GCCR

Global Conference on Contemporary Research

INTERNATIONAL CONFERENCE ON LANGUAGES, LITERATURE AND CULTURAL STUDIES

CONFERENCE THEME:

Language, Culture and Innovation: Bridging Global Perspectives through Research.

LANGUAGE STUDIES | LITERATURE | CULTURAL STUDIES | INTERNATIONAL COLLABORATION

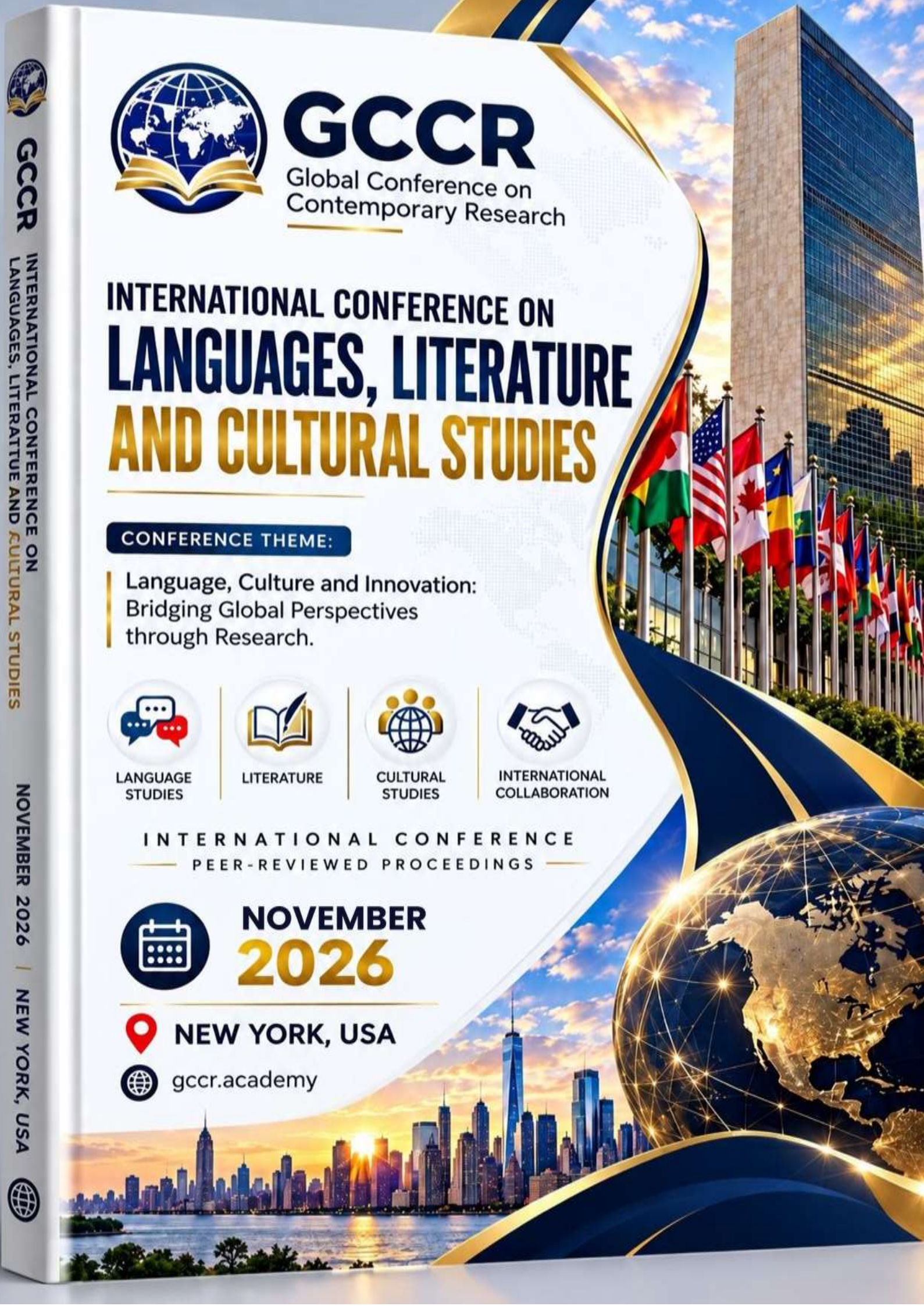
INTERNATIONAL CONFERENCE

PEER-REVIEWED PROCEEDINGS

NOVEMBER 2026

NEW YORK, USA

gccr.academy



GCCR INTERNATIONAL CONFERENCE ON LANGUAGES, LITERATTUE AND CULTURAL STUDIES NOVEMBER 2026 | NEW YORK, USA

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.24110142

Annotatsiya: Mazkur tezisda xizmatlar bozorini rivojlantirishda boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirishning nazariy va amaliy jihatlari yoritilgan. O‘zbekistonda xizmatlar sohasining iqtisodiyotdagi o‘rni rasmiy statistik ma’lumotlar asosida tahlil qilingan, boshqaruv mexanizmining tarkibiy elementlari ajratilgan hamda uni takomillashtirish bo‘yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: xizmatlar bozori, xizmatlar sohasi, boshqaruv mexanizmi, davlat tomonidan tartibga solish, raqamlashtirish, xizmat sifati, raqobat, davlat-xususiy sheriklik, klaster, yalpi qo‘shilgan qiymat.

Zamonaviy iqtisodiyotda xizmatlar sohasi iqtisodiy o‘sish, yangi ish o‘rinlari yaratish va aholi turmush darajasini oshirishning yetakchi omillaridan biriga aylangan. Iqtisodiyotning industrial bosqichdan postindustrial bosqichga o‘tishi bilan xizmatlar ishlab chiqarish, savdo, moliya, logistika, ta’lim, sog‘liqni saqlash va axborot texnologiyalari tarmoqlarini bir-biri bilan bog‘lovchi infratuzilmaviy bo‘g‘inga aylanmoqda. Shu bois xizmatlar bozorini samarali boshqarish milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekistonda