va nafaqa ta'minoti bo'yicha xizmatlar, majburiy ijtimoiy sug'urtalash bo'yicha xizmatlardan tashqari	2 333,5	104,7	116,4	129,9	135,4	2,0
III	Transport xizmatlari, shu jumladan:	53 772,5	91,6	120,4	125,9	130,8	2,0
3.1.	Avtotransport xizmati	29 196,6	103,5	121,0	126,5	131,4	2,0
3.2.	Quvur yo'li transporti xizmatlari	9 167,3	89,0	120,3	125,2	130,9	2,0
3.3.	Temir yo'l transporti xizmatlari	7 420,9	111,6	120,5	125,7	130,7	2,0
3.4.	Havo transporti xizmatlari	3 139,2	41,9	120,2	121,8	126,8	1,9
3.5.	Pochta va kurerlik xizmatlari	355,4	77,2	121,0	126,2	130,5	2,0
IV	Yashash va ovqatlanish xizmatlari	5 878,5	86,5	128,9	136,3	139,8	2,5
V	Savdo xizmatlari	56 553,9	101,7	119,7	125,8	132,9	2,0
VI	Ko'chmas mulk bilan bog'liq xizmatlar	6 089,7	91,1	119,5	125,4	133,4	2,0
VII	Ta'lim sohasidagi xizmatlar	9 073,0	107,4	119,2	128,7	134,9	2,1

VIII	Sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar	3 209,4	89,9	128,8	136,0	142,0	2,5
IX	Ijara xizmatlari	4 172,1	98,9	117,9	125,3	131,5	1,9
X	Kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar	3 407,4	96,1	116,2	124,5	133,0	1,9
XI	Shaxsiy xizmatlar	4 983,3	92,1	116,6	124,5	132,5	1,9
XII	Me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar	4 925,7	93,7	117,7	123,8	129,8	1,9
XIII	Boshqa xizmatlar: shu jumladan:	8 084,7	98,3	116,9	123,2	130,2	1,9
13.1.	Huquq va buxgalterlik hisobi sohasidagi xizmatlar	560,7	116,7	116,5	123,0	129,8	1,9
13.2.	Bosh kompaniyalar xizmati; boshqaruv masalalari bo'yicha maslahat berish xizmatlari	1 463,6	239,8	116,8	123,3	129,8	1,9
13.3.	Reklama va bozor kon'yunkturasini o'rganish sohasidagi xizmatlar	564,7	78,5	116,3	122,8	129,3	1,8
13.4.	Turistik agentliklar, turoperatorlarning xizmatlari, bron qilish va u bilan bog'liq boshqa xizmatlar	521,4	56,7	117,0	123,3	130,2	1,9
13.5.	Binolarga xizmat ko'rsatish va landshaftni obodonlashtirish bo'yicha xizmatlar	513,2	85,5	117,6	123,3	130,4	1,9

6.1-jadval davimi

13.6.	Madaniyat va sport sohasidagi xizmatlar	712,0	89,9	115,9	122,9	129,8	1,8
13.7.	Boshqalar	3 749,1	91,9	117,3	123,4	130,5	1,9

Yuqoridagi jadvalda ko‘rinib turibdiki, xizmatlar 13 guruhga bo‘lingan, va barcha guruhlar bo‘yicha 2023 yilgacha bo‘lgan prognoz ko‘rsatkichlari keltirilgan. Bu qarorda ko‘rsatilishicha mamlakatimizda ko‘rsatiladigan jami xizmatlar sohasidan tushagan tushum 2023 yilga qadar 2,1 barobar oshirilishi ko‘zda tutilgan.

Mazkur qarorning 2023 yildagi prognoz ko‘rsatkichlari bo‘yicha bajarilishi ko‘rsatadiki, eng yuqori o‘shish tendensiyasi yashash va ovqatlanish xizmatlari va sog‘liqni saqlash sohasidagi xizmatlari 2,5 barobar oshishi ko‘zda tutilgan. Eng past o‘shish tendensiyasi kuzatiladigan xizmat turlari, Ijara xizmatlari, kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta‘mirlash bo‘yicha xizmatlar, shaxsiy xizmatlar, me‘morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar va boshqa xizmatlar 1,9 barobar oshishi prognoz qilingan.

Mazkur qarorning afzallik jihatlaridan yana biri shundaki, bu qarorda mamlakatimiz hududlari bo‘yicha xizmatlar sohasini rivojlantirish orqali prognozi alohida ko‘rsatib o‘tilgan. Xususan, bu qarorda Samarqand viloyatida ham jami xizmatlar hajmi 2020 yilga nisbatan 2023 yilda 2,1 barobar oshishi prognoz qilingan. (6.2-jadval).

**2021 — 2023 yillarda Samarqand viloyatida xizmatlar sohasini
rivojlantirishning**

MAQSADLI PARAMETRLARI²⁶

T/r	Xizmatlar nomi	2020 yil		Prognoz (o‘shish sur‘ati, foiz)			
		hajmi, mlrd. so‘m	o‘shish sur‘ati, foiz	2021 yil	2022 yil	2023 yil	2023 yilda 2020 yilga nisbatan, baravar
	Jami xizmatlar:	14 318,7	102,6	120,6	127,8	134,4	2,1
	<i>shu jumladan asosiy turlari bo‘yicha:</i>						
I	Aloqa va axborotlashtirish xizmatlari	698,8	108,4	120,1	131,4	136,4	2,2
II	Moliyaviy xizmatlar	2 077,9	121,3	122,8	134,0	139,6	2,3
III	Transport xizmatlari	3 484,9	99,6	120,2	126,3	131,5	2,0
3.1.	<i>shu jumladan avtotransport xizmati</i>	3 366,5	105,8	121,3	127,4	132,6	2,0
IV	Yashash va ovqatlanish xizmatlari	458,3	87,8	128,1	135,7	139,4	2,4
V	Savdo xizmatlari	4 202,0	103,2	120,0	126,0	133,6	2,0
VI	Ko‘chmas mulk bilan bog‘liq xizmatlar	324,4	89,6	120,8	125,3	134,0	2,0
VII	Ta‘lim sohasidagi xizmatlar	736,7	114,3	121,0	129,5	136,2	2,1
VIII	Sog‘liqni saqlash sohasidagi xizmatlar	225,3	108,1	128,0	135,1	141,8	2,5
IX	Ijara xizmatlari	414,2	92,8	119,9	125,4	132,1	2,0

²⁶ “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-5113 сон қарорига 1.9-илова. 2021 йил 11 май. <https://lex.uz/ru/docs/5421233>

6.2-jadval davomi

X	Kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar	363,9	95,8	116,5	124,8	133,5	1,9
XI	Shaxsiy xizmatlar	552,6	90,7	116,7	124,7	133,0	1,9
XII	Me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar	296,9	85,7	118,8	124,1	130,8	1,9
XIII	Boshqa xizmatlar	482,7	88,5	117,0	123,3	131,0	1,9

Yuqoridagi jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, Samarqand viloyatida, 2020 yilda ayrim xizmatlar 2019 yilga qaraganda kamayish tendensiyasiga ega bo'lgan. Jumladan, Transport xizmatlari 0,4 foizga, Yashash va ovqatlanish xizmatlari 12,2 foizga, Ko'chmas mulk bilan bog'liq xizmatlar 10,4 foizga, Ijara xizmatlari 7,2 foizga, Kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar 4,2 foizga, Shaxsiy xizmatlar 9,3 foizga, Me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar 14,3 foizga, Boshqa xizmatlar 11,5 foizga kamayganligini ko'rishimiz mumkin. Bu kamayishga albatta eng ta'sir ko'rsatuvchi omil, karantin cheklovlari bo'lganligini qayd etishimiz mumkin. Bundan ko'rinadiki, 13 ko'rsatilgan xizmat turlaridan 8 tasida kamayish holatlari aniqlangan. Shunga qaramay Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish hajmi 2019 yilga qaraganda 2,6 foizga oshganligini ko'rishimiz mumkin. Bunga sabab, birinchidan, nisbatan ulushi yuqori bo'lgan xizmatlar o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan, ikkinchidan eng kam

kamayishi sodir bo'lgan transport xizmatlarining ulushi yuqori bo'lgan.

Xizmat ko'rsatish sohasini yildan yilga rivojlantirib borish har doimo mamlakatimiz rahbarlarining e'tiborlarida bo'lgan. Jumladan, 2007 yil 21 mayda birinchi Prezidentning "O'zbekiston Respublikasida 2010 yilgacha bo'lgan davrda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirishga oid qo'shimcha chora tadbirlar to'g'risida"gi yana bitta qarori e'lon qilindi. Mazkur qarorga asosan O'zbekiston Respublikasida 2007 -2010 yillarda xizmatlar ko'rsatish sohasini rivojlantirishning hudular bo'yicha yangilangan asosiy parametrlari hamda "Xizmat ko'rsatish va servis sohasini 2007-2010 yillarda rivojlantirish Dasturi"ning mavjud ehtiyojlarni hisobga olib aniqlashtirilgan va to'ldirilgan asosiy yo'nalishlari va tadbirlari ishlab chiqildi. Mazkur dasturda 9 ta asosiy xizmat turlari bo'yicha istiqbollar belgilab berilgan. Bularga quyidagilar kiradi:

- savdo va umumiy ovqatlanish xizmatlari;
 - transport xizmati;
 - aloqa va axborotlashtirish xizmati;
 - bank-moliya xizmatlari;
 - turizm va sayyohlik xizmatlari;
 - mehmonxona xo'jaligi xizmati;
 - kommunal-maishiy xizmatlar;
 - avtomobil va boshqa texnik vositalarni ta'mirlash xizmati;
 - sog'lomlashtirish va bolalar sportini rivojlantirish xizmatlari
- kabilar.

2021 yil 11 maydagi “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora tadbirlari to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-5113 son qarorida 13 ta asosiy xizmat turlari bo‘yicha istiqbollar belgilab berilgan. Bularga quyidagilar kiradi:

- aloqa va axborotlashtirish xizmatlari;
- moliyaviy xizmatlar;
- transport xizmatlari;
- yashash va ovqatlanish xizmatlari;
- savdo xizmatlari;
- ko‘chmas mulk bilan bog‘liq xizmatlar;
- ta‘lim sohasidagi xizmatlar;
- sog‘liqni saqlash sohasidagi xizmatlar;
- ijara xizmatlari;
- kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta‘mirlash bo‘yicha xizmatlar;
- shaxsiy xizmatlar;
- me‘morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar;
- boshqa xizmatlar.

Xizmatlarning yuqorida keltirilgan turlarini tahlil qiladigan bo‘lsak, ularning hammasida ham keskin o‘sish ko‘zda tutilgan. Mamlakatimiz hozirgi paytda davlat va nodavlat tuzilmalari tomonidan minglab xizmatlar ko‘rsatilmoqda. Ularning ayrim qismi aholiga, alohida shaxslarga, oilalarga, jamoalarga, hududlarga, davlatga ko‘rsatiladigan xizmatlar bo‘lsa, ayrimlari shu sub’ektlarning bir-biriga ko‘rsatadigan xizmatlaridir.

Xizmat ko'rsatish sohasi shunchalik keng qamrovliki, hozirgi kunda, bu soha kirib bormagan biron-bir tarmoq yo'q. Bu sohaning boshqa sohalarga nisbatan samaradorligi yuqori bo'lish tomonlari quyidagilar bilan belgilanadi:

1. Kam investitsiya hisobiga yangi ish o'rinlarini tezda yaratish imkoniyati.

2. Bu sohada yangi tashkil etilgan ish o'rinlarining aksariyati katta malaka va bilim talab qilmaydi.

3. Iste'molchilarning talabiga qarab xizmat ko'rsatish turlarini ko'paytirish imkoniyati mavjudligi.

4. Dunyoda servis sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi o'rtcha 61 foizni tashkil etadi, bizning mamlakatimizda bo'lsa 36 foizni tashkil etadi²⁷. Demak bizda bu sohani yanada rivojlantirish imkoniyatlari mavjudligi.

5. Xizmatlar sohasi barcha aholi qatlamlarini qamrab olishi, hamda jamiyatda sodir bo'layotgan barcha ijtimoiy iqtisodiy jarayotlarga ta'sir ko'rsatishi.

6. Xizmat ko'rsatish sohasini muntazam ravishda doimiy mamlakatimiz hukumati tomonidan qo'llab-quvvatlash turilishi.

Yuqoridagilarni inobatga olib aytishimiz mumkinki, mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasi eng istiqbolli tarmoq turlariga kiradi. Uning barcha yalpi ichki mahsuloidagi hissasi hozirgi kunda iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar bilan solishtirilganda bir muncha kam bo'lishi mumkin, ammo uning hissasi kelajakda oshib boraveradi. Bu keyingi yillardagi statistik axborotlarda ham o'z

²⁷ <https://review.uz/oz/post/xizmatlar-bozorini-rivojlantirish-iqtisodiyotning-ustuvor-yonalishi>

tasdig'ini topmoqda. Xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, 2018 yilda 31,8 foiz, 2019 yilda 32,2 foiz, 2020 yilda 34,6 foizni tashkil qilganligi ham xizmat ko'rsatish sohasi jadal sur'atlar bilan rivojlanayotganligidan dalolat beradi.

6.2. Xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorligini oshirishning ko'p omilli korrelyatsion-regression tahlili

Sohalarning rivojlanishi qachon sodir bo'ladi, qachonki shu sohada manfaatdorlik, ya'ni samaradorlik yuqori bo'lsa rivojlanish sodir bo'ladi. Iqtisodiy o'sishni ta'minlashda xizmat ko'rsatish sohasi muhim drayverga aylanishiga, ya'ni kelajakda yanada rivojlanishiga asosiy sabablardan biri, bu sohada kam harajat qilib yuqori daromad olish imkoniyati mavjudligida. Bundan tashqari mamlakatimizda ishsizlikni ta'minlashda eng asosiy omillardan biri ekanligidadir.

Katta xizmat ko'rsatish salohiyatga ega bo'lgan mamlakatimizda ushbu soha jadal rivojlanishi tayin. Chunki ushbu sohaga mamlakatimiz Prezidenti va hukumati ham doimiy ravishda katta e'tibor qaratib kelmoqda. Mamlakatimizda yuqorida ta'kidlanganidek, 2021-2023 yillarda xizmat sohasining umumiy hajmi 2,1 baravar oshirilishi prognoz qilingan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora tadbirlari to'g'risida"gi PQ-5113 son qarorida, mamlakatimiz hamma hududlari bo'yicha ham 2,1 barobar oshirishi ko'zda tutilgan. Lekin mamlakatimiz hududlarida xizmat ko'rsatish sohasi bir tekisda rivojlangan deya olmaymiz. Mamlakatimiz hududlari bo'yicha xizmat ko'rsatish sohasining, ya'ni ko'rsatilgan bozor xizmatlarining umumiy hajmdagi

eng katta ulush Toshkent shahri (36,9 foiz), shuningdek Toshkent (7,5 foiz), Samarqand (6,6 foiz) hamda Farg‘ona (6,1 foiz) viloyatlari hissasiga to‘g‘ri kelmoqda²⁸.

Demak, bundan xulosa qilishimiz mumkinki, Samarqand viloyati xizmat ko‘rsatish sohasida rivojlangan hududlardan biri hisoblanadi. Lekin xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish bo‘yicha barcha imkoniyatlardan to‘liq foydalanayapmiz deb bo‘lmaydi. Bu degani Samarqand viloyatida keyingi yillarda xizmatlar sohasini yanada rivojlantirish, bu sohaning samaradorligini oshirish imkoniyatlari mavjudligidan dalolat beradi.

Samarqand viloyatida yillar bo‘yicha tahlil qilganda quyidagilarni kuzatish mumkin. 2020 yilda xizmatlar hajmi 14318,7 mlrd.so‘mni tashkil qilgan bo‘lib 2009 yilga nisbatan 102,6 foizga o‘sganligini ko‘rishimiz mumkin. Viloyatimizda xizmat ko‘rsatish sohasini 2021 yilda 120,6 foizga, 2022 yilda 127,8 foizga, 2023 yilda – 134,4 foizga oshirish mo‘ljallangan. Shu uch yil mobaynida xizmatlar hajmi 2,1 barobar oshirilishi ko‘zda tutilgan.

Har qanday sohaning istiqbolini aniq belgilash uchun aniq raqamlar orqali matematik usullarni qo‘llagan holda bir qancha amallarni bajarishga to‘g‘ri keladi. Shu maqsadda mamlakatimiz hamda Samarqand viloyati bo‘yicha xizmat ko‘rsatish sohasida umumiy tushumga omillar ta’sirini aniqlab chiqdik.

Xizmat ko‘rsatish sohasi samaradorligini oshirish yo‘llarini aniqlash uchun natijaviy ko‘rsatkich sifatida uning umumiy tushumi olindi. Xizmat ko‘rsatish sohasi umumiy tushumi ko‘rsatkichining

²⁸ https://parliament.gov.uz/uz/events/opinion/34316/?sphrase_id=7626733

o'zgarishiga ta'sir etishi mumkin bo'lgan quyidagi omillar tanlab olindi:

X_1 - Aholi daromadlari (umumiy), mlrd.so'm;

X_2 - Qayta moliyalash stavkasi, foiz;

X_3 - Xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat yurituvchi korxonalar soni, dona;

X_4 - Xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lgan aholi soni, ming kishi;

X_5 - Xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lgan aholining mehnat unumdorligi darajasi;

X_6 – So'mning xorijiy valyutaga nisbatan kursi (AQSH dollariga nisbatan) so'm;

X_7 - Umumiy investitsiyalar miqdori, mlrd.so'm;

X_8 - Inflyatsiya darajasi, foiz;

U – Xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushum, mlrd. so'm.

