IRFAN
AKADEMIYASI
ILM · TA'LIM · TARAQQIYOT

RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI

ZAMONAVIY ILM-FAN VA INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILM, TA'LIM, TEXNOLOGIYA VA INNOVATSIYALAR
UCHUN YANGI IMKONIYATLAR

NOYABR

TOSHKENT
O'ZBEKISTON

XIZMATLAR BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA BOSHQARUV MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Begmatov Karimjon G'anijonovich
Farg'ona davlat universititeti Iqtisodiyot fakulteti
Iqtisodiyot kafedrasi o'qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.24076541

Annotatsiya: Tezisda xizmatlar bozorini boshqarish mexanizmlari makro-, mezo- va mikrodarajalar kesimida tahlil qilingan. Raqamli transformatsiya sharoitida xizmatlar bozorini boshqarishning yangi vositalari, xizmat sifatini baholash va monitoring qilish ko‘rsatkichlari tizimi asoslangan hamda boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha takliflar berilgan.

Kalit so‘zlar: xizmatlar bozori, boshqaruv mexanizmi, boshqaruv darajalari, raqamli transformatsiya, xizmat sifati, SERVQUAL, iste’molchi huquqlari, raqobat muhiti, monitoring, indikatorlar tizimi.

D.Bell postindustrial jamiyat konsepsiyasida iqtisodiyotning tovar ishlab chiqarishdan xizmatlar ko‘rsatishga o‘tishini jamiyat taraqqiyotining qonuniy bosqichi sifatida asoslagan edi [7]. Bugungi kunda bu jarayon raqamli texnologiyalar ta’sirida yanada jadallashmoqda: xizmatlar onlayn platformalar orqali ko‘rsatilmoqda, iste’molchi va xizmat ko‘rsatuvchi o‘rtasidagi munosabatlar shakli tubdan o‘zgarmoqda. Bu esa xizmatlar bozorini boshqarishning an’anaviy mexanizmlarini qayta ko‘rib chiqishni talab etadi.

O‘zbekistonda ham xizmatlar sohasi iqtisodiyotning yetakchi tarmog‘iga aylanib bormoqda. Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2025 yilda xizmatlar sohasining yalpi qo‘shilgan qiymat tarkibidagi ulushi 48,6 % ni tashkil etdi va soha 8,5 % ga o‘sdi [5]. «Raqamli O‘zbekiston – 2030» strategiyasi [3] esa xizmat ko‘rsatish jarayonlarini raqamlashtirish uchun huquqiy va tashkiliy asos yaratdi.

Xizmatlar bozorini boshqarish mexanizmini uch darajada ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq. Har bir darajada boshqaruv sub’ekti, maqsadi va vositalari farq qiladi. Bunda xizmatlarning nomoddiylik, ishlab chiqarish va iste’molning bir vaqtdaligi, saqlab

bo‘lmaslik kabi xususiyatlari [8] har bir darajadagi boshqaruv vositalarini tanlashga ta’sir qiladi. Ularning o‘zaro uyg‘unligi bo‘lmasa, davlat siyosati bilan korxonalar amaliyoti o‘rtasida uzilish yuzaga keladi.

Makrodarajada asosiy vazifa – adolatli raqobat muhitini va iste’molchilar huquqlarining himoyasini ta’minlash. Bu borada «Raqobat to‘g‘risida»gi [2] va «Iste’molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida»gi [1] qonunlar asosiy huquqiy vosita hisoblanadi. Ammo raqamli platformalar bozoridagi yangi munosabatlar (agregatorlar, onlayn xizmatlar, platforma bandligi) huquqiy tartibga solishni doimiy takomillashtirib borishni talab qiladi.

Mezodarajada hududlarning iqtisodiy salohiyatidan kelib chiqib xizmatlar sohasini ixtisoslashtirish muhim. Statistik ma’lumotlar xizmatlar ulushining hududlar bo‘yicha sezilarli farq qilishini ko‘rsatadi: 2025 yilda bu ko‘rsatkich Qoraqalpog‘iston Respublikasida 49,5 % ni [6], Toshkent viloyatida esa 30,5 % ni tashkil etdi [4]. Demak, barcha hududlar uchun yagona boshqaruv modeli emas, balki hududiy xususiyatlarni hisobga oluvchi tabaqalashtirilgan yondashuv zarur.