xizmatlar sohasini rivojlantirish davlat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilangan. Xususan, 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi [1] va «O‘zbekiston – 2030» strategiyasida [2] iqtisodiyotning tarkibiy o‘zgarishlarini chuqurlashtirish, tadbirkorlik uchun qulay muhit yaratish va xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish vazifalari ko‘zda tutilgan.

O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2025 yilda

yalpi ichki mahsulot hajmi joriy narxlarda 1 849 650,0 mlrd so‘mni tashkil etdi. Yalpi qo‘shilgan qiymat tarkibida xizmatlar sohasining ulushi 2024 yildagi 48,2 % dan 48,6 % ga oshdi. Xizmatlar sohasining hajmi 859 891,4 mlrd so‘mga yetib, 108,5 % ga o‘sdi [3]. Bu ko‘rsatkichlar xizmatlar sohasi iqtisodiyotning eng yirik va barqaror o‘sib borayotgan sektori ekanligini ko‘rsatadi.

Shu bilan birga, xizmatlar bozorining hududiy rivojlanishida sezilarli nomutanosiblik saqlanib qolmoqda. Masalan, 2025 yil yakunlariga ko‘ra, yalpi hududiy mahsulot tarkibida xizmatlar sohasining ulushi Toshkent viloyatida 30,5 % ni [4], Xorazm viloyatida esa 42,6 % ni [5] tashkil etdi. Bu holat hududlarning iqtisodiy ixtisoslashuviga mos, tabaqalashtirilgan boshqaruv yondashuvini talab etadi.

Xizmatlar bozorini boshqarish mexanizmi deganda davlat, bozor institutlari va xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar o‘rtasidagi munosabatlarni muvofiqlashtirishga qaratilgan maqsadlar, tamoyillar, usullar, vositalar va tashkiliy tuzilmalar majmui tushuniladi. Uning asosiy tarkibiy elementlari quyidagilardan iborat:

me’yoriy-huquqiy;

iqtisodiy;

tashkiliy-institutsional (boshqaruv organlari, assotsiatsiyalar, davlat-xususiy sheriklik);

axborot-tahliliy.