Ushbu omillarning natijaviy ko'rsatkichga, ya'ni xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushum o'zgarishiga ta'sirini aniqlash uchun korrelyatsiya va regressiya tahlili usullaridan foydalanildi. Mamlakatimizda Samarqand viloyati xizmat ko'rsatish sohasi rivojlangan xududlardan biri hisoblanadi. Shuning uchun ham eng avvalo biz Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushumni oshirish yo'llarini ko'rib chiqamiz. Bunda tahlil qilish uchun guruhlar bo'yicha quyidagi ma'lumotlar jamlandi (6.3-jadval).

Odatda natijaning o'zgarishi bir qancha omillar bilan staxostik (bilvosita) tarzda bog'lanadigan bo'lsa, bunday bog'lanish statistikada korrelyatsion bog'lanish deb aytiladi. Bunday holda omillarning

ta'sirini korrelyatsiya va regressiya usullarini qo'llab aniqlash mumkin bo'ladi. Biroq natijaga juda ko'p omillar ta'sir qiladi. Ammo amaliyotda barcha omillarning ta'sirini aniqlash biroz murakkab. Birinchidan, juda ko'p omillarni hisobga olish, ularni raqamlarda ifodalash qiyin bo'lsa, ikkinchidan barcha omillar bo'yicha hisob-kitoblar olib borilmaydi. Shu tufayli tahlil jarayonida hisobga olinishi mumkin bo'lgan va asosiy, deb baholanidigan omillargina tahlil qilinadi. Ma'lum natijaga ta'sir etuvchi belgilar omillar, omillar ta'sirida shakllangan belgi natija deyiladi²⁹.

6.3-jadval

Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligiga ta'sir qiluvchi asosiy ko'rsatkichlar (2000-2020 yil ma'lumotlari asosida)³⁰

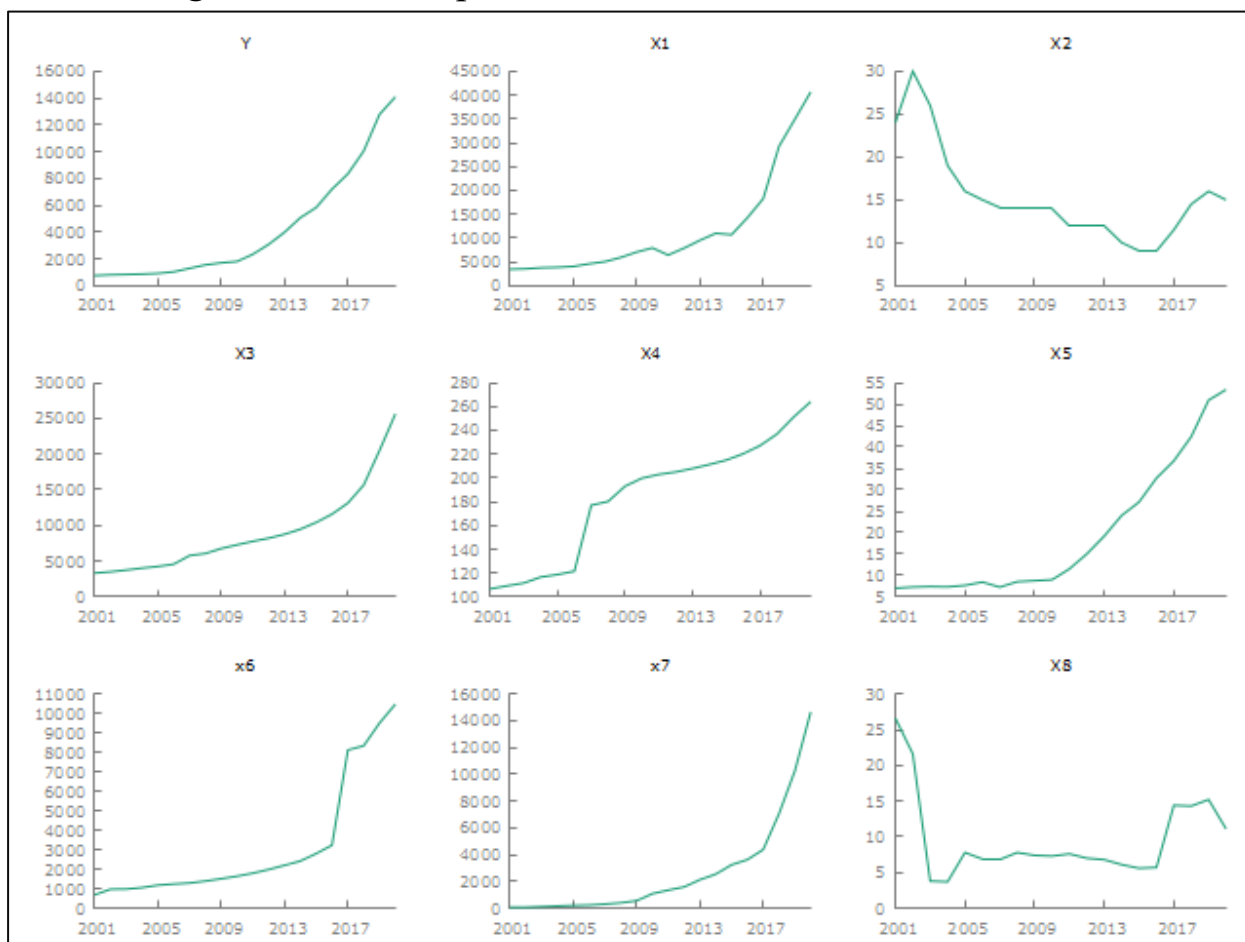
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	x6	x7	X8
2001	748,7	3426,30	24	3325	106,7	7,017	688,00	61,6	26,6
2002	798,2	3522,40	30	3510	109,266	7,305	970,00	63,9	21,6
2003	826,6	3746,20	26	3751	111,623	7,405	980,00	110,2	3,8
2004	856,4	3824,20	19	4021	116,601	7,345	1058,00	157,1	3,7
2005	912,3	4021,50	16	4264	118,741	7,683	1180,0	203,5	7,8
2006	1028,9	4556,80	15	4577	121,574	8,463	1240,00	233,4	6,8
2007	1287,4	5021,40	14	5786	177,01	7,273	1291,23	305,5	6,8
2008	1541,2	5896,20	14	6077	180,159	8,555	1393,00	403,7	7,8
2009	1692,7	7015,70	14	6763	192,956	8,772	1511,40	551,4	7,4
2010	1 799,3	7912,80	14	7287	199,626	9,013	1640,00	1083,1	7,3
2011	2 336,9	6408,70	12	7778	202,893	11,518	1795,00	1345,6	7,6
2012	3 080,7	7861,50	12	8210	204,885	15,036	1985,46	1586,0	7,0
2013	3 983,4	9494,10	12	8756	207,819	19,168	2202,20	2127,6	6,8
2014	5 065,9	10976,10	10	9479	211,217	23,984	2422,40	2540,4	6,1
2015	5 832,9	10683,60	9	10427	214,89	27,144	2809,98	3237,2	5,6
2016	7 200,5	14229,20	9	11584	220,213	32,698	3231,48	3623,5	5,7
2017	8 343,2	18257,90	11,5	13142	227,068	36,743	8120,07	4384,2	14,4
2018	10043,5	29260,00	14,5	15655	236,877	42,4	8336,25	7061,4	14,3

²⁹ Худайбердиев У.Х., Холиқулов А.Н., Бабаназарова С.А. Статистика. Дарслик, Самарқанд.: Фан булоғи нашриёти уйи, 2022, 352 бет.

³⁰ Самарқанд вилояти "Статистика" бошқармаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ҳисоб-китоб қилинган.

2019	12786,8	34951,20	16	20517	251,215	50,9	9507,56	10266,7	15,2
2020	14086,1	40655,10	15	25614	263,919	53,373	10476,92	14656,4	11,1

Biz yuqorida ko‘rsatilgan natijaviy belgi va omil belgilarning trend chizig‘ini ko‘rib chiqamiz.



6.1-rasm. Natijaviy va omil belgilarning trend chizig‘ining grafiklari³¹

6.1 – rasmdan ham ko‘rinib turibdiki, natijaviy belgining o‘zgarish trendiga, X1, X3, X5 va X7 omil belgilarining o‘zgarish trend chizig‘i grafigi yaqin ekanligini ko‘rishimiz mumkin.

Natijaviy ko‘rsatkichga omillar ta‘sirini aniqlashda asosan juft korrelyatsiya qo‘llaniladi. Juft korrelyatsiyani aniqlash bizga bir-birin takrorlaydigan omillarni aniqlash imkonini beradi hamda natijaviy

³¹ 4.3 жадвал маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

ko'rsatkichga ta'sir etish darajasi kuchsiz bo'lgan omillarni aniqlash uchun foydalaniladi. Ushbu usul bilan juft korrelyatsiyani aniqlash orqali regressiya tenglamasiga kiritiladigan omillarni aniqlab olamiz va ularni regressiya tenglamasiga kiritamiz.

Buning uchun quyidagi juft koeffitsiyent korrelyatsiya formulasidan³² foydalanildi:

$$r = \frac{\overline{YX} - \bar{Y} * \bar{X}}{\sigma_Y * \sigma_X} \quad (6.1)$$

Bunda \bar{Y} , \bar{X} , – natijaviy va omillarni ifodalovchi ko'rsatkichlarning o'rtacha miqdorlari;

\overline{YX} – natija bilan omillarni ifodalovchi ko'rsatkichlarning ko'paytmasi;

σ_u , σ_x -natijaviy va omillarning o'rtacha kvadratik chetlanishi.

Koeffitsiyent korrelyatsiyaning miqdori (-1)dan (+1)gacha oraliqdagi bog'liqlik darajasini aniqlash imkonini beradi. Koeffitsiyentning miqdori quyidagicha bo'lishi mumkin:

1. Koeffitsiyent korrelyatsici (-1) va (+1)ga qancha yaqin bo'lsa natija bilan omillar o'rtasidagi bog'liqlik shuncha zich bo'ladi.

2. Agar $r = 0$ bo'lsa bular o'rtasidagi bog'liqlik yo'q, degan xulosa uchun asos bo'ladi.

3. Agar $0 < r < 1$ bo'lsa ushbu ko'rsatkichlar o'rtasidagi bog'liqlik bevosita to'g'ri bo'lib, bir xil yo'nalishga ega bo'ladi.

4. $-1 < r < 0$ bo'lsa ular o'rtasidagi bog'liqlik teskari ekanligini ko'ramiz.

³² Статистика: учебник. / под ред. С.А.Орехова. – М.: Эксмо, 2010. – с. 172.

5. $r = 1$ (-1) bo'lsa ular o'rtasidagi bog'liqlik funksional, degan xulosaga kelish uchun asos bo'ladi.

Ushbu formuladan foydalangan holda kompyuterdagi "Ekzel dasturi"ni va ayrim amallarni qo'llab o'zaro takrorlanuvchi omillarni aniqlash uchun quyidagicha juft korrelyatsiya koeffitsentlari matritsasi tuzildi (6.4-jadval).

Tanlab olingan va regressiya tenglamasiga kiritilgan omillar o'zaro chiziqli yoki juda kuchli korrelyatsion bog'lanishda bo'lsa, ular ma'lum darajada bir-birini takrorlashi natijasida regressiya ko'rsatkichlari buziladi. Shu sababli barcha omillarning o'zaro bog'lanish kuchi juft korrelyatsiya koeffitsiyentini hisoblash yo'li bilan aniqlanib, bir-birini takrorlaydigan omillar tenglamadan chiqarib tashlanadi. Keyin esa regressiya tenglamasining ma'lum parametrlari ($a_0, a_1, a_2, \dots a_n$) aniqlanadi.

6.4-jadval

Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish korxonalarining umumiy tushumi va o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillarning o'zaro bir-biri bilan juft korrelyatsion bog'liqligi³³

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
Y	1	0,9739	- 0,3551	0,9797	0,8201	0,9966	0,9599	0,9623	0,1575
X1		1	- 0,2451	0,9799	0,7680	0,9570	0,9685	0,9841	0,1997
X2			1	- 0,3725	- 0,7050	- 0,3612	- 0,2416	- 0,2342	0,5198
X3				1	0,8471	0,9609	0,9446	0,9845	0,1042
X4					1	0,8056	0,7430	0,7463	- 0,1203

³³ Manba: Samarqand viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallifning ishlanmasi.

<i>6.4-jadval davimi</i>									
X5						1	0,9516	0,9411	0,1609
X6							1	0,9380	0,2464
X7								1	0,1716
X8									1

X1, X4, X6, X7 omillar X3 omil bilan yuqori korrelyatsiyaga ega va X3 natijaviy ko'rsatkich (U) bilan eng yuqori korrelyatsiyaga ega bo'lganligi uchun modelga faqat X3 omil kiritiladi.

X2 omil U bilan yetarlicha yuqori korrelyatsiyaga ega bo'lganligi uchun modelga kiritiladi.

X5 va U funksional bog'lanish bo'lganligi uchun X5 modelga qo'shilmaydi.

X8 va U past korrelyatsiyaga ega bo'lganligi uchun X8 modelga qo'shilmaydi.

Korrelyatsion matritsa tahlilidan so'ng ko'p omilli regressiya tenglamasini tuzishda natijaviy ko'rsatkich (U) va X2, X3 omillardan foydalanish kerakligini aniqlab oldik. Demak ko'p omilli regression tenglama quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi:

$$Y = \beta_1 X_2 + \beta_2 X_3 + C + u \quad (6.2)$$

Bunda: β_1 - X2 omil uchun koeffitsiyent

β_2 - X3 omil uchun koeffitsiyent

C – erkin had

u – hisobga olinmagan omillar xatoligi

Ushbu ko'rsatkichlarni Gretl dasturi yordamida tahlil qilamiz. Eng kichik kvadratlar usulidan foydalanib quyidagi ma'lumotlar olindi:

	коэффициент	ст. ошибка	t-статистика	p-значение	
const	-2220,34	819,963	-2,708	0,0149	**
X2	8,64279	39,5941	0,2183	0,8298	
X3	0,698001	0,0370824	18,82	8,05e-013	***

Среднее завис. перемен	4212,580	Ст. откл. завис. перемен	4195,725
Сумма кв. остатков	13382376	Ст. ошибка модели	887,2421
R-квадрат	0,959990	Исправ. R-квадрат	0,955283
F(2, 17)	203,9483	F-значение (F)	1,31e-12
Лог. правдоподобие	-162,5159	Крит. Акаике	331,0319
Крит. Шварца	334,0191	Крит. Хеннана-Куинна	331,6150
параметр rho	0,782359	Стат. Дарбина-Уотсона	0,542975

обратите внимание на сокращенные обозначения статистики

6.2-rasm. Natijaviy ko‘rsatkich (U) va X2, X3 omillar ishtirokidagi model ma’lumotlari³⁴

Olingan ma’lumotlardan foydalanib shuni aytishimiz mumkinki, X2 omilning ushbu modeldagi r-qiymati 0,1 dan katta bo‘lganligi uchun³⁵. X2 modeldan chiqarib yuboriladi.

Gretl dasturi yordamidagi dastlabki tahlildan so‘ng regressiya tenglamasini tuzishda natijaviy ko‘rsatkich (U) va X3 omildan foydalanish kerakligini aniqlab oldik. Ko‘p omilli regression tenglama quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

$$Y = \beta_1 X3 + C + u \quad (6.3)$$

Bunda: β_1 - X3 omil uchun koeffitsiyent

C – erkin had

u – hisobga olinmagan omillar xatoligi

³⁴ Gretl dasturi ёрдамида маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

³⁵ Кристофер Доугерти. Введения в эконометрику. Учебник. М: Инфра-м. 2009. 61-68 стр.

