



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

№4/1

2024



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2024 йил, 4/1-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис ин ституту

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:

и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

Бош муҳаррир

ўринбосари:

и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:

и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:

и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров

PhD, доцент И.М.Пардаева

А.Х.Мингбоев

Техник муҳаррир:

и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

Корректор:

PhD, доц. С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:

PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба

чоп этилади.

Ўзбекистон худудида

тарқатилади.

Тахририят манзили:

140100, Самарқанд шаҳар,

Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,

+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53

эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Тахририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институту ректори, и.ф.д., профессор

Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Тахрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти
хузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,
профессор

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.К.Ғоибназаров – и.ф.д., профессор.

М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.

А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.

З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод
фанлари доктори

Л.Н.Халикова – СамИСИ профессори, DSc

Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти, DSc

А.М.Каримова – СамИСИ профессори в.б., DSc

| | |
|--|-----|
| МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ | |
| Sanjarbek Komiljon o‘g‘li Boyjigitov Bозor mexanizmlarini takomillashtirishda iste‘molchilarning sodiqligidan foydalanish yo‘llari | 155 |
| Нилуфар Абдуазизовна Рахимова Замонавий ташкилотларда бошқарув тузилмаларининг аҳамияти ва турлари | 158 |
| Ирода Аминжоновна Умурзакова Рекламная деятельность в экономике: проблемы и перспективы | 162 |
| МОЛИЯ, ПУЛ МУОМАЛАСИ ВА КРЕДИТ | |
| Эркин Норматович Ходжаев, Зухур Давронович Ниёзов, Ойбек Эркинович Ходжаев Молиявий ресурсларни кўпайтиришда вексель муомаласидан фойдаланиш | 166 |
| БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ | |
| Азимжон Фаррухович Мустафоев Республика миллий иқтисодиётида нодавлат таълим ташкилотларининг бухгалтерия ҳисоби субъектлари сифатидаги хусусиятлари | 171 |
| Azamat Abdiraximovich Eshonqulov Tarkibida sho‘ba korxonasi bor korxonalarda konsolidatsiyalashgan MHXS asosida tuzish uslubiyotini takomillashtirish | 177 |
| Maуram Xamidovna Xalimova Aksiyadorlik jamiyatlarining auditorlik tekshiruvida yuzaga keladigan muammolari va istiqbollari | 182 |
| Заррух Умарович Мухаммадиев Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари асосида капитал инвестициялар ҳисобини такомиллаштириш: халқаро ва миллий жиҳатлар | 188 |
| Dilfuza Samiddinovna Tashnazarova Process costing tizimini takomillashtirish masalalari | 193 |
| Iroda Boykobilova Issues of bringing accounting and reporting of economic entities into line with national and international standards. | 196 |
| Тоҳир Толмас ўғли Сатторов Корхоналарда пайпоқ ишлаб чиқариш жараёнлари ҳисобининг хусусиятлари | 201 |
| ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА | |
| Дилобар Караматовна Гафурова Олий таълим муассасалари рақобатбардошлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар таҳлили | 205 |
| Mohinur Ravshanbekovna Maxmudova O‘zbekistonning barqaror rivojlanishida bilimlar iqtisodiyotining ahamiyati | 210 |
| Тимур Ибодуллаевич Ибрагимов Таълим хизматлари бозорини таҳлил қилишда корреляция таҳлилини қўллаш амалиёти | 214 |
| ИБРАТЛИ БИТИКЛАР | |
| Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев Ҳаёт ҳақида мутафаккирлар ҳикматлари | 217 |

МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

Sanjarbek Komiljon o‘g‘li Boyjigitov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Marketing” kafedrasida dotsenti v.b., PhD