Xizmatlarning o‘ziga xos xususiyatlari – nomoddiylik, ishlab chiqarish va iste’molning bir vaqtdaligi, saqlab bo‘lmaslik va sifatning o‘zgaruvchanligi – boshqaruv mexanizmini moddiy ishlab chiqarish tarmoqlaridagidan farqli tashkil etishni taqozo etadi [8]. K. Grönroos xizmat sifatini texnik sifat (nima taqdim etiladi) va funksional sifat (qanday taqdim etiladi) birligi sifatida talqin etadi [6]. Bu esa boshqaruvda iste’molchi bilan o‘zaro ta’sir jarayonini alohida ob’ekt sifatida ko‘rib chiqishni talab etadi. F. Kotler va K. Keller ham xizmatlar marketingida iste’molchi bilan munosabatlarni boshqarishning hal qiluvchi rolini ta’kidlaydi [7].

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, xizmatlar bozorini boshqarishda quyidagi muammolar

dolzarb bo‘lib qolmoqda: hududlar kesimida xizmatlar sohasi rivojlanishidagi nomutanosiblik; an’anaviy xizmatlar (savdo, maishiy xizmatlar) ulushining yuqoriligi va yuqori qo‘shilgan qiymatli xizmatlar (axborot-kommunikatsiya, moliya, logistika, turizm) salohiyatidan to‘liq foydalanilmayotganligi; xizmat sifatini baholash va standartlashtirish tizimining yetarlicha rivojlanmaganligi; xizmatlar bozorini monitoring qilishning yagona axborot tizimi mavjud emasligi; sohada malakali kadrlar yetishmasligi.

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda, xizmatlar bozorini rivojlantirishda boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. Strategik rejalashtirishni kuchaytirish. Hududlarning ixtisoslashuvidan kelib chiqqan holda xizmatlar sohasini rivojlantirish bo‘yicha hududiy dasturlar ishlab chiqish va ularning ijrosini samaradorlik ko‘rsatkichlari (KPI) orqali baholash.

2. Institutsional muhitni yaxshilash. Xizmat ko‘rsatish faoliyatiga oid ruxsat berish tartib-taomillarini soddalashtirish, yangi turdagi xizmatlar (fintex, onlayn platformalar) uchun sinov tariqasidagi huquqiy rejimlar joriy etish.

3. Boshqaruvni raqamlashtirish. Xizmatlar bozorini monitoring qilishning yagona raqamli platformasini yaratish, xizmatlar hajmi, narxlari va sifati bo‘yicha ma’lumotlarni real vaqt rejimida tahlil qilish imkoniyatini shakllantirish.

4. Sifat boshqaruvi tizimini joriy etish. Xizmatlar standartlari va sertifikatlash tizimini takomillashtirish, iste’molchilar fikriga asoslangan ochiq reyting tizimlarini joriy etish.

5. Moliyaviy-iqtisodiy rag‘batlantirish. Yuqori qo‘shilgan qiymatli xizmatlar uchun imtiyozli kredit va soliq mexanizmlarini qo‘llash, davlat-xususiy sheriklik asosida xizmat ko‘rsatish infratuzilmasini rivojlantirish.

6. Klaster yondashuvini kengaytirish va kadrlar salohiyatini oshirish. Turizm, logistika va axborot texnologiyalari yo‘nalishlarida xizmat ko‘rsatish klasterlarini tashkil etish, oliy ta’lim va kasbiy ta’lim muassasalarida servis menejmenti bo‘yicha kadrlar tayyorlashni kuchaytirish.

Xulosa qilib aytganda, xizmatlar bozorini barqaror rivojlantirish boshqaruv

mexanizmining me’yoriy-huquqiy, iqtisodiy, tashkiliy va axborot-tahliliy elementlarini o‘zaro uyg‘unlashtirishni talab etadi. Taklif etilayotgan chora-tadbirlar xizmatlar sohasining iqtisodiyotdagi ulushini yanada oshirish, hududiy nomutanosiblikni kamaytirish, xizmat sifatini yaxshilash va milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini ta’minlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-son «2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida»gi Farmoni // lex.uz.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabrdagi PF-158-son «“O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida»gi Farmoni // lex.uz.

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

4. Toshkent viloyati statistika boshqarmasi. Yalpi hududiy mahsulot: press-reliz (2025 yil yanvar–dekabr) // toshvilstat.uz.

5. Xorazm viloyati statistika boshqarmasi. Yalpi hududiy mahsulot: press-reliz (2025 yil yanvar–dekabr) // xorazmstat.uz.

6. Grönroos C. Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. 3rd ed. – Chichester: John Wiley & Sons, 2007.

7. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. 15th ed. – Boston: Pearson, 2016.

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