XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING TADQIQOTLARINING O`RNI VA BOG`LIQLIK JIHATLARI

Muxammadiyev Kamoliddin *G`ulomiddinovich*
- SamISI mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirishda marketing tadqiqotlarining o`rni va bog`liqlik jihatlari ilmiy isboti qilib berilgan

**Kalit so`zlar:** xizmat ko`rsatish, marketing, texlogiya , raqobat, bozor, iste`mol, unumdorlik, samaradorlik, fan.

Abstract: In this article, the role of marketing research in the development of the service industry and its related aspects have been scientifically proven.

Key words: service, marketing, technology, competition, market, consumption, productivity, efficiency, science.

Xizmat ko‘rsatish korxonalarining muvaffaqiyatli innovatsion faoliyati jarayoni bevosita samarali marketing tadqiqotlariga bog‘liqdir. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida marketing ham falsafa, ham texnologiyadir funksiyasini bajaradi. Innovatsiyalar samaradorligining muhim sharti innovatsion xizmatni joylashtirishdir. Marketing omillaridan tashqari, xizmat ko‘rsatish korxonasi boshqaruvining sifati va yo‘nalishi muhim ahamiyatga ega. Shunday ekan, xizmat ko‘rsatish korxonasi innovatsion faoliyatining muhim jihatlari quyidagilarda aks etadi:

– innovatsion xizmatlar provayderi sifatida ijtimoiy guruhning mavjudligi;

– vertikal emas, balki gorizontal shaklga ega bo‘lgan tashkiliy tuzilma;

– xodimlarni rag‘batlantirish, o‘qitish va muloqotni o‘z ichiga olgan xizmat ko‘rsatish madaniyatini yaratish. Raqobatchilar uchun infratuzilma va texnologiyani taqlid qilish korporativ madaniyatni qayta tiklashdan ko‘ra osonroqdir.

Shunday ekan, innovatsion rivojlanish faqat shunday holatda samarali bo‘ladi, qachonki innovatsiyalarni joriy etish xizmat ko‘rsatish korxonasining barcha faoliyat yo‘nalishlarida sodir bo‘lganda.

Bizning fikrimizcha, xizmat ko‘rsatish korxonalarida innovatsion faoliyat samaradorligi quyidagi mezonlarda o‘z aksini topadi:

1. Innovatsiyalar xizmat ko‘rsatish sohasiga belgilangan vaqtda emas, balki tizimli ravishda va raqobatchilardan oldinda bo‘lishi kerak.

2. Korxonaning rentabelligini oshirish, bozor ulushini kengaytirish, imijini yaxshilashda ifodalangan samaradorlik.

3. Innovatsiyani iste’molchiga yo‘naltirish, ya’ni yangi qiymat yaratish.

4. Xizmat ko‘rsatish jarayonida innovatsiyalarning yuqori tezligi. Amaliyotning ko‘rsatishicha, kompaniya bozorga kirgandan keyin birinchi 18 oy ichida yangi xizmatdan jami operatsion foydaning yarmini oladi.

5. Innovatsiyalar biznesning bir necha darajalarida – texnologik innovatsiyalardan tortib, boshqaruv va marketing faoliyatigacha tadbiq etilganda samarali bo‘ladi.

6. Xizmat ko‘rsatish sohasiga ilmiy yangiliklar va ilmiy tadqiqot natijalarini joriy etishning texnologik imkoniyatlarini real baholash imkonini beruvchi risklarni nazorat qilish.

STAR va IRI usullari innovatsiyalar samaradorligini baholashning xorijiy amaliyot bo‘yicha eng keng tarqalgan baholash usullari hisoblanadi. Mahalliy ilmiy adabiyotlarda korxonaning innovatsion faolligi hamda uning innovatsion raqobatbardoshligini tavsiflovchi ko‘rsatkichlar odatda resurs-sarf yondashuvi, vaqt, yangilanish va tuzilmaviy xususiyatlari bo‘yicha guruhlarga ajratiladi. Biroq, innovatsion faoliyat samaradorligini baholashning barcha usullarini xizmat ko‘rsatish korxonalariga qo‘llash mumkin emas. Xizmat ko‘rsatish sohasida innovatsion faoliyat samaradorligi mezoni tanlab belgilanadi. Innovatsiyalarni miqdoriy baholash masalasi hali ham yetarli darajada yoritib berilmagan. Samaradorlikning bir qismi sifatida ijtimoiy samaradorlik va boshqa sifat mezonlari kabi komponent ko‘pincha e’lon qilinadi, ammo ularni miqdoriy

baholash (raqamli hisoblash) usullari keltirilmaydi. Bundan tashqari, innovatsiyaning iqtisodiy samaradorligini xaridor nuqtayi nazaridan koʻrib chiqish mumkin. Xizmat koʻrsatish sohasidagi innovatsiyalarning oʻziga xos xususiyatlarini hisobga olish nuqtayi nazaridan mavjud yondashuvni ishlab chiqish lozim.