BOZOR MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA ISTE‘MOLCHILARNING SODIQLIGIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada bozor mexanizmlarini takomillashtirish jarayonida iste‘molchilarning sodiqligidan samarali foydalanish usullari ko‘rib chiqilgan. Iste‘molchilar sodiqligi bozor barqarorligi va korxonalar raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Maqolada sodiqlik dasturlarini joriy etish, mijozlarning ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, mahsulot va xizmatlarni personalizatsiya qilish, brend imidjini mustahkamlash hamda sifatli xizmat ko‘rsatishni rivojlantirishning turli strategiyalari tavsiya qilingan. Shuningdek, mijozlarning fikr-mulohazalarini inobatga olish va onlayn-oflayn xizmatlarni birlashtirishning ahamiyati ta‘kidlangan. Bu yondashuvlar orqali korxonalar iste‘molchilar bilan uzoq muddatli hamkorlik o‘rnatib, bozorni samarali rivojlantirishi mumkinligi asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar: bozor, marketing, iste‘molchi xulq-atvori, iste‘molchilar sodiqligi, bozor mexanizmlari.

Kirish. Bozor mexanizmlarini takomillashtirishda iste‘molchilar sodiqligidan foydalanish bozorni yanada barqaror va samarali qilishga yordam beradi. Iste‘molchilar sodiqligi, ularning mahsulot yoki xizmatlarga doimiy ravishda qiziqish bildirishi va ishonchli mijoz sifatida qabul qilinishi, korxonalar uchun muhim strategik ahamiyatga ega.

Zero, bozor mexanizmlarini tashkil etish, ishlab chiqish, loyihalash va takomillashtirish kelajakda erishish mumkin bo‘lgan daromad va foydani ko‘zlangan holda amalga oshirishi juda muhim hisoblanadi. Bunda asosiy masala bozor mexanizmlarini takomillashtirish, tashkil etish va loyihalash jarayonida iste‘molchi xulq-atvori modelining ahamiyati juda muhimdir. Qolaversa, bozor mexanizmlarini tashkil etish va takomillashtirish masalalari hukumat oldidagi asosiy jarayonlardan biridir. Tadqiqotimiz obyekti hisoblangan don va un mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalarining faoliyatini takomillashtirish va ular o‘rtasida raqobat sharoitida bozor mexanizmlarini joriy etish doimiy dolzarb muammolardan biri hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2023 yil 28 dekabrda “Iste‘mol bozorlarida asosiy turdagi oziq-ovqat mahsulotlari narxlarining barqarorligini ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-217-sonli Farmonida ham aynan oziq-ovqat mahsulotlari narxlarining barqarorligini ta‘minlash yuzasidan vazifalar belgilab berilgan. Aynan ushbu farmonda keltirilgan vazifalarni bajarish maqsadida hukumatning ham qarori ishlab chiqilgan. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024 yil 11 iyundagi “2024-yil hosildan bug‘doy xarid qilish va ichki bozorda narxlar barqarorligini ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarorida ham g‘alla bozorini erkinlashtirish bo‘yicha islohotlarni davom ettirish, ichki bozorni bug‘doy va un mahsulotlari bilan uzluksiz ta‘minlash hamda ularning narxlarining barqarorligini saqlash maqsadida 2024-yil hosildan sug‘oriladigan maydonlarning har gektaridan o‘rtacha 2,5 tonnadan jami 2 mln 550 ming tonna bug‘doyni 1 mln 513 ming tonnasini fermer xo‘jaliklari hamda boshqa bug‘doy yetishtiruvchilar tomonidan keyinchalik birja savdolarida sotish uchun Iqtisodiyot va moliya vazirligi huzuridagi Qishloq xo‘jaligini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasining tijorat vakilida vaqtinchalik saqlash, 837 ming tonnasini tovar bug‘doy davlat resursi sifatida va 200 ming tonnasini urug‘lik uchun Jamg‘arma mablag‘lari hisobidan xarid qilish belgilab olindi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Tadqiqot natijasida bozor mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy izlanishlari o‘rganildi.