Ushbu ko'rsatkichlarni Gretl dasturi yordamida tahlil qilamiz. Eng kichik kvadratlar usulidan foydalanib quyidagi ma'lumotlar olindi:

gretl: модель 4

Файл Правка Тесты Сохранить Графики Анализ LaTeX

Модель 4: МНК, использованы наблюдения 2001-2020 (T = 20)
Зависимая переменная: Y

	коэффициент	ст. ошибка	t-статистика	p-значение	
const	-2060,46	358,688	-5,744	1,91e-05	***
X3	0,694985	0,0334905	20,75	5,09e-014	***

Среднее завис. перемен 4212,580 Ст. откл. завис. перемен 4195,725
Сумма кв. остатков 13419884 Ст. ошибка модели 863,4519
R-квадрат 0,959878 Исправ. R-квадрат 0,957649
F(1, 18) 430,6331 P-значение (F) 5,09e-14
Лог. правдоподобие -162,5439 Крит. Акаике 329,0879
Крит. Шварца 331,0793 Крит. Хеннана-Куинна 329,4766
параметр rho 0,779408 Стат. Дарбина-Уотсона 0,536705
обратите внимание на сокращенные обозначения статистики

Тест Вайта (White) на гетероскедастичность -
Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует
Тестовая статистика: LM = 10,0477
p-значение = P(Chi-квадрат(2) > 10,0477) = 0,00657929

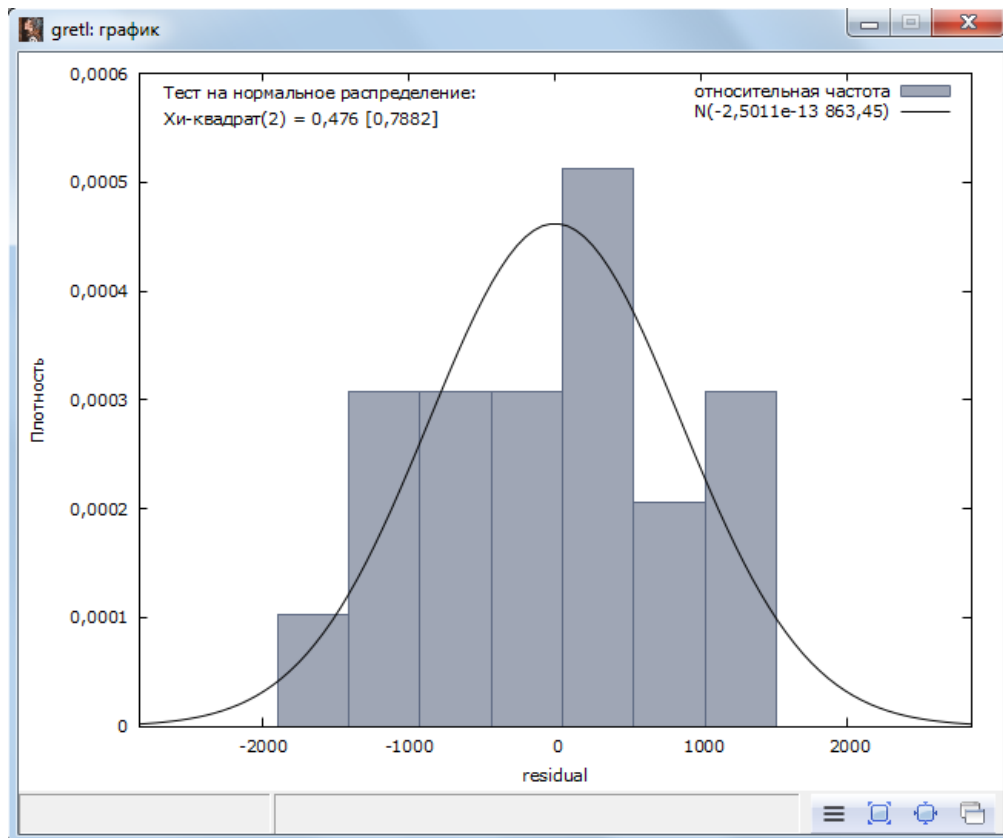
6.3-*рasm*. Natijaviy ko'rsatkich (U) va X3 omillar ishtirokidagi model ma'lumotlari³⁶

Olingan ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, U uchun X3 omili yordamida tuzilgan model o'rinli, chunki model uchun r-qiyamat 0.006³⁷.

Birinchi bo'lib tenglamamiz normal taqsimotga ega yoki ega emasligini tekshiramiz. Buning uchun Gretl dasturidan foydalanib olingan regressiya tenglamasi uchun taqsimot grafigini olamiz:

³⁶ Gretl dasturi ёрдамида маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

³⁷ Кристофер Доугерти. Введения в эконометрику. Учебник. М: Инфра-м. 2009. 61-68 стр.



6.4-rasm. Natijaviy ko‘rsatkich (U) va X3 omillar ishtirokidagi normal taqsimot testi³⁸

Grafikdagi ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki regression tenglamamiz normal taqsimotga ega, chunki xi-kvadrat [-3;3] oralig‘iga tegishli³⁹.

Endi modelni Uayt testi yordamida Geteroskedastichnost (bir jinsli dispersiya) ga tekshirib ko‘ramiz. Buning uchun Gretl dasturidan foydalanib olingan regressiya tenglamasi uchun Uayt testini o‘tkazib quyidagi ma’lumotlarni olamiz:

³⁸ Gretl dasturi ёрдамида маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

³⁹ Jeffrey M. Wooldridge Introductory Econometrics: Modern Approach, USA South-Western Publisher, 2003. p.690-691

	коэффициент	ст. ошибка	t-статистика	p-значение
const	-129517	448119	-0,2890	0,7761
X3	88,8581	84,9820	1,046	0,3104
sq_X3	-1,33845e-05	0,00311336	-0,004299	0,9966

Неисправленный R-квадрат = 0,502383

Тестовая статистика: TR² = 10,047656,
p-значение = P(Chi-квадрат(2) > 10,047656) = 0,006579

6.5-rasm. Natijaviy ko'rsatkich (U) va X3 omillar ishtirokidagi Uayt testi⁴⁰

Olingan ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, ushbu modelimiz bir jinsli (monoskidostichniy), chunki ushbu test uchun r-qiyamat 0.006 ga teng⁴¹.

Yuqoridagi o'tkazilgan tahlillar natijasida shuni aytishimiz mumkinki, tuzilayoytgan regressiya tenglamasi iqtisodiy jihatdan mazmunga ega va u quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi.

$$Y=0.694985*X3 - 2060.46 \quad (6.4)$$

Regressiya chiziqli tenglamasi parametrlarining mohiyatli ekanligini tekshirishda t mezonlaridan foydalaniladi. Buning uchun har bir parametrga mos kelgan t ning haqiqiy qiymatlarini quyidagi formulalar yordamida hisoblanadi⁴².

$$t_{a0} = \frac{a_0 \sqrt{n-2}}{\sigma_k}; \quad (6.5)$$

⁴⁰ Gretl dasturi ёрдамида маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

⁴¹ Jeffrey M. Wooldridge Introductory Econometrics: Modern Approach, USA South-Western Publisher, 2003. p.259-261

⁴² Абдуллаев Ё. Статистика назарияси. Т. Меҳнат. 2000. – Б. 212.

$$t_{a1} = \frac{a_1 \sigma_x \sqrt{n-2}}{\sigma_k}; \quad (6.6)$$

Styudent me'zoni bilan tekshirish uchun biz t_f ni aniqlab olishimiz kerak. t_f quyidagi formula⁴³ yordamida topildi:

$$t_{\phi} = R \sqrt{\frac{n-p-1}{(1-R^2)}} \quad (6.7)$$

Hisob-kitoblar quyidagi natijalarni berdi. Ishonchlilik darajasi $r = 0,95$ bo'lganda t- Styudent mezonining jadval qiymati $t_j = 2,845$ bo'ladi. Bizda $t_f=20,75$ ni tashkil etdi. Demak, $t_f > t_j$ ($20,75 > 2,845$). Bu esa, hosil qilingan tenglamamiz natijaviy ko'rsatkich bilan omillar o'rtasidagi bog'lanishni to'g'ri ifodalanganligidan dalolat beradi.

Korrelyatsiya indeksining mohiyatli ekanligini Fisher (G') mezonini bilan tekshiriladi⁴⁴. Mezonning (G'haq) qiymati formula yordamida aniqlanib, uning jadvaldagi qiymati bilan taqqoslanadi. Fisher mezonining haqiqiy qiymati 430,6331 ga tengligi formula hamda Gretl dasturi yordamidan aniqlandi. Jadvaldagi qiymati esa 4,41 ga teng⁴⁵. Demak, $G'haq > G'j$ ($430,6331 > 4,41$). Bundan ko'rinib turibdiki, xizmat ko'rsatish korxonalarining bir yillik o'rtacha daromadi bilan unga ta'sir qiluvchi omillar o'rtasidagi bog'lanish mohiyatlidir.

$$F = \frac{i^2}{1-i^2} * \frac{n * m}{m-1} \quad (6.8)$$

6.2-rasmdagi ma'lumotlarga ko'ra ushbu model uchun determinatsiya koeffitsiyenti $R^2=0.9598$ ga teng. Ya'ni X3 omilning kelajakdagi o'zgarishi U o'zgarishining qariyb 96% izohlab bera

⁴³ Кристофер Доугерти. Введения в эконометрику. Учебник. М: Инфра-м. 2009 – С. 111-115.

⁴⁴ Кристофер Доугерти. Введения в эконометрику. Учебник. М: Инфра-м. 2009 – С. 116-118.

⁴⁵ Абдуллаев Ё. Статистика назарияси. Т. Меҳнат. 2000. – Б-429.

oladi, qolgan 4% bu hisobga olinmagan faktorlar hissasiga to'g'ri keladi. Yuqoridagi regressiya tenglamasidan shunday xulosa qilish mumkinki, X3 omilning 1 birlikka o'zgarishi natijaviy ko'rsatkichning 0.69 birlikka o'zgarishiga olib keladi.

Yuqoridagi tahlillar natijasida shu narsa ma'lum bo'ldiki Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushumni oshirish uchun eng avvalo viloyatda faoliyat yuritayotgan xizmat ko'rsatish korxonalarini sonini qo'paytirishimiz lozim.

Xizmat ko'rsatish sohasi samaradorligini oshirish yo'llarini aniqlash uchun natijaviy ko'rsatkich sifatida uning umumiy tushumi olinishini yuqorida ta'kidlagandik. Bu natijaviy ko'rsatkichining o'zgarishiga ta'sir etishi mumkin bo'lgan quyidagi omillar tanlab olindi:

X₁- Aholi daromadlari (umumiy), mlrd.so'm;

X₂- Qayta moliyalash stavkasi, foiz;

X₃- Xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat yurituvchi korxonalar soni, dona;

X₄- Xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lgan aholi soni, ming kishi;

X₅- Xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lgan aholining mehnat unumdorligi darajasi;

X₆ – So'mning xorijiy valyutaga nisbatan kursi (AQSH dollariga nisbatan) so'm;

X₇- Umumiy investitsiyalar miqdori, mlrd.so'm;

X₈- Inflyatsiya darajasi, foiz;

U – Xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushum, mlrd. so'm.

Biz yuqorida bu omillarning Samarqand viloyatida natijaviy ko‘rsatkichga ta’siri qanday ekanligini aniqlab oldik. Endi mana shu omillarning Respublikada xizmat ko‘rsatish sohasida umumiy tushum o‘zgarishiga ta’siri qanday ekanligini aniqlash uchun tadqiqotlar olib bordik. Respublikamizda xizmat ko‘rsatish sohasida umumiy tushumni oshirish yo‘llarini ko‘rib chiqamiz. Bunda tahlil qilish uchun guruhlar bo‘yicha quyidagi ma’lumotlar jamlandi (6.5-jadval).

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, Respublikamizda xizmat ko‘rsatish sohasida umumiy tushumga sakkizta omil ta’sir qilmoqda. Biz eng avvalo, yuqorida ko‘rsatilgan natijaviy belgi va omil belgilarning trend chizig‘ini ko‘rib chiqamiz.

6.5-jadval

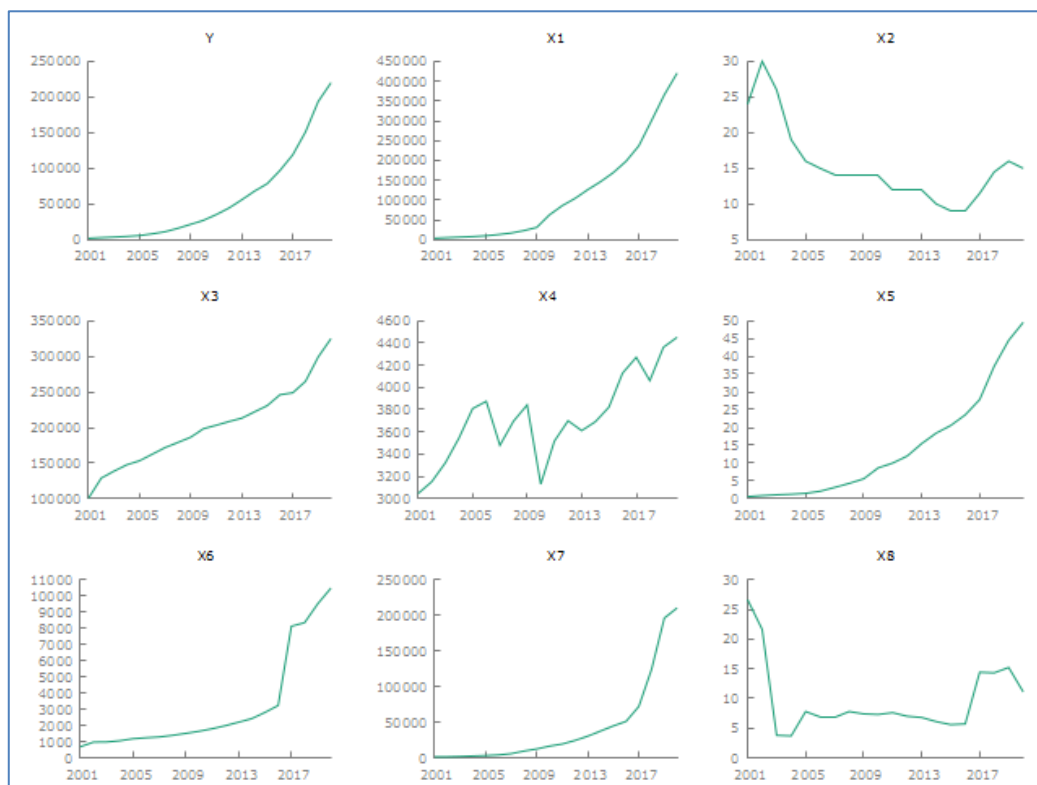
O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish korxonalari samaradorligiga ta’sir qiluvchi asosiy ko‘rsatkichlar (2000-2020 yil ma’lumotlari asosida)⁴⁶

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
2001	1881,46	3605,64	24	100927	3047,2	0,61744	688,00	1320,90	26,6
2002	2823,62	5196,72	30	128998	3152,7	0,89562	970,00	1526,60	21,6
2003	3679,33	6490,35	26	138768	3323,2	1,10716	980,00	1978,10	3,8
2004	4534,49	7702,29	19	147665	3544,7	1,27923	1058,00	2629,00	3,7
2005	5840,79	9728,60	16	153343	3808,4	1,53366	1180,0	3165,20	7,8
2006	8199,92	12954,94	15	162543	3874,3	2,11649	1240,00	4041,00	6,8
2007	11105,36	16872,73	14	171723	3479,4	3,19175	1291,23	5903,50	6,8
2008	15951,46	22894,80	14	178989	3696,8	4,31494	1393,00	9555,90	7,8
2009	21519,13	30862,24	14	186234	3841,3	5,60204	1511,40	12531,90	7,4
2010	27 126,8	62631,56	14	198190	3131	8,66394	1640,00	16463,70	7,3
2011	35 196,3	85933,46	12	203063	3517,2	10,0069	1795,00	19500,00	7,6
2012	44 386,0	104263,03	12	208276	3699,3	11,9985	1985,46	24455,30	7,0
2013	55 872,8	126267,97	12	212989	3611,8	15,4695	2202,20	30490,10	6,8
2014	68 032,1	146392,91	10	221785	3690,9	18,4324	2422,40	37646,20	6,1
2015	78 530,4	169344,29	9	230543	3821,8	20,548	2809,98	44810,40	5,6
2016	97 050,0	197962,44	9	245848	4127,4	23,5136	3231,48	51232,00	5,7

⁴⁶ Давлат “Статистика” қўмитаси маълумотлари ҳамда муаллифнинг шахсий кузатувлари асосида муаллиф томонидан ҳисоб-китоб қилинган.

6.5-jadval davimi

2017	118 811,0	236893,15	12	248591	4269,1	27,8305	8120,07	72155,20	14,4
2018	150 889,8	300842,69	15	264633	4059,7	37,1677	8336,25	124231,30	14,3
2019	193 697,8	365735,65	16	298856	4359,6	44,4302	9507,56	195927,34	15,2
2020	219 978,5	420338,33	15	324546	4448,4	49,4512	10476,92	210195,10	11,1



6.6-rasm. Natijaviy va omil belgilarning trend chizig‘ining grafiklari⁴⁷.

6.6 – rasmdan ham ko‘rinib turibdiki, natijaviy belgining o‘zgarish trendiga, X1, X5 va X7 omil belgilarining o‘zgarish trend chizig‘i grafigi yaqin ekanligini ko‘rishimiz mumkin. Bundan shunday xulosa qilish mumkinki, natijaviy ko‘rsatkichning o‘zgarishi, mana shu ko‘rsatkichlarning o‘zgarishiga qolgan omillarga nisbatan yaqin. Natijaviy ko‘rsatkichga omillar ta‘sirini aniqlash uchun natija

⁴⁷ 4.5 jadval maълumotlari asosida muallifning ishlanmasi

ko'rsatkichi va barcha omillarning juft korrelyatsiya koeffitsentini aniqlab olishimiz lozim. Buning uchun kompyuterdagi "Gretl" dasturini va ayrim amallarni qo'llab o'zaro takrorlanuvchi omillarni aniqlash uchun quyidagicha juft korrelyatsiya koeffitsentlari matritsasi tuzildi (6.6-jadval).