Mikrodarajada boshqaruvning markazida xizmat sifati turadi. A. Parasuraman, V. Zeithaml va L. Berry ishlab chiqqan SERVQUAL modeli xizmat sifatini besh mezon – moddiy muhit, ishonchlilik, javob berishga tayyorlik, kafolat va empatiya bo‘yicha iste’molchi kutganlari bilan haqiqiy tajribasi o‘rtasidagi farq orqali baholaydi [9]. V. Zeithaml va hammualliflar xizmat sifatidagi «bo‘shliqlar» (gap) modelini korxona boshqaruvining amaliy vositasi sifatida taklif etganlar [10]. Ushbu yondashuvlarni mahalliy xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar amaliyotiga joriy etish sifat boshqaruvini tizimli asosga qo‘yish imkonini beradi.

Tahlil natijalariga tayangan holda, xizmatlar bozorini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. Boshqaruv darajalarini muvofiqlashtirish. Makro-, mezo- va mikrodarajadagi boshqaruv maqsadlarini yagona ko‘rsatkichlar tizimi orqali bog‘lash: davlat strategiyasidagi maqsadli ko‘rsatkichlar hududiy dasturlarga, hududiy dasturlar esa korxonalar faoliyati ko‘rsatkichlariga aylantirilishi lozim.

2. Xizmatlar bozori monitoringi indikatorlari tizimini joriy etish. Unga xizmatlar hajmi va o‘sish sur’ati, aholi jon boshiga xizmatlar hajmi, yuqori qo‘shilgan qiymatli xizmatlar ulushi, xizmatlar eksporti, raqamli xizmatlar ulushi va iste’molchilar qoniqish indeksini kiritish tavsiya etiladi.

3. Raqamli platformalar faoliyatini tartibga solish. Onlayn xizmatlar va agregatorlar bozorida raqobatni himoya qilish, ma’lumotlar xavfsizligi va iste’molchilar huquqlarini ta’minlash bo‘yicha huquqiy normalarni aniqlashtirish.

4. Iste’molchi qoniqish indeksini yuritish. SERVQUAL metodologiyasi asosida asosiy xizmat turlari bo‘yicha iste’molchilar qoniqishini muntazam o‘rganish va natijalarni ochiq e’lon qilish. Bu korxonalar o‘rtasida sifat bo‘yicha raqobatni kuchaytiradi.

5. Hududiy ixtisoslashuvni rag‘batlantirish. Xizmatlar ulushi past bo‘lgan hududlarda turizm, logistika, maishiy va ijtimoiy xizmatlarni rivojlantirishga qaratilgan maqsadli dasturlar va imtiyozlar tizimini joriy etish.

Xulosa qilib aytganda, xizmatlar bozorini samarali boshqarish faqat davlat tomonidan tartibga solish bilan cheklanmasligi, balki makro-, mezo- va mikrodarajadagi boshqaruv vositalarining o‘zaro uyg‘unligiga asoslanishi lozim. Raqamli transformatsiya sharoitida monitoring indikatorlari tizimi va iste’molchi qoniqishini baholash mexanizmlarini joriy etish boshqaruv qarorlarining asoslanganligini oshiradi hamda xizmatlar bozorining barqaror rivojlanishini ta’minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O‘zbekiston Respublikasining «Iste’molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida»gi Qonuni (yangi tahriri) // lex.uz.

2. O‘zbekiston Respublikasining 2023 yil 3 iyuldagi O‘RQ-850-son «Raqobat to‘g‘risida»gi Qonuni // lex.uz.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktyabrdagi PF-6079-son «“Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Farmoni // lex.uz.

4. Toshkent viloyati statistika boshqarmasi. Yalpi hududiy mahsulot: press-reliz (2025

yil yanvar–dekabr) // toshvilstat.uz.

5. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasi yalpi ichki mahsuloti: press-reliz (2025 yil yanvar–dekabr). – 26.01.2026 // stat.uz.

6. Qoraqalpog‘iston Respublikasi statistika boshqarmasi. Yalpi hududiy mahsulot: press-reliz (2025 yil yanvar–dekabr) // qrstat.uz.

7. Bell D. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. – New York: Basic Books, 1973.

8. Lovelock C., Wirtz J. Services Marketing: People, Technology, Strategy. 8th ed. – New Jersey: World Scientific, 2016.

9. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // Journal of Retailing. – 1988. – Vol. 64, № 1. – P. 12–40.

10. Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 7th ed. – New York: McGraw-Hill Education, 2018.