Bugungi kunda jahondagi davlatlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasi oʻz mohiyati va mazmuniga koʻra, ilgarigi bosqichlardagi taraqqiyotdan jiddiy tarzda farq qiladi. Iqtisodiyotida iqtisodiy jarayonlarning xususiyatlariga bogʻliq holda iqtisodiy barqarorlikka erishishning zamonaviy talqini yangicha yondashuvlarni zarurat etoqda. Bizning fikrimizcha, bu holat jahon mamlakatlari tadrijiy rivojlanishining oʻziga xos jihatlari bilan izohlanadi:

1. Tadqiqotlar shuni koʻrsatmoqdaki, bugungi kunda axborot texnologiyalari moddiy neʼmatlar ishlab chiqaradigan tarmoqlarda samaradorlikni oshishiga olib kelmoqda, ammo uni iqtisodiyotning boshqa tarmoqlariga taʼsiri masalalari alohida dolzarb hisoblanadi. Bunga bogʻliq holda, sanoatga nisbatan xizmat koʻrsatish sohasida ish bilan bandlikni yuqori ekanligini koʻpchilik xorij iqtisodchilari xizmat koʻrsatish sohasida samaradorlikni industrial tarmoqlarga nisbatan pastligi bilan izohlaydilar.

2. Rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni koʻrsatmoqdaki, barcha xizmat turlari boʻyicha fan texnika taraqqiyoti (FTT) yutuqlarini mehnat jarayoniga joriy etish bir xilda qabul qilish xususiyatiga ega emas, bu esa oʻz navbatida samaradorlikka oʻz taʼsirini koʻrsatadi. Bir qator anʼanaviy xizmatlar, xususan, umumiy ovqatlanish bilan bogʻliq subyektiv xususiyatga ega xizmatlar standartlashtirish va texnikalashga unchalik ham mos kelmaydi. Bu kabi xizmatlar FTT yutuqlarini tez qabul qilsa ham, ular koʻproq isteʼmolchilarning xohish-istagi va xizmat koʻrsatish darajasiga bogʻliqdir. Agar, ular past darajada boʻlsa, bu hol ishlab chiqarish samaradorligining oʻsish surʼatiga salbiy taʼsir koʻrsatadi. Shuning uchun, xizmatning bu turlarida unumdorlik darajasini oshirishga axborot-texnologiyalari unchalik katta ijobiy taʼsir koʻrsatmaydi.

3. Servis faoliyati unumdorligini o‘sish darajasining turlichaligi xizmatlar ko‘rsatish jarayonida FTT ta’sirini har-xilligi, iste’molchilarni xizmatlar iste’moliga jalb qilinish darajasiga bog‘liqligi bilan asoslanadi. Shunday ekan, xizmat ko‘rsatish jarayonini modernizatsiyalash bilan bog‘liq unumdorlik omili mezoniga ko‘ra, individual xizmatlar ko‘rsatishda, progressiv xizmatlarga nisbatan samaradorlik oshmasligi mumkin.

Shu bilan birga, xizmat ko‘rsatish sohasida (servis iqtisodiyotida) samarali xo‘jalik faoliyatini tashkil etish industrial iqtisodiyotga nisbatan kengroq darajada o‘rganilgan. Bunda dastlab, ijtimoiy yo‘naltirilgan faoliyatni amalga oshirish turmush sifati, mehnatni jarayonlarini intellektuallashuvi hamda xizmat ko‘rsatish jarayonlari intensivligini ta’minlash bilan izohlanadi.

R.Solou tomonidan 1987-yilda ishlab chiqilgan “Unumdorlik paradoksi”ga muvofiq kompyuterlarga qilingan investitsiyalar hajmining o‘sib borishi, shunga mos ravishda xizmat ko‘rsatish sohasida unumdorlikni oshishiga olib kelmagan. Uning ta’kidlashicha, XX asrning 80-yillarida AQSh da kompyuter texnologiyalariga qilingan investitsiyalar 1 trln. AQSH dollarini tashkil qilgan, uning 85,0 %i xizmat ko‘rsatish sohasiga yo‘naltirilgan. Biroq, ushbu sohada mehnat unumdorligining yillik o‘sish hajmi 1,0 %ni tashkil qilgan. O‘tgan asrning 90-yillarida esa AQSH sanoatida unumdorlikning o‘sish sur’ati 3,0 %ni, yaxlit iqtisodiyotdagi unumdorlikning o‘sishi 1,1 %ni tashkil etgan. Mazkur holat bo‘yicha shunday xulosa qilish mumkin, unumdorlikni umumiy ko‘rsatkichini past ko‘rsatkichga ega bo‘lishiga uchinchi sektorda (xizmat ko‘rsatish sohasida) unumdorlik darajasining pastligi sababdir.