6.6-jadval

O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish korxonalarining umumiy tushumi va o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillarning o'zaro bir-biri bilan juft korrelyatsion bog'liqligi⁴⁸

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
Y	1	0,997	- 0,3528	0,9425	0,8131	0,9973	0,9636	0,9739	0,1541
X1		1	- 0,3859	0,9504	0,7992	0,9990	0,9517	0,9587	0,1369
X2			1	- 0,5950	- 0,5311	- 0,3919	- 0,2416	- 0,2110	0,5198
X3				1	0,8320	0,9535	0,8729	0,8833	-0,108
X4					1	0,8002	0,8032	0,7651	- 0,1318
X5						1	0,9523	0,9608	0,1327
X6							1	0,9540	0,2464
X7								1	0,2097
X8									1

Jadvaldan foydalanib natijaviy ko'rsatkich va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar o'rtasidagi o'zaro korrelyatsiyalar qiymatidan foydalanib, regression modelga kiritilishi mumkin bo'lgan omillar tahlilini o'tkazamiz.

Natijaviy ko'rsatkich (U) va X1, X5 o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsiyentlari mos ravishda 0,9970 hamda 0,9973 bo'lganligi uchun

⁴⁸ Манба: Самарқанд вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси.

X1, X5 modelga kiritilishi mumkin emas, chunki o‘zaro funksional bog‘liqlikka ega.

X8 omil natijaviy ko‘rsatkich (U) bilan o‘zaro past (0,1541) korrelyatsiya koeffitsiyentiga ega bo‘lganligi uchun modelga kiritilmaydi.

X3 va X6 omillar X7 omil bilan yuqori korrelyatsiya koeffitsiyentiga ega, lekin natijaviy ko‘rsatkich (U) bilan X7 yuqoriroq korrelyatsion bog‘lanishga ega bo‘lganligi uchun modelga X7 kiritiladi, hamda X3 va X6 omillar modeldan chiqarib yuboriladi.

Korrelyatsion matritsa tahliliga asoslanib modelga X2, X4 va X7 omillarni kiritamiz. Demak ko‘p omilli regression tenglama quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

$$Y = \beta_1 X_2 + \beta_2 X_4 + \beta_3 X_7 + C + u \quad (6.9)$$

Bunda: β_1 - X2 omil uchun koeffitsiyent

β_2 - X4 omil uchun koeffitsiyent

β_3 - X7 omil uchun koeffitsiyent

C – erkin had

u – hisobga olinmagan omillar xatoligi

Ushbu ko‘rsatkichlarni Gretl dasturi yordamida tahlil qilamiz. Eng kichik kvadratlar usulidan foydalanib quyidagi ma’lumotlar olindi:

	коэффициент	ст. ошибка	t-статистика	p-значение	
const	16417,5	54050,3	0,3037	0,7652	
X2	-1655,44	635,838	-2,604	0,0192	**
X4	6,73865	13,4536	0,5009	0,6233	
X7	0,969141	0,0742949	13,04	6,08e-010	***

Среднее завис. перемен	58255,35	Ст. откл. завис. перемен	66168,80
Сумма кв. остатков	2,36e+09	Ст. ошибка модели	12147,04
R-квадрат	0,971621	Исправ. R-квадрат	0,966300
F(3, 16)	182,5976	P-значение (F)	1,39e-12
Лог. правдоподобие	-214,2441	Крит. Акаике	436,4883
Крит. Шварца	440,4712	Крит. Хеннана-Куинна	437,2658
параметр rho	0,677856	Стат. Дарбина-Уотсона	0,643668

обратите внимание на сокращенные обозначения статистики

Исключая константу, наибольшее р-значение получено для переменной 5 (X4)

6.7-*ras*m. Natijaviy ko‘rsatkich (U) va X2, X4, X7 omillar ishtirokidagi model ma’lumotlari⁴⁹

Olingan ma’lumotlardan foydalanib shuni aytishimiz mumkinki, X4 omilning ushbu modeldagi r-qiymati 0,1 dan katta bo‘lganligi uchun⁵⁰. X4 modeldan chiqarib yuboriladi.

Gretl dasturi yordamidagi dastlabki tahlildan so‘ng regressiya tenglamasini tuzishda natijaviy ko‘rsatkich (U) va X2, X7 omillardan foydalanish kerakligini aniqlab oldik. Ko‘p omilli regression tenglama quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

$$Y = \beta_1 X2 + \beta_2 X7 + C + u \quad (6.10)$$

Bunda: β_1 - X2 omil uchun koeffitsiyent

β_2 - X7 omil uchun koeffitsiyent

⁴⁹ Gretl dasturi ёрдамида маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

⁵⁰ Кристофер Доугерти. Введения в эконометрику. Учебник. М: Инфра-м. 2009. 61-68 стр.

C – erkin had

u – hisobga olinmagan omillar xatoligi

Ushbu ko‘rsatkichlarni Gretl dasturi yordamida tahlil qilamiz. Eng kichik kvadratlar usulidan foydalanib quyidagi ma’lumotlar olindi:

	коэффициент	ст. ошибка	t-статистика	p-значение	
const	43115,4	8764,51	4,919	0,0001	***
X2	-1842,47	503,174	-3,662	0,0019	***
X7	0,998481	0,0446823	22,35	4,85e-014	***

Среднее завис. перемен 58255,35 Ст. откл. завис. перемен 66168,80
Сумма кв. остатков 2,40e+09 Ст. ошибка модели 11876,39
R-квадрат 0,971176 Исправ. R-квадрат 0,967785
F(2, 17) 286,3909 P-значение (F) 8,09e-14
Лог. правдоподобие -214,3997 Крит. Акаике 434,7995
Крит. Шварца 437,7867 Крит. Хеннана-Куинна 435,3826
параметр rho 0,667583 Стат. Дарбина-Уотсона 0,667715

обратите внимание на сокращенные обозначения статистики

Тест на нормальное распределение ошибок -
Нулевая гипотеза: ошибки распределены по нормальному закону
Тестовая статистика: Хи-квадрат(2) = 2,51519
p-значение = 0,284336

Тест Вайта (White) на гетероскедастичность -
Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует
Тестовая статистика: LM = 5,44299
p-значение = P(Хи-квадрат(5) > 5,44299) = 0,364238

6.8-rasm. Natijaviy ko‘rsatkich (U) va X2, X7 omillar ishtirokidagi model ma’lumotlari⁵¹

Olingan ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki, U uchun X2 va X7 omillar yordamida tuzilgan model o‘rinli emas, chunki model uchun Vayt testdagi r -qiymat 0.36 ga teng bo‘lib, modelda ko‘p jinslilik

⁵¹ Gretl dasturi ёрдамида маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

alomati alomati borligini ko'rsatmoqda. X2 omil U bilan pastroq korrelyatsiya koeffitsiyentiga ega bo'lganligi uchun uni modeldan chiqarib yuboramiz va qayta tahlil o'tkazamiz.

Gretl dasturi yordamidagi tahlillardan so'ng regressiya tenglamasini tuzishda natijaviy ko'rsatkich (U) va X7 omildan foydalanish kerakligini aniqlab oldik. Ko'p omilli regression tenglama quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi:

$$Y = \beta_1 X7 + C + u \quad (6.11)$$

Bunda: β_1 - X7 omil uchun koeffitsiyent

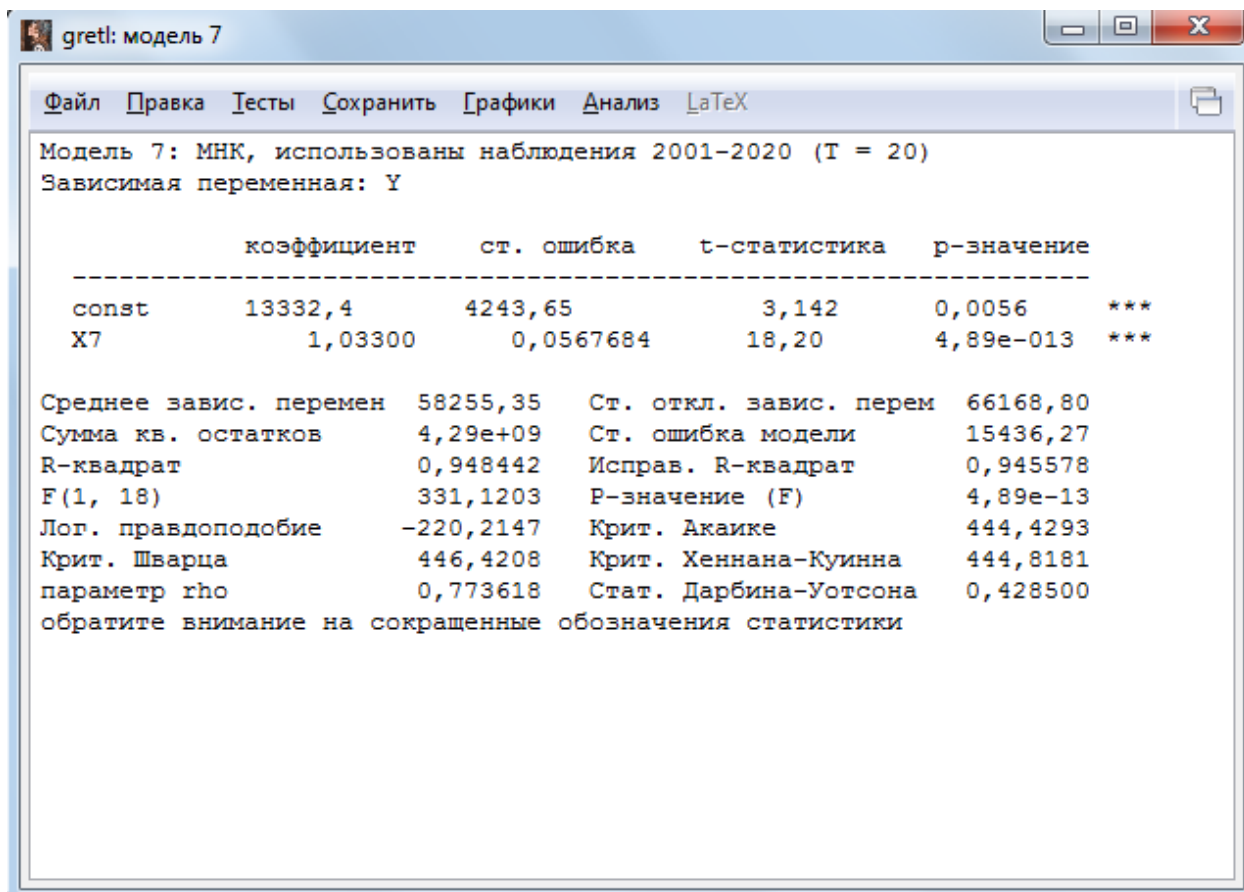
C – erkin had

u – hisobga olinmagan omillar xatoligi

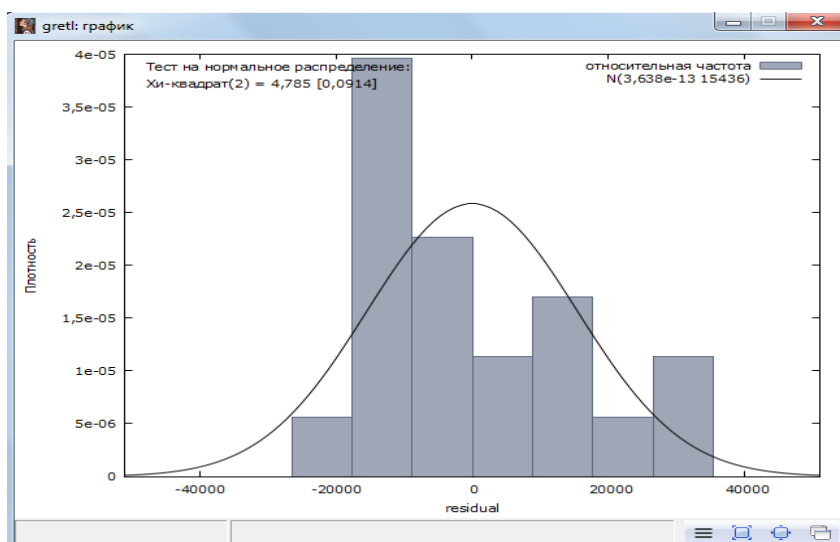
Ushbu ko'rsatkichlarni Gretl dasturi yordamida tahlil qilamiz. Eng kichik kvadratlar usulidan foydalanib quyidagi ma'lumotlar olindi:

Olingan ma'lumotlardan foydalanib shuni aytishimiz mumkinki, keyingi o'tkaziladigan testlar ijobiy natija bersa, modelimiz o'rinli deb hisoblashimiz mumkin.

Birinchi bo'lib tenglamamiz normal taqsimotga ega yoki ega emasligini tekshiramiz. Buning uchun Gretl dasturidan foydalanib olingan regressiya tenglamasi uchun taqsimot grafigini chizamiz:



6.9-*rasm*. Natijaviy ko‘rsatkich (U) va X7 omillar ishtirokidagi model ma’lumotlari



6.10-*rasm*. Natijaviy ko‘rsatkich (U) va X7 omillar ishtirokidagi normal taqsimot testi⁵²

Графикдagi ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki regression tenglamamiz normal taqsimotga ega emas, chunki xi-kvadrat 4.785

⁵² Gretl dasturi ёрдамида маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

qiymatga ega⁵³. Demak modelimiz normal taqsimotga ega bo'lishi uchun qo'shimcha $\ln X_7$ qiymatlardan foydalanib yangi model tuzamiz.

	коэффициент	ст. ошибка	t-статистика	p-значение
const	-303492	40993,5	-7,403	7,26e-07 ***
l_X7	37468,4	4191,93	8,938	4,88e-08 ***

Среднее завис. перемен	58255,35	Ст. откл. завис. перемен	66168,80
Сумма кв. остатков	1,53e+10	Ст. ошибка модели	29151,24
R-квадрат	0,816123	Исправ. R-квадрат	0,805908
F(1, 18)	79,89171	P-значение (F)	4,88e-08
Лог. правдоподобие	-232,9302	Крит. Акаике	469,8604
Крит. Шварца	471,8519	Крит. Хеннана-Куинна	470,2492
параметр rho	0,916353	Стат. Дарбина-Уотсона	0,149424

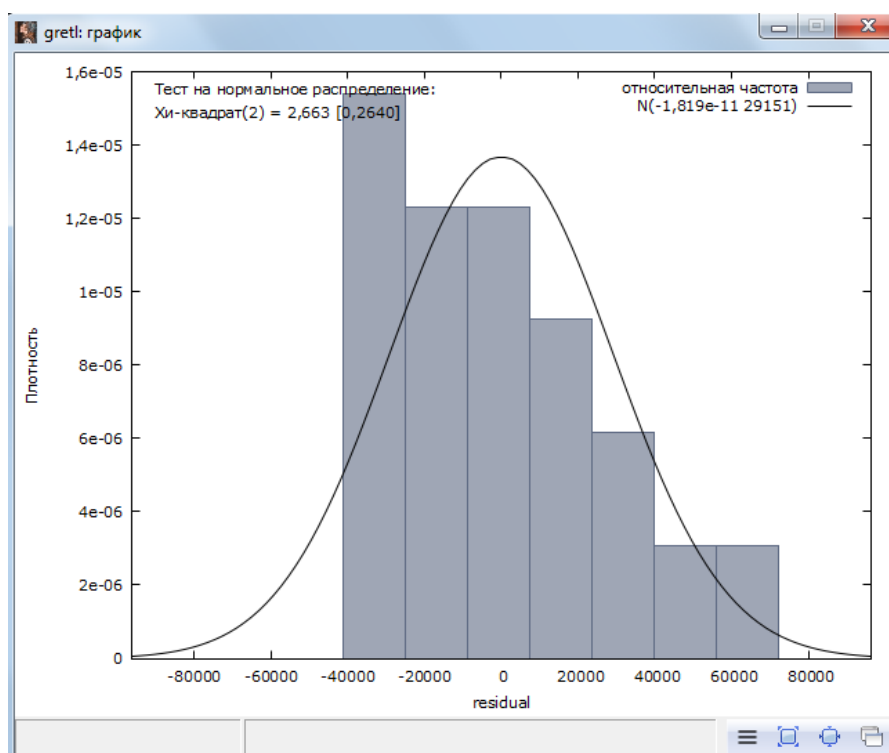
обратите внимание на сокращенные обозначения статистики

6.11-rasm. Natijaviy ko'rsatkich (U) va $\ln X_7$ omillar ishtirokidagi model ma'lumotlari

Yuqoridagi ma'lumotlardan foydalanib shunday xulosa qilishimiz mumkinki, keyingi o'tkaziladigan testlar ijobiy natija bersa, modelimiz o'rinli deb hisoblashimiz mumkin.

Endi tenglamamiz normal taqsimotga ega yoki ega emasligini tekshirib ko'rishimiz lozim. Buning uchun Gretl dasturidan foydalanib olingan regressiya tenglamasi uchun taqsimot grafigini chizamiz:

⁵³ Jeffrey M. Wooldridge Introductory Econometrics: Modern Approach, USA South-Western Publisher, 2003. p.690-691



6.12-rasm. Natijaviy ko‘rsatkich (U) va lnX7 omillar ishtirokidagi normal taqsimot testi

Grafikdagi ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki regression tenglamamiz normal taqsimotga ega, chunki xi-kvadrat [-3;3] oralig‘iga tegishli⁵⁴.

Keyingi navbatda modelni Vayt testi yordamida Geteroskedastichnost (bir jinsli dispersiya) ga tekshirib ko‘rishimiz kerak. Buning uchun Gretl dasturidan foydalanib olingan regressiya tenglamasi uchun Vayt testini o‘tkazib quyidagi ma’lumotlarni olamiz:

⁵⁴ Jeffrey M. Wooldridge Introductory Econometrics: Modern Approach, USA South-Western Publisher, 2003. p.690-691

gretl: LM тест (гетероскедастичность)

Тест Вайта (White) на гетероскедастичность
 МНК, использованы наблюдения 2001-2020 (T = 20)
 Зависимая переменная: uhat^2

	коэффициент	ст. ошибка	t-статистика	p-значение	
const	1,67052e+010	7,00515e+09	2,385	0,0290	**
l_X7	-3,60348e+09	1,47479e+09	-2,443	0,0258	**
sq_l_X7	1,97113e+08	7,61038e+07	2,590	0,0191	**

Неисправленный R-квадрат = 0,373161

Тестовая статистика: $TR^2 = 7,463213$,
 p-значение = $P(\text{Хи-квадрат}(2) > 7,463213) = 0,023954$

6.13-рasm. Natijaviy ko‘rsatkich (U) va lnX7 ishtirokidagi Vayt testi⁵⁵

Olingan ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki, ushbu modelimiz bir jinsli (monoskidostichniy), chunki ushbu test uchun r-qiyamat 0.023954 ga teng⁵⁶.

Hisob-kitoblar quyidagi natijalarni berdi. Ishonchlilik darajasi $r = 0,95$ bo‘lganda t- Student mezonining jadval qiymati $t_j = 2,845$ bo‘ladi. 4.11 rasmdan ko‘rinib turibdiki, bizda $t_f=8,938$ ni tashkil etdi. Demak, $t_f > t_j$ ($8,938 > 2,845$). Bu esa, hosil qilingan tenglamamiz natijaviy ko‘rsatkich bilan omillar o‘rtasidagi bog‘lanishni to‘g‘ri ifodalanganligidan dalolat beradi.

Korrelyatsiya indeksining mohiyatli ekanligini Fisher (G‘) mezoni bilan tekshirib ko‘rishimiz lozim⁵⁷. Fisher mezonining haqiqiy qiymati 79.89171 ga tengligi Gretl dasturi yordamidan aniqlandi.

⁵⁵ Gretl dasturi ёрдамида маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

⁵⁶ Jeffrey M. Wooldridge Introductory Econometrics: Modern Approach, USA South-Western Publisher, 2003. p.259-261

⁵⁷ Кристофер Доугерти. Введения в эконометрику. Учебник. М: Инфра-м. 2009 – С. 116-118.

Jadvaldagi qiymati esa 4,41 ga teng⁵⁸. Demak, $G'_{\text{haq}} > G'_{\text{j}}$ ($79.89171 > 4,41$). Bundan ko'rinib turibdiki, xizmat ko'rsatish korxonalarining bir yillik o'rtacha daromadi bilan unga ta'sir qiluvchi omillar o'rtasidagi bog'lanish mohiyatlidir.

Yuqoridagi o'tkazilgan tahlillar natijasida shuni aytishimiz mumkinki, biz taklif qilmoqchi bo'lgan regressiya tenglamasi iqtisodiy jihatdan mazmunga ega va u quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi.

$$Y \approx 37468.4 * \ln X7 - 303492$$

6.11-rasmdagi ma'lumotlarga ko'ra ushbu model uchun determinatsiya koeffitsiyenti $R^2=0.813123$ ga teng. Ya'ni $X7$ omilning kelajakdagi o'zgarishi U o'zgarishining 81% dan ko'prog'ini izohlab bera oladi, qolgan qariyb 19% bu hisobga olinmagan faktorlar hissasiga to'g'ri keladi. Yuqoridagi regressiya tenglamasidan shunday xulosa qilish mumkinki, $X7$ omilning 1 foizga o'zgarishi natijaviy ko'rsatkichning 37468.4 birlikka o'zgarishiga olib keladi.

Yuqoridagi tahlillar natijasida shu narsa ma'lum bo'ldiki, mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushumni oshirish uchun eng avvalo mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasiga kiritiladigan Umumiy investitsiyalar miqdori ko'paytirishimiz lozim. Aynan mana shu sohadagi korxonalar sonini oshirish uchun mamlakatimiz Prezidenti va hukumati tomonidan ham katta e'tibor qaratilmoqda.

Chunonchi, Prezident Shavkat Mirziyoev raisligida 2021 yil 14 dekabr kuni xizmatlar sohasini rivojlantirish bo'yicha amalga

⁵⁸ Абдуллаев Ё. Статистика назарияси. Т. Меҳнат. 2000. – Б-429.

oshirilayotgan ishlar natijadorligi hamda kelgusidagi ustuvor vazifalar muhokamasi yuzasidan videoselektor yig‘ilishi o‘tkazildi. “Umuman, xorijiy mehmonlarga haridlari uchun qo‘shilgan qiymat solig‘ini qaytarib berish tizimini barcha turistik shaharlarda yo‘lga qo‘yish lozim. Ikki oy muddatda bojsiz savdo do‘konlarini tashkil etish hududlarini belgilab, loyihalar boshlansin.

Toshkent, Namangan va Samarqand shaharlarida xizmat ko‘rsatish sohasida 750 ming ish o‘rni yaratiladi. Ushbu 3ta shahar misolida ko‘rsatib berilgan imkoniyatlar, barcha viloyat markazlari va yirik shaharlar uchun tegishli», deb ta’kidladi Prezidentimiz Sh.Mirziyoev. Kelgusi yilda xizmat ko‘rsatish sohasidagi loyihalarni amalga oshirishga 500 million dollar ajratilishi belgilandi. Yig‘ilishda muhokama qilingan masalalar yuzasidan mutasaddilarning axboroti eshitildi⁵⁹.

Demak o‘tkazilgan tadqiqotlar natijasida umumiy shunday xulosa qilishimiz mumkinki, Respublika darajasida xizmat ko‘rsatish sohasiga investitsiyani ko‘p kiritishimiz, shu kiritilgan investitsiyalar asosida viloyatimizda xizmat ko‘rsatish korxonalar sonini oshirib borsak, biz o‘ylaymizki xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalari samaradorligi keyingi yillarda yanada oshib boraveradi.

Oltinchi bob bo‘yicha xulosalar

Xizmat ko‘rsatish korxonalari samaradorligini oshirishning asosiy yo‘nalishlari va istiqbollari tadqiq qilib quyidagi xulosalarga kelindi.

⁵⁹ <https://kun.uz/news/2021/12/14/prezident-abdurazzoqov-va-turdimovga-viloyat-markazlarida-yirik-savdo-majmualari-faoliyatini-tashkil-etish-boyicha-topshiriq-berdi>

1. Tadqiqotlar ko'rsatdiki, Samarqand viloyatida, 2020 yilda ayrim xizmatlar 2019 yilga qaraganda kamayish tendensiyasiga ega bo'lgan. Jumladan, Transport xizmatlari 0,4 foizga, Yashash va ovqatlanish xizmatlari 12,2 foizga, Ko'chmas mulk bilan bog'liq xizmatlar 10,4 foizga, Ijara xizmatlari 7,2 foizga, Kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar 4,2 foizga, Shaxsiy xizmatlar 9,3 foizga, Me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar 14,3 foizga, Boshqa xizmatlar 11,5 foizga kamayganligini ko'rishimiz mumkin. Bu kamayishga albatta eng ta'sir ko'rsatuvchi omil, karantin cheklovlari bo'lganligini qayd etishimiz mumkin. Bundan ko'rinadiki, 13 ko'rsatilgan xizmat turlaridan 8 tasida kamayish holatlari aniqlangan. Shunga qaramay Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish hajmi 2019 yilga qaraganda, 2020 yilda 2,6 foizga oshganligini ko'rishimiz mumkin. Bunga sabab, birinchidan, nisbatan ulushi yuqori bo'lgan xizmatlar o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan, ikkinchidan eng kam kamayishi sodir bo'lgan transport xizmatlarining ulushi yuqori bo'lgan.

2. Mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasi eng istiqbolli tarmoq turlariga kiradi. Uning barcha yalpi ichki mahsuloidagi hissasi hozirgi kunda iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar bilan solishtirilganda bir muncha kam bo'lishi mumkin, ammo uning hissasi kelajakda oshib boraveradi. Bu keyingi yillardagi statistik axborotlarda ham o'z tasdig'ini topmoqda. Xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, 2018 yilda 31,8 foiz, 2019 yilda 32,2 foiz, 2020 yilda 34,6 foizni tashkil qilganligi ham xizmat ko'rsatish sohasi jadal sur'atlar bilan rivojlanayotganligidan dalolat berishi ko'rsatib berildi.

3. Samarqand viloyati xizmat ko'rsatish sohasida rivojlangan hududlardan biri hisoblanadi. Lekin xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish bo'yicha barcha imkoniyatlardan to'liq foydalanayapmiz deb bo'lmaydi. Bu degani Samarqand viloyatida keyingi yillarda xizmatlar sohasini yanada rivojlantirish, bu sohaning samaradorligini oshirish imkoniyatlari mavjudligidan dalolat berishi ta'kidlandi.

4. Har qanday sohaning istiqbolini aniq belgilash uchun aniq raqamlar orqali matematik usullarni qo'llagan holda bir qancha amallarni bajarishga to'g'ri keladi. Shu maqsadda mamlakatimiz hamda Samarqand viloyati bo'yicha xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushumga omillar ta'sirini aniqlab chiqdik. Xizmat ko'rsatish sohasi samaradorligini oshirish yo'llarini aniqlash uchun natijaviy ko'rsatkich sifatida uning umumiy tushumi olindi. Xizmat ko'rsatish sohasi umumiy tushumi ko'rsatkichining o'zgarishiga ta'sir etishi mumkin bo'lgan omillar tanlab olindi. Bu omillarning natijaviy ko'rsatkichga, ya'ni xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushum o'zgarishiga ta'sirini aniqlash uchun korrelyatsiya va regressiya tahlili usullaridan foydalanildi. Tahlillar natijasida shu narsa ma'lum bo'ldiki, mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushumni oshirish uchun eng avvalo mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasiga kiritiladigan umumiy investitsiyalar miqdori ko'paytirishimiz lozimligi asoslandi.

5. Xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorligini oshirishning ko'p omilli korrelyatsion-regression tahlili natijasida umumiy shunday xulosa qilishimiz mumkinki, Respublika darajasida xizmat ko'rsatish sohasiga investitsiyani ko'p kiritishimiz, shu kiritilgan investitsiyalar

asosida viloyatimizda xizmat ko‘rsatish korxonalar sonini oshirib borilsa, xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalari samaradorligi keyingi yillarda yanada oshib borishi ko‘rsatib berildi.

6. O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish korxonalarining samaradorligi 2000-2021 yillardagi dinamikasi tadqiq qilindi va uning 2022-2030 yillarga mo‘ljallangan prognoz (istiqbolli) ko‘rsatkichlari aniqlandi. Xizmat ko‘rsatish korxonalarining rivoji bevosita bu sohada faoliyat yuritayotgan korxonalar soniga bog‘liqligidan kelib chiqib, Samarqand viloyatidagi xizmat ko‘rsatish korxonalarining 2022-2035 yillarga mo‘ljallangan istiqbolli rejasi iqtisodiy-matematik usullarni qo‘llagan holda bashorat qilindi.

Bizning ishlab chiqqan tavsiyalarimiz nazariy jihatdan xizmat ko‘rsatish sohasining ta‘limoti bilan bog‘liq masalalarga oydinlik kiritishini ta‘minlaydi va ular amaliyotga qo‘llanilsa, o‘ylaymizki, xizmat ko‘rsatish korxonalari samaradorligini tahlil qilishning metodologiyasini takomillashtirishga erishiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Dissertatsiya izlanishlarida xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini tahlil qilishning metodologiyasini takomillashtirish yo'nalishlarining nazariy va amaliy muammolari ko'rib chiqilgan. Dissertatsiya izlanishlari asosida pandemiya sharoitida global iqtisodiy inqiroz ta'sirini bartaraf etish sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini tahlil qilish orqali oshirishga qaratilgan bir qator xulosa va ilmiy tavsiyalar ishlab chiqilgan bo'lib, bu quyidagilarda o'z ifodasini topgan:

1. O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish imkoniyatlari keng bo'lishiga qaramay, mavjud imkoniyatdan foydalanish darajasi talab qilingan holatdan ancha kam. Ushbu sohaning yana bir muhim jihati, qishloqda ortiqcha ish kuchini ish bilan ta'minlash masalasini ham hal qilishga ko'maklashuvchi muhim soha hisoblanadi. Chunki, xususiy tadbirkorlik uchun jazibador bo'lgan ko'pgina an'anaviy xizmat turlari shaharda ham qishloqda ham yetarli darajada rivojlangan emas. Ayniqsa, qishloq joylarda bu sohaning rivojlanishi uchun oxirgi paytlargacha hech qanday ta'sirchan choralar ko'rilmadan kelindi. Joylarda maishiy uskunalarni ta'mirlash ustaxonalari, kimyoviy tozalash shoxobchalari, kompyuter dizaynerligi, buxgalteriya, reklama, pullik tibbiy xizmat kabi tadbirkorlik sub'ektlari kam ekanligini ta'kidlandi.

2. Tadqiqot davomida xizmat ko'rsatish sohasiga mamlakatimiz hukumati tomondan berilayotgan e'tiborning yuqoriligi, hamda bu sohani har tomonlama qo'llab-quvvatlashi sohaning tez sur'atlar bilan rivojlanish imkonini bermoqda. Tahlil qilinayotgan 2010-2020 yillar

davomida xizmat ko'rsatish sohasining o'sish sur'ati YAIMning o'sish sur'atiga nisbatan ancha yuqoriligi saqlab qolingan.

3. Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligi tahlilini takomillashtirishning nazariy va uslubiy asoslarining mohiyatidan kelib chiqib, «xizmat ko'rsatish faoliyati», «servis sifati» tushunchalarining takomillashgan ta'riflari ishlab chiqilgan. Xususan, "Servis sifati deganda jamiyatning (odamlarning, korxonalarning, davlatning) xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini to'laligicha yuqori saviyada qondirishga qaratilgan va ularga kam harajatlardan bilan tegishli darajada moddiy va ma'naviy jihatdan naf keltiradigan nuqsonsiz xizmatlar majmuasi tushuniladi", degan ta'rif berildi.

4. Xullas xizmat ko'rsatish yillar o'tishi bilan xo'jalik tarmoqlarining tarkibiy sohasiga aylanib, uning turlari ko'payib borgan. Hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish sohasi barcha mamlakatlarda rivojlanib, mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibida sezilarli hissani egallab turibdi. Ma'lumotlarga qaraganda iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda xizmatlar yalpi ichki mahsulotining (YAIM) 2/3dan 3/4 qismigacha tashkil etishi ham ko'rsatib berildi.

5. Xizmat ko'rsatish sohasining sub'ektlari jamoat talablarini inobatga olib ularning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bo'ladi. Natijada so'nggi uchun yillar mobaynida dunyoning ko'pgina mamlakatlarida xizmatlarni eksternalizatsiya qilish jarayonlari faol olib borildi. Eksternalizatsiya qilish deganda oldin sanoat ishlab chiqarishning tashkiliy qismi yoki oila doirasida o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish va aholi faolligining mustaqil turlari bo'lib hisoblanuvchi, o'ziga jamoat ehtiyojlarini qondirish funksiyalarini oluvchi, servis

faoliyatining yangi turi va shakllarining keng miqyosda paydo bo'lishi tushuniladi. Bu jarayonlar xizmat ko'rsatish faoliyatini yanada rivojlantirishi, hamda xizmat ko'rsatish sifatini yanada yaxshilanishiga sabab bo'lishi aniqlandi.

6. Xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar bilan bog'liq nazariy va amaliy qarashlarni tahlil qilib va o'rganib, ushbu masalani hal qilishga ikki nuqtai nazardan qarash maqsadga muvofiq, degan xulosaga kelindi. Birinchisi, samaradorlikning klassik ta'rifiga va umummetodologik asosiga tayangan holda yondoshish bo'lsa, ikkinchidan xizmat ko'rsatish korxonalarining o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda yondoshish lozimligi, bundan tashqari xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligiga bir tomondan mijozlar va ikkinchi tomondan, xo'jalik yurituvchi sub'ektlar nuqtai nazaridan qarash lozimligi ta'kidlandi.