Xizmat ko‘rsatish sohasida unumdorlik darajasining pastligi sababini quyidagicha izohlash mumkin. Bir tomondan, xizmatlar fan sig‘imi yuqori kapital va intensiv (kognitiv) bilim talab etadigan tarmoqlarni o‘z ichiga qamrab olsa, ikkinchi tomondan, texnologik jihatdan past bo‘lgan va mehnat talabchanligi yuqori bo‘lgan tarmoqlarni ham o‘zida mujassamlashtiradi. Shuningdek, xizmat ko‘rsatish sohasida yuqori malakaga ega va yuqori ish haqi

oladigan xodimlar ham, past ish haqi oladigan xodimlar ham faoliyat yuritadi. Mazkur holat albatta unumdorlik darajasini pasayishiga ta’sir ko‘rsatadi.

Fundamental va amaliy tadqiqotlarga e’tibor qaratsak, ilmiy-texnik taraqqiyot natijalarini bir xilda qabul qilish xususiyatiga ega bo‘lmagan barcha xizmat turlari mehnatini kapitalga (unumli) almashtirish qobiliyati mavjud emas, bu holat o‘z navbatida korxonalar samaradorligi va yalpi unumdorligiga ta’sir qiladi. Shuningdek, iste’mol xususiyati bilan belgilanadigan va ijtimoiy xizmatlar samaradorligini past ekanligi bir qancha sabablar bilan izohlanadi. Amalda mavjud bo‘lgan ba’zi an’anaviy xizmatlar (mehmonxona, umumiy ovqatlanish va maishiy xizmat kabilar subyektiv jihatlarga ega) standartlashtirish va texnikalashga ko‘p hollarda muvofiq kelmaydi. Ba’zi xizmat turlari, masalan, sog‘liqni saqlash xizmati fan texnika yutuqlarini o‘ziga tez qabul qilsa ham, ular ko‘proq iste’molchining xohishi va istagiga, xizmat ko‘rsatish darajasiga bog‘liqdir. Agar, bu xizmatlar past darajada bo‘lsa, mazkur holat ishlab chiqarish samaradorligining o‘sishiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Shuning uchun xizmatning ushbu turlarida unumdorlik darajasini o‘sishiga axborot-kommunikatsiya texnologiyalari unchalik katta ijobiy ta’sir ko‘rsatmaydi.

Iste’mol va ijtimoiy xizmatlarda unumdorlik darajasi past bo‘lishi muayyan qiyinchiliklarni, xususan, xizmat sohasida band bo‘lganlar mehnat haqi va unumdorligi nisbatida muammolarni keltirib chiqaradi. Bu holatning tahliliy jarayonini keyingi paragraflarda ko‘rib chiqamiz.

Xulosa qilsak, xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish ish bilan bandlik muammosini ayniqsa, xotin-qizlar, oilalar daromadlarini muntazam ko‘paytirish, yoshlar bandligi darajasini oshirish hamda aholi farovonligini ta’minlash imkonini beradi. Bu, shuningdek, iste’mol bozorlarini turli xil raqobatbardosh xizmatlarga bo‘lgan talabini qondirish orqali aholi turmush darajasini oshishiga olib keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati

1. Axmedjanov A.R. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida iqtisodiy resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish. Diss. Iqtisodiyot fanlaridan PhD. – Samarqand: SamISI, 2021. 30-31-b.

2. Solow R We‘d Better Out // New York Revier of Books. 1987. July 12, - R. 36.

3. https://book24.ru/product/finansovaya-politika-v-sfere-innovatsiy-problemy-formirovaniya-i-realizatsii-mo-6297726/

4. Quvondiqov Sh.O. Xizmat sohasida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish muammolari. Iqtisod fanlari nomzodi. Dis. avtoreferati. Samarqand: SamISI, 2008.- 23 b.;

5. Mirzayev Q.J., T.S.Sharipov, Sh.A.Sultonov va boshqalar: Xizmatlar sohasi iqtisodiyoti (darslik) , Samarqand-2021 y.

6. Bekmurodov A. A. KICHIK BIZNES SUB’EKTLARINI TIJORAT BANKLAR TOMONIDAN KREDITLASHDA XORIJ TAJRIBASI //Теория и практика современной науки. – 2023. – №. 6 (96). – С. 20-24.

7. Bekmurodov A. A. TIJORAT BANKLARI FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISH VA INFORMATSION TEXNOLOGIYALARNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI //Экономика и социум. – 2023. – №. 6-1 (109). – С. 87-89.