7. Tadqiqot davomida xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlikni baholashda xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan qaralganda, xizmat ko'rsatish korxonasi egasi yoki shu xo'jalik yurituvchi sub'ekt shu sohaga qo'ygan investitsiyasidan yetarli darajada foyda olishga erishmog'i, mavjud moddiy-texnika asoslaridan samarali foydalanmog'i, xodimlarning yuqori mehnat unumdorligiga erishmog'i va harajatlardan ham samarali foydalanmog'i lozim. Bulardan kelib chiqiladigan bo'lsa, xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlikni baholash uchun, ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish mumkin bo'ladi. Bunday ko'rsatkichlar tizimini to'rtta guruhga bo'lishni tavsiya qilindi: xizmat ko'rsatish korxonalariga qo'yilgan aktivlar samaradorligini

ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonalari moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonalarida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonalari harajatlari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar guruhiga bo'lish taviya qilindi.

8. Olib borilgan tadqiqotlar natijasida xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifati xizmat ko'rsatish madaniyati samaradorlikni oshirishning asosiy yo'nalishlari nazariy jihatlari tadqiq qilinib "Servis faoliyati madaniyati", "Xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyati" tushunchalarining takomillashgan mualliflik ta'rifi ishlab chiqildi. Xususan, "Servis faoliyati madaniyati deyilganda, uning iste'molchilariga qulay bo'lgan, bu boradagi milliy va umuminsoniy qadriyatlarga tayangan va insoniyat tamaddunida erishilgan yutuqlardan foydalangan holda servis xizmatini a'lo darajada ko'rsatish jarayonining majmui tushuniladi.", degan ta'rif berildi.

9. Xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyati atroflicha o'rganilib, uning ham takomillashgan ta'rifi ishlab chiqildi. "Xizmat ko'rsatish korxonalari servisi madaniyati deganda uning xizmat ko'rsatish korxonalari mijozlariga qulay bo'lgan, ularni qanoatlantiradigan, milliy va umuminsoniy qadriyatlarga tayangan va insoniyat tamaddunida erishilgan yutuqlardan foydalangan holda servis xizmatini a'lo darajada ko'rsata oladigan malakali xodimlar xizmatlarining majmui tushuniladi", deb ta'kidlandi.

10. Xizmat ko'rsatish korxonalarida servisining madaniyati ham doimiy va barqaror emas. Har safar uning sifat darajasi turlicha bo'lishi mumkin. Ammo madaniyatsiz xizmat mijozlarni qochiradi, sub'ektning nufuzini tushiradi. Shu tufayli xizmat madaniyati masalasini doimiy ravishda nazorat qilib turish lozimligi isbotlandi.

11. Tadqiqotlarimiz ko'rsatdiki, xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini oshirishning konseptual yo'nalishlari va uni baholashning ilmiy-nazariy va uslubiy masalalari, xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini oshirishda xizmat ko'rsatish madaniyati va ularni takomillashtirishning asosiy imkoniyatlari mamlakatimiz olimlari tomonidan kam tadqiq qilingan va mos ravishda ushbu mavzu bo'yicha adabiyotlar ham kam nashr qilingan. Natijada amaliyotda xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini oshirishga doir ko'pgina imkoniyatlar ishga solinmasdan qolib ketmoqda. Bu esa, o'z navbatida, xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorligini oshirishga salbiy ta'sirini ko'rsatmoqda.

12. Xizmat ko'rsatish korxonalarida servis sifatini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi ilk bor ishlab chiqildi, ularning mazmuni va aniqlanish yo'llari ham ko'rsatib berildi. Bunday ko'rsatkichlar tizimiga quyidagilarni kiritish tavsiya qilindi: mehnatning sifat koeffitsiyenti; iste'molchilar talabining qondirilish darajasi; servis sifatiga xodimlarning javobgarlik darajasi; servis sifatining kam harajatlardan ta'minlanish darajasi; servis sifati doimiy takomillashib boradigan jarayon sifatida baholanishi. Ushbu ko'rsatkichlar asosida kompleks ko'rsatkichni aniqlash yo'llari ham ishlab chiqildi va amaliyotga tavsiya etildi.

13. Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar tahlili, ushbu sub'ektlarda xizmatlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularni aniqlash yo'llari, ushbu ko'rsatkichlarning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar va ularni hisoblash usullari hamda xizmat ko'rsatish korxonalarida servis samaradorligini oshirishning omilli tahlili kam tadqiq qilingan va iqtisodiy adabiyotlarda deyarli yoritilmagan muammolar sirasiga kirishi aniqlandi.

14. Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligi yuqori bo'lishi uchun doimo mijozlarning fikr-mulohazalarini turli xil usullar bilan olib borishi lozim, chunki zamon rivojlanishi bilan kechagi kundagi o'ta muhim bo'lgan xizmat turi bugungi kunda hech narsaga arzimay qolishi mumkin. Haridorlarga hozirgi kunda qaysi xizmatlar zarurligi bilib olish uchun turli xil so'rovnomalar, turli xil konkurslar o'tkazish orqali bilib olishi mumkin. Bundan tashqari, bildirilgan shikoyatlarni bartaraf etish ham mijozlarning ko'rsatilgan xizmatlardan qoniqish darajasini ortib borishi asoslandi.

15. Mamlakatimizda xizmat ko'rsatish korxonalari servisi samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi ishlab chiqildi va ularni aniqlash yo'llari ko'rsatib berildi. Ushbu ko'rsatkichlar iqtisodiy mazmuni bo'yicha to'rt guruhga bo'lindi: xizmat ko'rsatish korxonasiga qo'yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonasi moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar; xizmat ko'rsatish korxonasida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar;

xizmat ko'rsatish korxonasi harajatlari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar.

16. Tadqiqotlar natijasida xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar tizimi aniqlandi va ularni tahlil qilish usullari aniq amaliy ma'lumotlarni qo'llagan holda ishlab chiqildi. Omilli tahlil natijasida samaradorlikni oshirishning ichki imkoniyatlaridan foydalanish yo'llari aniqlandi va ularni amaliyotga qo'llash uchun tavsiya qilindi.

17. Xizmat ko'rsatish korxonalarini raqobatbardoshligini aniqlashda eng muhim ko'rsatkichlar tizimi rentabellik ko'rsatkichlar tizimidir. Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarida rentabellik ko'rsatkichlarining yangi tizimini, ularni aniqlash va tahlil qilish yo'llarini ko'rsatish hamda ularga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish evaziga ichki imkoniyatlarni axtarib topish orqali tahlil qilinayotgan xizmat ko'rsatish korxonasi faoliyatining samaradorligini oshirish yo'llarini ishlab chiqildi.

18. Omilli tahlil hozirgi sharoitda ichki imkoniyatlarni axtarib topish uchun muhim iqtisodiy dastaklardan biri ekan. Shu tufayli uning nazariy va metodologik asosini yaratish muhim nazariy va amaliy ahamiyatga ega. Hozirgi erkin iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarining iqtisodiy salohiyatidan ham samarali foydalanish muhimligiga qaramasdan, bu muammo iqtisodiy adabiyotlarda yetarli darajada tadqiq qilinmagan. Buni inobatga olib ishda asosiy e'tibor ushbu soha rentabelligi o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlashga qaratildi. Chunki hozirgi sharoitda ham bir xizmat ko'rsatish korxonasi servis sifatini o'nglashi uchun, o'zining

raqobatbardoshligini mustahkamlab borishi uchun harajatlarning rentabellik darajasini oshirib borish lozimligi aniqlandi.

19. Tadqiqotlar ko'rsatdiki, Samarqand viloyatida, 2020 yilda ayrim xizmatlar 2019 yilga qaraganda kamayish tendensiyasiga ega bo'lgan. Jumladan, Transport xizmatlari 0,4 foizga, Yashash va ovqatlanish xizmatlari 12,2 foizga, Ko'chmas mulk bilan bog'liq xizmatlar 10,4 foizga, Ijara xizmatlari 7,2 foizga, Kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar 4,2 foizga, Shaxsiy xizmatlar 9,3 foizga, Me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar 14,3 foizga, Boshqa xizmatlar 11,5 foizga kamayganligini ko'rishimiz mumkin. Bu kamayishga albatta eng ta'sir ko'rsatuvchi omil, karantin cheklovlari bo'lganligini qayd etishimiz mumkin. Bundan ko'rinadiki, 13 ko'rsatilgan xizmat turlaridan 8 tasida kamayish holatlari aniqlangan. Shunga qaramay Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish hajmi 2019 yilga qaraganda, 2020 yilda 2,6 foizga oshganligini ko'rishimiz mumkin. Bunga sabab, birinchidan, nisbatan ulushi yuqori bo'lgan xizmatlar o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan, ikkinchidan eng kam kamayishi sodir bo'lgan transport xizmatlarining ulushi yuqori bo'lgan.

20. Mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasi eng istiqbolli tarmoq turlariga kiradi. Uning barcha yalpi ichki mahsuloidagi hissasi hozirgi kunda iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar bilan solishtirilganda bir muncha kam bo'lishi mumkin, ammo uning hissasi kelajakda oshib boraveradi. Bu keyingi yillardagi statistik axborotlarda ham o'z tasdig'ini topmoqda. Xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, 2018 yilda 31,8 foiz, 2019 yilda 32,2 foiz, 2020

yilda 34,6 foizni tashkil qilganligi ham xizmat ko'rsatish sohasi jadal sur'atlar bilan rivojlanayotganligidan dalolat berishi ko'rsatib berildi.

21. Samarqand viloyati xizmat ko'rsatish sohasida rivojlangan hududlardan biri hisoblanadi. Lekin xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish bo'yicha barcha imkoniyatlardan to'liq foydalanayapmiz deb bo'lmaydi. Bu degani Samarqand viloyatida keyingi yillarda xizmatlar sohasini yanada rivojlantirish, bu sohaning samaradorligini oshirish imkoniyatlari mavjudligidan dalolat berishi ta'kidlandi.

22. Har qanday sohaning istiqbolini aniq belgilash uchun aniq raqamlar orqali matematik usullarni qo'llagan holda bir qancha amallarni bajarishga to'g'ri keladi. Shu maqsadda mamlakatimiz hamda Samarqand viloyati bo'yicha xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushumga omillar ta'sirini aniqlab chiqdik. Xizmat ko'rsatish sohasi samaradorligini oshirish yo'llarini aniqlash uchun natijaviy ko'rsatkich sifatida uning umumiy tushumi olindi. Xizmat ko'rsatish sohasi umumiy tushumi ko'rsatkichining o'zgarishiga ta'sir etishi mumkin bo'lgan omillar tanlab olindi. Bu omillarning natijaviy ko'rsatkichga, ya'ni xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushum o'zgarishiga ta'sirini aniqlash uchun korrelyatsiya va regressiya tahlili usullaridan foydalanildi. Tahlillar natijasida shu narsa ma'lum bo'ldiki, mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasida umumiy tushumni oshirish uchun eng avvalo mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasiga kiritiladigan umumiy investitsiyalar miqdori ko'paytirishimiz lozimligi asoslandi.

23. Xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorligini oshirishning ko'p omilli korrelyatsion-regression tahlili natijasida

umumiy shunday xulosa qilishimiz mumkinki, Respublika darajasida xizmat ko‘rsatish sohasiga investitsiyani ko‘p kiritishimiz, shu kiritilgan investitsiyalar asosida viloyatimizda xizmat ko‘rsatish korxonalar sonini oshirib borilsa, xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalarini samaradorligi keyingi yillarda yanada oshib borishi ko‘rsatib berildi.

24. O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish korxonalarining samaradorligi 2000-2021 yillardagi dinamikasi tadqiq qilindi va uning 2022-2030 yillarga mo‘ljallangan prognoz (istiqbolli) ko‘rsatkichlari aniqlandi. Xizmat ko‘rsatish korxonalarining rivoji bevosita bu sohada faoliyat yuritayotgan korxonalar soniga bog‘liqligidan kelib chiqib, Samarqand viloyatidagi xizmat ko‘rsatish korxonalarining 2022-2035 yillarga mo‘ljallangan istiqbolli rejasi iqtisodiy-matematik usullarni qo‘llagan holda bashorat qilindi.

Ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalarning amaliyotga joriy qilinishi, fikrimizcha, respublikamizda, xususan Samarqand viloyatida faoliyat yuritayotgan xizmat ko‘rsatish korxonalarini samaradorligini tahlil qilish bo‘yicha tegishli tadbirlar ishlab chiqish uchun asos bo‘ladi, hamda bu xizmat ko‘rsatish korxonalarini samaradorligini tahlil qilishning metodologiyasini takomillashtirish uchun asos bo‘ladi.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси – Т.:Ўзбекистон , 2014 -46 б.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Хусусий корхона тўғрисида”ги Қонуни. –Т.: 2003.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни. –Т.: 2000.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари тўғрисида”ги Қонуни (1999 йил 14 апрел).

II. Ўзбекистон Республикаси Президенти Фармонлари ва Қарорлари

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Харакатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармони
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018-йил 2-февралдаги “Хотин- кизларни қўллаб-қувватлаш ва оила институтуни мустаҳкамлаш соҳасидаги фаолиятини тубдан такомиллаштириш чорч-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5325-сон Фармони.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 27 июндаги “Ёшлар-кеलाжагимиз” Давлат дастури тўғрисида”ги ПФ-5466-сон Фармони.

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 29 июндаги “Ўзбекистон Республикасининг солиқ сиёсатини такомиллаштириш концепцияси тўғрисида”ги ПФ-5468-сонли Фармони.

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 14 майдаги “Тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш ва ҳимоя қилиш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони.

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 26 мартдаги “Иқтисодиётни ривожлантириш ва камбағалликни қисқартиришга оид давлат сиёсатини тубдан янгилаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5975- сонли Фармони.

11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 17 августдаги «Тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришни қўллаб қувватлаш давлат жамғармасини ташкил этиш тўғрисида» ПҚ-3225-сон Қарори.

12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 7 майдаги «Иқтисодиёт тармоқлари ва сохаларига инновацияларни жорий этиш механизмларини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПҚ-3998-сонли Қарори.

13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 14 июлдаги “Аҳоли бандлигини таъминлаш борасидаги ишларни такомиллаштириш ва самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3856 – сонли Қарори.

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 24 октябрдаги “Оилавий тадбиркорликни ривожлантириш давлат

дастурлари доирасида амалга оширилаётган лойиҳаларни кредитлаш тартибини такомиллаштириш қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4498-сонли Қарори.

15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 1 майдаги “Худудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни рейтинг баҳолаш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПҚ – 4702 – сонли Қарори.

16. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 16 июндаги “Хизматлар соҳасини қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари тўғрисида” ПҚ – 4752 – сонли Қарори.

17. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 13 октябрдаги “Аҳолини тадбиркорликка жалб қилиш тизимини такомиллаштириш ва тадбиркорликни ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4862 – сонли Қарори.

18. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022 — 2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60 – сонли Фармони.

III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси

Фармоиш ва Қарорлари

19. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2017 йил 22 августдаги “Кичик тадбиркорлик субъектларига микромолиявий ёрдам кўрсатиш, янги иш ўринлари ташкил этиш ва кам таъминланган оилаларга микромолиявий хизматлар кўрсатишни назарда тутадиган лойиҳаларни молиялаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” 655 – сонли Қарори.

20. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 26 февралдаги “2016-2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида”ги 55-сон Қарори.

21. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 4 майдаги “Қишлоқ жойлардаги аҳолига сервис хизмати кўрсатишни яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 139-сонли Қарори.

IV. Ўзбекистон республикаси Президенти асарлари ва маърузалари

22. Мирзиёев Ш. М. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз.-Т.: «Ўзбекистон», 2016. - 56 б.

23. Мирзиёев Ш. М. Қонун устиворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш - юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови. – Т.: «Ўзбекистон» НМИУ, 2017. -48 б.

24. Мирзиёев Ш. М. Буюк келажагимизни мард ва олийжаноб халқимиз билан бирга қурамиз. - Т.: «Ўзбекистон» НМИУ, 2017. - 458 б.

25. Мирзиёев Ш. М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. – Т.: «Ўзбекистон», 2017. -104 б.

26. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий яқунлари ва 2017 йилга мўжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устивор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган

мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи газетаси, 2017йил 16 январ, №11 (6705).

27. Мирзиёев Ш. М. Янги Ўзбекистон Стратегияси. – Т.: «Ўзбекистон», 2021. - 464 б.

28. Мирзиёев Ш. М. Янги Ўзбекистон тараққиёт стратегияси. – Т.: «Ўзбекистон», 2022. - 440 б.

V. Илмий монография, ўқув қўлланма ва дарсликлар

29. Абдурахмонов Қ. Х. Меҳнат иқтисодиёти. Дарслик. Т.: Меҳнат,

30. Абдукаримов И Т., Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Корхонанинг иқтисодий салоҳияти таҳлили. Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси” нашриёт уйи. 2003. - 256 бет.

31. Абдукаримов Б.А. ва бошқалар.Корхона иқтисодиёти. Дарслик . –Т.: “Фан ва технология” нашриёти, 2013.,146-168 бет.

32. Ахмедов У.Ҳ. Қишлоқ жойларида уй хўжалиқларининг ривожланиш истиқболлари. Монография. –Т.: «Fan va technology», 2014, 152 б.

33. Беккер. Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории / Беккер: пер. с англ./Сост., науч. ред. послесл. Р. И. Капелюшкинов; предисл. М.И.Левин.- М.: ГУ ВШЭ, 2003.-672 с.

34. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: Экономика: учебное пособие// М.: кнорус. – 2007. -Т. 328.

35. Варзунов А.В., Торосян Е.К., Сажнева Л.П., Анализ и управление бизнес-процессами // Учебное пособие. - СПб: Университет ИТМО - 2016.-112 с.

36. Vahobov A.V., Ibragimov A.T., Ishonqulov N.F. “Moliyaviy va boshqaruv tahlili”. Darslik. T.; “SHarq”, 2005 y.

37. Войтоловский Н.В. Экономический анализ: Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации. Учебник.-М.: Высшее образование, 2005

38. Волкова, В.Н. Теория систем системный анализ: учебник для академического бакалавриата / В.Н. Волкова, А.А. Денисов.-2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт - 2014. -616 с.

39. Громов, А.И. Управление бизнес-процессами: современные методы. Монография / А.И. Громов, А. Фляйшман, В. Шмидт. – Люберцы: Юрайт, 2016.-367 с.

40. Гулямов С.С. Основные тенденции развития цифровой экономики в Узбекистане: 10 новых технологий //Современные проблемы права и управления. - 2019. - С. 12-16.

41. Донцова Л.В. Анализ финансовой отчетности: Учебник.-М.: Дело и Сервиз, 2005

42. Дорждеев А. В. Результативность и эффективность бюджетных расходов. Монография. -М.: Финансы, 2009. -720 с.

43. Жилкина А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия. Учебник.-М.: ИНФРА-М, 2005

44. Калинина А.П. и др. Экономический анализ: Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации. Учебник. – М.: Высшее образование, 2005.

45. Каримов И.А. Ўзбекистон мустақилликка эришиш остонасида. Т.: «Ўзбекистон», 2011. - 269 б.

46. Каримов И.А. Она юртимиз бахту иқболи ва буюк келажаги йўлида хизмат қилиш – энг олий саодатдир. –Т.: «Ўзбекистон» НМИУ , 2015. – 304 б.

47. Капелюшников Р.И. Сколько стоит человеческий капитал России //М.: изд. дом. Высшей школы экономики. - 2012. - С. 8.

48. Кликич Л.М. Эволюция сферы услуг: неравновесный подход //М.:Изд-во МСХА. - 2004. - С.18.

49. Кнышов А.В., Пономаров А.И. Потребление, потребительский спрос и Маркетинг. - Ростов-н /Д.: СКНЦ ВШ, 2003. - 167 С.

50. Кейнс Дж. Общая теория занятости процента и денег. - М.: Прогресс. 1948, - С. 238-240.

51. Ковалев В.В. Основы теории финансового менеджмента. М.: Изд-во “Проспект”, 2008, с.384.

52. Корулина В.Н., Остапенко Д.В. Новый экономический словарь. Р н/Д: Феникс, 2006, с.256.

53. Косоруков О.А. Методы количественного анализа в бизнесе: Учебник.-М.: ИНФРА-М, 2005.

54. Маликов Т.С. Молия: хўжалик юритувчи субъектлар молияси. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2009.- 288 б.

55. Майкл Портер. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. 5- издание. Издательство-Альпина Паблицер, 2016 г. 456 с.

56. Макарьева В.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации. Учебник.-М.: «Финансы и статистика», 2005.

57. Мирзаев Қ. Ж. Агросервис хизматлари самарадорлигини оширишнинг методологик масалалари. Монография. - Т.: “Iqtisod - moliya” нашриёти, 2010. - 164 б.

58. Мухаммедов М.М., Мардонов Б.Б. Хизмат кўрсатиш соҳасида аҳоли бандлиги ва даромадлари. Монография. «Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи». 2021. 186 б.

59. Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Молиявий таҳлил. Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси” нашр уйи, 1999. – 346 б.

60. Пардаев М.Қ., Мирзаев Қ.Ж. Пардаев О.М. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. - Т.: “Иқтисод-молия ”, 2014. - 384 б.

61. Pardayev M.Q., Iqtisodiy tahlil nazariyasi. Darslik. Т.: “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2022. – 252 bet

62. Pardayeva M.Q., Xoliqulov A.N., Jumayeva G.J. Investitsion loyihalar tahlili. O‘quv qo‘llanma. Т.: “Innovation rivojlanish nashriyot-matbaa uyi”, 2022. – 250 bet

63. Pardayev M, Xasanov B., Ispoilov J., Pulatov M., Eshboyev O‘, Xoliqulov A.N. Moliyaviy va boshqaruv tahlili. O‘quv-qo‘llanma, Т.: СНо‘lpon, 2012, 400 bet

64. Pardayev M.Q., Xoliqulov A.N. Iqtisodiyot sub’ektlarida omilli tahlilni takomillashtirish. Monografiya. Navro‘z. – Toshkent. 2014, 236-bet

65. Pardayev M.Q., Pardayev O. Xoliqulov A.N., Babanazarova S.A. Raqobatbardoshlikni mustahkamlashda klaster va sinergetik samaradoklik tahlili. O‘quv-qo‘llanma, Samarqand.: Fan bulog‘i nashriyoti uyi, 2022, 256 bet

66. Pardaeov M.Q., Xoliqulov A.N., Yahyoyev T.I. Boshqaruv tahlili. O‘quv-qo‘llanma, Samarqand.: Fan bulog‘i nashriyoti uyi, 2022, 256 bet Pardaeov M.Q., Xoliqulov A.N., Yahyoyev T.I. Boshqaruv tahlili. O‘quv-qo‘llanma, Samarqand.: Fan bulog‘i nashriyoti uyi, 2022, 256 bet

67. Pardayev M.Q., Isroilov B.I., Xoliqulov A.N., Yahyoyev T.I. Mehnat ko‘rsatkichlari tahlili. O‘quv-qo‘llanma, Samarqand.: Fan bulog‘i nashriyoti uyi, 2022, 148 bet.

68. Pardayev M.Q., Xoliqulov A.N., Yahyoev T.I. Moliyaviy va iqtisodiy ma’lumotlarni tahlil qilish. O‘quv-qo‘llanma, Samarqand.: Fan bulog‘i nashriyoti uyi, 2022, 138 bet.

69. Pardayev M.Q., Xoliqulov A.N., Raximov X.A., Berdiqulova I.R., Babanazarova S.A. Korxonalar moliyaviy hisobotlari tahlili. O‘quv-uslubiy qo‘llanma, Samarqand. SamISI, 2022, 84 bet.

70. Pardayev M.Q., Xoliqulov A.N., Oltaev Sh.S. Makroiqtisodiy tahlil va prognozlashtirish. O‘quv-uslubiy qo‘llanma, Samarqand. SamISI, 2022, 84 bet.

71. Pardayev M.Q., Xoliqulov A.N., Raximov H.A. Mehmonxona xo‘jaliklarida samaradorlikni oshirish muammolari. Monogpafiya. Iqtisodiyot. – Toshkent. 2013, 210-bet

72. Пардаев О.М. Маҳсулотларни сақлаб сотиш хизматлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари. -Т.: “Fan va texnologiya”, 2017, 284 б.

73. Пўлатов М.Э. Интеллектуал капитал ҳисоби ва таҳлили: назария ва амалиёт масалалари. Монография. –Т.: Иқтисодиёт , 2012.-166 б.

74. Попович Н.Н., Богомолова А.В. Преодоление региональных диспропорций. Опыт России, Сербии и некоторых стран ЕС. - М.:ЗАО Изд-во «Экономика», 2010.-159 с.

75. Рахимов М. Иқтисодиёт субъектлари молиявий ҳолатининг таҳлили. Ўқув қўлланма. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2013. 35 - б.

76. Robert D. Gatewood, Robert R. Taylor O.C. Ferrell Management /Comperhension, Analysis, and Application/ IRWIN, 1995

77. Репин, В.В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / В.В. Репин.- М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.-512 с.

78. Романович В.К. Сервисная деятельность. учеб. пос.: под общ. ред. В.К.Романович. / С.Н. Коробкова, В.И. Кравченко, С.В.Орлов, И.П.Павлова -3-е изд.-СПб.:Питер, 2005.-156 с.

79. Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебное пособие.-М.: ИНФРА-М, 2006.

80. Смит А. Исследование о прероде и причинах богатств народов. - М.: Соц. экгиз, 1962, - С. 332.

81. Самуэльсон П. Экономика /П.Самуэльсон. - М.,1992. -Т. 1. -740 с.

82. Scott W. R. Institutions and organization: Ideas, interests, and identities.- SAGE publications, 2013.

83. Triplett J.E., Bosworth B.P. Productivity in the US services sector: new sources of economic growth. – Brookings Institution Press, 2004.

84. Тошназаров С. Н. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида молиявий ҳисобот: муаммо ва ечимлар. Монография. – Т.: “Наврўз”, 2016 й. – 295 б.

85. Уразов К.Б. Худайбердиев Н.У., Аннаева М.Б., Исроилов Ё.Ж., Пашаходжаева Д.Д., Мардонов М.Ш. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида бухгалтерия ҳисоби ва аудитнинг долзарб муаммолари. Монография. – Т.: ”Иқтисодиёт” нашриёти, 2011. – 260 бет.

86. Xoliqulov A.N. Birlashish va qo‘shib olish. O‘quv qo‘llanma Samarqand.: Fan bulog‘i nashriyoti uyi, 2022, 216 bet

87. Xoliqulov A.N, Usmanova D.Q., A.O.Qarshiyev. Tarmoqlar sohasini tartibga solish va raqobat. O‘quv qo‘llanma. Samarqand.: Fan bulog‘i nashriyoti uyi, 2022, 174 bet

88. Xoliqulov A.N., Usmanova D.Q., Raximov X.A. Korxonalarni raqobatbardoshligini baholash. O‘quv qo‘llanma. Samarqand.: “Turon nashr” nashriyoti, 2021. – 212-bet.

89. Xoliqulov A.N., Berdiqulov V., Ibodov K.M. Taqqoslama menejment. O‘quv-qo‘llanma, T.: Iqtisod-moliya nashriyoti, 2021 yil – 162 bet

90. Xoliqulov A.N., Urazov S.SH. Biznes hujjatlarni tuzish. O'quv-qo'llanma, Samarqand: Fan bulog'i nashriyoti, 2022 yil – 150 bet

91. Xoliqulov A.N., Maxmudova D.P. Iqtisodiyotni strategik rivojlantirish sharoitida kichik biznesni boshqarishni takomillashtirish. Monografiya. Samarqand, SamDCHTI nashr-matbaa markazi, 2020 yil – 126 bet

92. Xudayberdiyev U.X., Xoliqulov A.N. Xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishi va muammolari. Monografiya. Samarqand, SamISI, 2020 yil – 124 bet.

93. Xudayberdiyev U.X. Xoliqulov A.N., Babanazarova S.A. Statistika. Darslik, Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2022, 352 bet

94. Худайберганов Д., Бердикулова И. Товарлар ва хизматлар бозори самарадорлигини ошириш масалалари. - Самарқанд, СамИСИ. 2011. - 116 б.

95. Лихтенберг Г.К. Деградация философии. - М., 2004.

96. Шеремет А.Д. «Теория экономического анализа». М., ИПО «МП», 2002.

97. Шевченко И.Г. Практическое руководство по управленческому учету и анализу. Учебное пособие.-М.: Управление персоналом, 2005.

98. Шредер Н.Г. Управленческий учет: анализ типичных ошибок. Учебное пособие.-М.: Специальный выпуск журнала «Современный управленческий учет», 2005.

99. Шумпетер Й. Теория экономического развития.- М.: Мысль 1982, с.159.

100. Ширяев В.И. Управление бизнес-процессами: Учебно-методическое Пособие / В.И. Ширяев, Е.В. Ширяев. – М.: Финансы и статистика, 2014. - 464 с.

101. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства.- К.Маркс и Ф.Энгельс. Т.21.с.23-178.

102. Ўлмасов А., Шарифхўжаев М. Иқтисодиёт назарияси.Т.: Меҳнат, 1995. 193-б.

103. Маршалл, А. Принципы экономическое науки / А. Маршалл. – М.: Прогресс Универс. В 3-х томах. – 1993. – Т.2. – 594 с.

104. North D.C., 1990, Institutions, institutional change and economic Performance, Cambridge: Cambridge University Press.

105. Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ., Абдукаримов Б.А. “Сервис ривожии – аҳолининг бандлигини таъминлаш ва фаровонлигини ошириш омили”. Т.: “Fan va tehnologiya” нашриёти, 2007. – 12 б.

VI. Диссертация ва диссертация автореферати

106. Кувандиков Ш. О Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришда оилавий тадбиркорликни ролини оширишнинг методологик масалалари. Иқтисодиёт фанлари доктори (Doctor of Science) диссертацияси. Самарканд, 2021 й, 248-бет.

107. Сафаров Ф.А. Хизмат кўрсатиш корхоналари самарадорлигини ошириш бизнес – жараёнлар реинжинирингининг услубий йўналишларини такомиллаштириш. Иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Самарканд, 2019 й, 32-бет

108. Қурбонова Р.Ж. Сервис корхоналарини модернизациялаш ва уларда хизмат кўрсатиш самарадорлигини ошириш. Иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Самарканд, 2019 й, 32-бет

109. Ахмеджонов А.Р. Хизмат кўрсатиш корхоналарида иқтисодий ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш. Иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Самарканд, 2019 й, 32-бет.

110. Бектемиров А. О. Иссиқлик таъминоти хизматларини такомиллаштиришнинг назарий-услубий ва амалий асослари. Иқтисодиёт фанлари доктори (Doctor of Science) диссертацияси. Самарканд, 2021 й, 250-бет

111. Саттаров Ш. Ҳ. Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш. Иқтисодиёт фанлари доктори (Doctor of Science) диссертацияси автореферати. Самарканд, 2022 й, 48-бет.

VII. Илмий мақола ва конференция тезислари

112. Абдувалиев А. А. Худудларнинг ижтимоий-иқтисодий муҳитида инновацион тизимни ривожлантиришнинг назарий асослари // Экономика и финансы (Узбекистан). – 2016. - №.7.

113. Акромов А., Курбанова Д. Информационные технологии как фактор инновационного развития и повышения конкурентоспособности малого бизнеса: мировой опыт // Ж.: Иқтисодиёт ва таълим.- Ташкент. - 2016, № 6. С.118-122.

114. Алимова М.Т. Туризм бозорини бошқариш самарадорлигини баҳолашнинг оптимал параметрлари. Журнал. Бизнес-Эксперт. № 5, 2015 й, 26-б.

115. Boden M., Miles I. (ed.). Services and the Knowledge-based Economy. – Psychology Press, 2000.

116. Williamson O.E., 1996, The mechanisms of governance, new York: Oxford University Press.

117. Гражданкин В.А. Формирование институтов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в Алтайском крае // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. -№ 93. – с. 117-122.

118. Гретченко А. И. И др. Показатели оценки потенциала саморазвития территории // Вестник Российского экономического университета имени Г.В.Плеханова. – 2013. – 12, с. 70-74.

119. Gallo M. A. The role of family business and its distinctive characteristic behavior in industrial activity // Family Business Review. – 1995. - №.2. pp. 83-97.

120. Duh M., Belak J. and Milfelner B. (2010). Core Values, Culture and Ethical Climate as Constitutional Elements of Ethical Behaviour: Exploring Differences Between Family and Non-Family Enterprises // Journal of Business Ethics, no. 97, pp. 473-489.

121. Dyer W.G. Jr. (2003). The Family: The Missing Variable in Organizational Research // Entrepreneurship Theory and Practice, no. 27 (4), pp. 401-416.

122. Eichengreen B., Gupta P. The two waves of service-sector growth // Oxford Economic Papers. – 2013. – №. 1. – pp. 96-123.

123. Eschenbach F., Hoekman B. Services policy reform and economic growth in transition economies, 1990-2004. – The World Bank, 2005.

124. Eswaran M., Kotwal A. The role of the service sector in the process of industrialization // Journal of Development Economics. – 2002. – №. 2. pp. 401-420.

125. Жиянова Н.Э, Умарова А. И. Ўзбекистон республикаси худудларининг инновацион ривожланишини такомиллаштириш йўллари // Экономика и финансы (Ўзбекистон). 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zbekiston-respublikasi-ududlarining-innovatsion-rivozhlanishini-takomillashtirish-yillari> (дата

обращения: 28.08.2020):.

126. Зайналов Д.Р. Услуги и сервис как экономическая категория. // «Сервис» журналы. Самарканд: 2009, 1-сон. -70-77 б.

127. Зарубина В.Р. Зарубин М. Ю. Оцинка развития малого и среднего предпринимательства в республике Казахстан на основе интегрального индекса // Central Asian Economic Review. - 2020. Т. 2. - №. 131. –С.

128. Закирова И.Р. Методические инструментарий оценки конкурентного потенциала сервисного предпринимательства // АНИ: экономика и управление. 2016. № 4 (17).

129. Игнатова И.В. Игнатова Е. С. Развитие предпринимательства в регионе: Факторы и проблемы // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. - 2017.-№. 5(53).

130. Исламова Н.В. Системный анализ экономического потенциала субъектов малого предпринимательства // Экономический анализ: теория и практика. №18 (147) -2009. С. 65.

131. Ingram, P. and Silverman, B.S.(Ed) The New Institutionalism in Strategic Management (Advances in Strategic Management, Vol. 19), Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp.277-305.

132. Каримов Д.А. Республика ҳудудларини ижтимоий-иқтисодий ривожланишини таҳлил қилишда рейтинг баҳолаш тизимининг моҳияти ва афзалликлари. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнал. №5, сентябр-октябр, 2020 й.

133. Khidirova, G. (2018) “ The methods of identify impact of leading industry on social-economical development, “International Finance and Accounting: Vol. 2018: Iss. 4, Article 15. Available At:<https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2018/iss4/1>.

134. Korczynski M. Human resource management in the service sector. – Basingstoke: Palgrave, 2002.

135. Курганов А. Результативность поддержки малого бизнеса // Государственная служба. -2009. -№ 1. –С.83-85.

136. Кулик А.А., Токаренко А. С., Чернега А.А. Современное состояние и перспективы развития малого и среднего предпринимательства в Краснодарском крае //Экономика и бизнес: теория и практика. -2019.- №.10-1. С.197.

137. Кукуева А. А. и др. Малый и средний бизнес в системе экономической безопасности региона //Основные направления развития агробизнеса в современных условиях: Материал I Всероссийской научно-практической конференции (26 июня 2017 г.).-Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2017.-204 с. Материалы I Всероссийской научно-практической конференции содержат научные статьи и сообщения по следующим основным направлениям.-2017.-С. 96.

138. Кувондигов Ш., Собиров А. Хизмат курсатиш ва сервис сохаларини ривожлвнтирининг концептуал йуналишлари. Иктисодиёт ва таълим. 2014 йил №5, 74-76 б.

139. Леонов С. Н. Состояние и особенности размещения малого предпринимательства по регионам России //Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. - 2018. –Т. 11. - № 5.

140. Matthews R. C. O., 1986, “The economics of institutions and the sources of economic growth”, Economic Journal, 96, p. 903.

141. Михалёв И. В., Полянин А. В. Методологические подходы государственного регулирования в сфере услуг. - 2014.

142. Материалы семинара по вопросам инновационной культуры. ЮНЕСКО. Париж, 28феврал-1март 2002.

143. Мустафакулов Ш. Худудларнинг инвестицион жозибадорлиги: аниқлашнинг услубий жиҳатлари ва таъсир кўрсатадиган омилларнинг таснифий таҳлили //Центр научных публикаций в Узбекистане. - 2019. –С. 22-22.

144. Муродова Д. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни микрокредитлаш механизмини такомиллаштириш йуналишлари. Стратегия дальнейшего повышения конкурентоспособности национальной экономики: материалы IV-го Форума экономистов (часть II) / под общ. ред. д.э.н. А.М. Садыкова. –Ташкент: ПРООН, ИПМИ, 2012.-198 с.

145. Олимов. М. К. (2019) Худудлар иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш: узига хос жиҳатлар ва асосий омиллар. Мамлакат иқтисодий хавфсизлигини таъминлашнинг устувор йуналишлари, 1(1), 6.извлечено https://journal.tsue.uz/index.php/iqtisodiy_xavfsizlik/article/view/226;

146. Пардаев .Қ., Холиқулов А.Н. Иқтисодий таҳлил фанининг таркибий тузулиши тўғрисида. Хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини ривожлантириш истиқболлари. Республика ИАК материаллари. (2015 йил 18-21декабрь). – Самарқанд, 2015. 254-256 бетлар.

147. Пардаев .Қ., Холиқулов А.Н. Хизмат кўрсатиш соҳасида фан, таълим ва ишлаб чиқариш интеграциясини таъминлаш масалалари. Хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини ривожлантириш истиқболлари. Республика ИАК материаллари. (2015 йил 18-21декабрь). – Самарқанд. –447-449 бетлар.

148. Плотников В.А., Иваненко М.Г. Подходы к анализу понятий «сервис» и «услуга». Журнал. Техничко-технологические проблемы сервиса. № 3(33) 2015, стр.70.

149. Попов С.А. Комплексный анализ оценки эффективности управления программами поддержки малого предпринимательства. Фундаментальные исследования. № 10, 2013, 2249 б.

150. Romano C. A., Tanewski G.A., Smyrnios K.X. Capital structure decision making: A model for family business // Journal of business venturing. – 2001. – Т. 16. - № 3. pp. 285-310.

151. Saidova M. Z. The important problem – increase of incomes household // European journal of economics and management sciences. 2017. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-important-problem-increase-of-incomes-household> (дата обращения: 02.02.2020).

152. Соболева И.В. и др. Парадоксы измерения человеческого капитала // Вопросы экономики. – 2009. - № 9. – с. 51-70.

153. Ташназаров С. Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожланишида синергетик ёндошувнинг намоён бўлиш хусусиятлари.// “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 5, сентябрь-октябрь, 2016 йил. (www.iqtisodiyot.uz).

154. **Xoliqulov A.N.** Сервис фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари // Сервис журнали, 2019, № 1, - 53-55 бетлар.

155. **Xoliqulov A.N.** Сервис фаолияти жамоат эҳтиёжларини қаноатлантириш усули сифатида // Сервис илмий-амалий журнал, 2019 йил, 3 сон. – 68-70 бетлар.

156. **Xoliqulov A.N.** Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришда хизмат кўрсатиш корхоналарининг ўрни ва аҳамияти // “Сервис” илмий-амалий журнал, №3, 2021 йил, 58-62 бетлар

157. **Xoliqulov A.N.** Directions for improving the methodology for analyzing the efficiency of service enterprises // European Journal of Molecular & Clinical Medicine. ISSN 2515-8260 Volume 07, Issue 03, 2020, pages 3228-3234

158. **Xoliqulov A.N.** Хизматлар соҳаси моҳияти ва турлари // Международный научно-образовательный электронный журнал «ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ». Выпуск №16 (том 2) (июль, 2021). Дата выхода в свет: 31.07.2021. стр 561-564

159. **Xoliqulov A.N.** Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантиришнинг прогноз кўрсаткичлари таҳлили // “Сервис” илмий-амалий журнал, махсус 2-сон, 2021 йил, 49-54 бетлар.

160. **Xoliqulov A.N.** Хизмат кўрсатиш корхоналарида рентабелликни оширишнинг ички имкониятлари ва уларни таҳлил қилиш йўллари // “Сервис” илмий-амалий журнал, 3-сон, 2022 йил, 173-178 бетлар

161. **Xoliqulov A.N.** Хизмат кўрсатиш корхоналарида иқтисодий салоҳият рентабеллигига таъсир қилувчи омиллар ва

уларни таҳлил қилиш йўллари // “Сервис” илмий-амалий журнал, 4/1-сон, 2022 йил, 163-167 бетлар.

162. **Xoliqulov A.N.** Хизмат кўрсатиш корхоналарида самарадорликни оширишнинг кўп омилли корреляцион-регрессион таҳлили // “Сервис” илмий-амалий журнал, 1-сон, 2023 йил, 158-161 бетлар.

163. **Xoliqulov A.N.** Хизмат кўрсатиш сифати таҳлилининг назарий ва амалий талқини // Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва камбағалликни қисқартиришда рақамли ҳамда инновацион технологиялардан фойдаланиш имкониятлари/ / 2023 йил 20-22 май кунлари. Халқаро илмий - амалий анжумани материаллари (1-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2022. – 230 - 237 бетлар

164. **Xoliqulov A.N.** Хизмат кўрсатиш фаолиятининг назарий таҳлили // Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва камбағалликни қисқартиришда рақамли ҳамда инновацион технологиялардан фойдаланиш имкониятлари/ / 2023 йил 20-22 май кунлари. Халқаро илмий - амалий анжумани материаллари (1-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2022. – 34 - 38 бетлар

165. **Xoliqulov A.N.** Рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш корхоналари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими // «Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш: муаммо ва ечимлар» мавзусидаги республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами. (2 қисм). (2022 йил 10-11 ноябрь). Самарқанд, СамИСИ, 2022. – 128 - 133 бетлар

166. **Xoliqulov A.N.** Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантиришнинг прогноз кўрсаткичлари таҳлили // Учинчи ренессансни шакллантириш шароитида хизмат кўрсатиш ва таълим хизматлари соҳаларини ривожлантириш муаммолари/ / 2022 йил 18-19 феврал кунлари. Халқаро илмий - амалий анжумани материаллари (6-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2022. – 186 - 191 бетлар

167. **Xoliqulov A.N.** Самарқанд вилоятида хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантириш йўллари ва истиқболлари // Учинчи ренессансни шакллантириш шароитида хизмат кўрсатиш ва таълим хизматлари соҳаларини ривожлантириш муаммолари/ / 2022 йил 18-19 феврал кунлари. Халқаро илмий - амалий анжумани материаллари (6-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2022. – 31 - 35 бетлар

168. **Xoliqulov A.N.** Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасининг асосий турлари бўйича ривожланиш динамикаси таҳлили // Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари/ / 2021 йил 19-20 феврал кунлари. Халқаро илмий - амалий анжумани материаллари (6-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 228 - 231 бетлар

169. **Xoliqulov A.N.** Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасининг ҳудудлари бўйича ривожланиш кўрсаткичлари динамикаси таҳлили // Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари/ / 2021 йил 19-20 феврал кунлари. Халқаро илмий - амалий

анжумани материаллари (5-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 242-246 бетлар

170. **Xoliqulov A.N.** Хизмат кўрсатиш корхоналарида бошқарувнинг умумий асослари // Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари/ / 2021 йил 19-20 феврал кунлари. Халқаро илмий - амалий анжумани материаллари (1-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 153 - 157 бетлар

171. **Xoliqulov A.N.** Сфера услуг – основное направление развитие экономики (на примере узбекистана) // Prospektive research solutions. Сборник статей III Международного научно-исследовательского конкурса, состоявшегося 18 января 2021 г. в г. Петрозаводске. Российская Федерация МЦНП «Новая наука». 2021.

172. **Xoliqulov A.N.** Иқтисодиёт ривожланишида хизмат кўрсатиш соҳаси ролининг ўзгаришига таъсир этувчи омиллар // Инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш муам-молари. / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (VI-қисм). 2020 йил 21-22 февраль кунлари. Самарқанд-Тамбов, СамИСИ, 2020. – 11-15 бетлар.

173. **Xoliqulov A.N.** Хизмат кўрсатиш соҳаси жамоат эҳтиёжларини қаноатлантириш усули сифатида // Инновацион иқтисодиётни шакллантиришда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни ва ролини ошириш муаммолари / 2019 йил 22-23 феврал кунлари. Республика анъанавий илмий амалий конференцияси

материаллари (II-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2019. – 13-16 бетлар

174. **Xoliqulov A.N.** Хизмат кўрсатиш корхоналарида умумий бошқарув асослари // Инновацион иқтисодиётни шакллантиришда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни ва ролини ошириш муаммолари / 2019 йил 22-23 феврал кунлари. Республика анъанавий илмий амалий конференцияси материаллари (I-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2019. – 104-108 бетлар.

175. **Xoliqulov A.N.** The analysis of factors of hotel services influencing on quality // «Обод турмушни таъминлашда иқтисодиётни ва инновацион фаолиятни такомиллаштириш муаммолари» 2013 йил 20 февраль. Республика анъанавий илмий-амалий конференция материаллари I-қисм. Самарқанд, СамИСИ, 2013, 191-194-бетлар.

176. Христофорова И.В. Современные подходы к маркетингу услуг // Сервис Plus. 2008. № 1. С. 83-87.

VIII. Интернет сайтлари

177. <http://www.economics.com>

178. [http:// www.gov.uz](http://www.gov.uz)

179. <http://www.stat.uz>

180. <http://www.samstat.uz>

181. [http:// www.lex.uz](http://www.lex.uz)

IX. Статистик материаллар

182. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика кўмитаси маълумотлари (<https://stat.uz/uz/180-ofytsyalnaia-statystyka-uz/6576-kichik-biznes-va-tadbirkorlik>)

183. Ўзбекистон Республикаси Марказий банки. Ахборот-таҳлилий маълумот. ТУРМУШ ДАРАЖАСИ ВА ИНФЛЯЦИЯ. Тошкент -2020 йил, 11 бет.

184. Ўзбекистон Республикаси Марказий банкнинг статистик бюллетени, Тошкент, 2020 йил, 287 бет. (<http://www.cbu.uz/upload/medialibrary/966/Markaziy-bankining-Statistik-byulleteni--20200-yil-I-chorak.pdf>)

185. Institute For Family Business (UK)

MUNDARIJA

KIRISH	2
I BOB. DUNYONING TURLI MAMLAKATLARIDA XIZMAT KO‘RSATISH FAOLIYATI VA BU SOHA RIVOJLANISHINING TARIXIY BOSQICHLARI.....	5
1.1. Ibtidoiy madaniyat va qadimiy uyushmalarda iqtisodiy vazifa va mashg‘ulotlarni taqsimlanishi	5
1.2. Qadimgi dunyo jamiyatlarida xizmat ko‘rsatishning paydo bo‘lishi va rivojlanishi.....	10
1.3. O‘rta asrlarda G‘arbiy Yevropada xizmatlarning rivojlanishi	18
II BOB. JAMIYATDA ZAMONAVIY TURDAGI XIZMATLAR VA SERVIS FAOLIYATI.....	27
2.1. Sanoat ishlab chiqarishining servis faoliyatiga ta’siri.....	27
2.2. Jamiyatda xizmat ko‘rsatish faoliyatining yangi sanoatlashgan turi.	34
2.3. Rivojlanayotgan mamlakatlarda xizmat ko‘rsatish faoliyati.....	43
III BOB. MILLIY IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDA XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARINING O‘RNI, ULARDA SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISHNING NAZARIY MASALALARI.....	55
3.1. O‘zbekiston milliy iqtisodiyotini rivojlantirishda xizmat ko‘rsatish korxonalarining o‘rni va ahamiyati	55
3.2. Xizmat ko‘rsatish korxonalarini samaradorligini tahlil qilishning nazariy masalalari.....	70
3.3. Xizmatlar sohasi mohiyati, turlari va iqtisodiyot rivojlanishida xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalarining samaradorligiga ta’sir etuvchi omillar.	85
IV BOB. XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARI SAMARADORLIGINI IFODALOVCHI KO‘RSATKICHLAR TIZIMI, ULARNING TASNIFI, ANIQLASH VA TAHLIL QILISH YO‘LLARI.....	101
4.1. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida samaradorlik va ularni ifodalovchi ifodalovchi ko‘rsatkichlarni tahlil etishning yo‘llari	101
4.2. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sifati xizmat ko‘rsatish madaniyati samaradorlikni oshirishning asosiy yo‘nalishlari	114
4.3. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida servis sifatini oshirish orqali samaradorlikni baholashning ilmiy-nazariy va uslubiy masalalari ..	127

V BOB. XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI SAMARADORLIGINI IFODALOVCHI KO'RSATKICHLAR VA ULARNING O'ZGARISHIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR TAHLILI	151
5.1. Xizmat ko'rsatish korxonolari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularni aniqlash yo'llari	151
5.2. Xizmat ko'rsatish korxonolari samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillar va ularning ta'sirini aniqlash yo'llari.....	161
5.3. Xizmat ko'rsatish korxonalarida rentabellikni oshirishning ichki imkoniyatlari va ularni tahlil qilish yo'llari	177
VI BOB XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI VA ISTIQBOLLARI.....	196
6.1. Mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasini yanada rivojlantirishning prognoz ko'rsatkichlari tahlili	196
6.2. Xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorligini oshirishning ko'p omilli korrelyatsion-regression tahlili.....	206
XULOSA VA TAKLIFLAR.....	236
ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ.....	246

XOLIQULOV ANVAR NEMATOVICH

**XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI
SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISHNING
METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH
YO'NALISHLARI**

Muharrir: Z.N. Bobodustov

Musahhih: M.O. Mardiyeva

Texnik muharrir: D. Hamrayev

*Monografiya Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Kengashining
2023 yil 30-avgustdagi 1-sonli qaroriga asosan nashr etishga tavsiya
etilgan.*

“STAP-SEL” MChJ. Nashriyoti, Samarqand - 2023

ISBN: 978-9910-9795-6-9

Tasdiqnona № 033337 (27.07.2022)

Bosishga ruxsat etildi: 13.09. 2023 y.

© “STAP-SEL” MChJ. Nashriyoti, Samarqand 2023 y.

29.09.2023 yilda chop etildi.

Qog'oz bichimi A5, 60x84^{1/16}, Ofset qog'oz.

“Times New Roman” garnituras.

Nashr bosma tabog`i 17.12

Buyurtma № 0078A/23. Adadi 200 nusxa

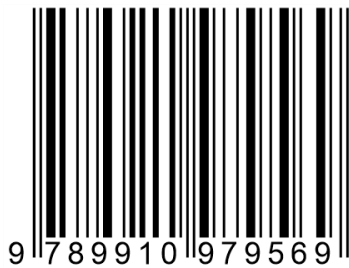
**Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo`limida chop etildi.**

LICENSE № 025316.

REESTR № X-119112.

Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko`chasi 60-uy.

ISBN: 978-9910-9795-6-9



9 789910 979569