MDH olimalaridan biri И.Н.Деметьева o‘zining izlanishlarida iste‘molchi xulq-atvorini o‘rganishdagi nazariy-metodogik yondashuvlar, iste‘molchilarning xulq-atvori iqtisodiy rivojlanishning asosiy omillari ekanligi, iste‘mol talabi iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantirishi, “iste‘molchilarning xulq-atvori” markaziga iste‘molchilarning daromadlari va shaxsiy xohish-istaklarini hisobga olgan holda, turli xil tovarlar va xizmatlarga bo‘lgan talabni shakllantirish jarayonini muhim omil hamda tizim sifatida o‘z fikrlarini ilgari suradi [1].

Yana bir olimning bozor va iqtisodiy munosabatlarni shakllantirishda iste'molchi xulq-atvori va sodiqligi muhim omil sifatida o'z qarashlarini ilgari suradi. В.Г.Васильев o'zining o'quv qo'llanmasida iste'molchi xulq-atvorini ijtimoiy-iqtisodiy muhitdagi o'zgarishlarni aks ettiruvchi hudud aholisining iste'molchi hatti-harakati ham inson kapitalini takror ishlab chiqarish sifatiga ta'sir qiluvchi muhim omil ekanligini ta'kidlaydi. Qolaversa, “iste'molchi xulq-atvori” tushunchasi juda ko'p hodisa va jarayonlarni qamrab olishi, eng umumiy shaklda ko'rib chiqilayotgan toifa odatda “mahsulot va xizmatlarni olish, iste'mol qilish va yo'q qilishga qaratilgan faoliyat” deb tushunish mumkinligini ta'kidlaydi [2].

Bundan tashqari О.А.Громова [3] va А.А.Карманова [4] tomonidan ham bozor mexanizmlarini takomillashtirishda iste'molchilarning sodiqligidan foydalanish yo'llari va imkoniyatlari ilmiy ishlarida yoritib berilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotni amalga oshirish va ilmiy natijalarga erishishda ilmiy izlanishlar olib borilib, adabiyotlar tahlili, statistik tahlillar, dinamik qatorlar imkoniyatlari, bozor mexanizmlarining turlari, iste'molchi xulq-atvori modellari va iste'molchilar sodiqligi xususiyatlaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Sotsiologik yondashuvga ko'ra, iste'molchi xulq-atvori - unda faoliyat ko'rsatuvchi ijtimoiy subyektlar (iste'molchilar) faoliyati, manfaatlar, ijtimoiy guruhlar va qatlamlarning hatti-harakatlari va o'zaro ta'siridan kelib chiqadigan va muayyan tarixiy va ijtimoiy sharoitlarga bog'liq bo'lgan ijtimoiy jarayon. Ijtimoiy-psixologik model iste'molchi xulq-atvorini ijtimoiy xulq-atvorning alohida holati sifatida ifodalaydi, uning tartibga soluvchilari bozor munosabatlari ishtirokchilarining qadriyatlarini, munosabatlari, his-tuyg'ulari va kayfiyati, bilish jarayonlari hisoblanadi. Marketing mutaxassislari tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda iste'molchi hatti-harakati mahsulotni qidirish, tanlash, to'lash, undan foydalanish, shuningdek, iste'molchining tanlovning to'g'riligini baholash bilan bog'liq harakatlar majmui sifatida qaraladi. Bizning fikrimizcha, iste'molchi xulq-atvori murakkab hodisa bo'lib, iqtisodiyot, siyosat, sotsiologiya va psixologiya, marketing, iqtisodiy nazariya va menejment nuqtai nazaridan har tomonlama o'rganishni talab qiladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'mol muammolarini o'rganish ijtimoiy nuqtai nazardan yondashish va birinchi navbatda aholi va demografiya nazariyasi bilan to'ldirilishi kerak.

Quyida bozor mexanizmlarini takomillashtirishda iste'molchi sodiqligidan foydalanish mumkin bo'lgan asosiy yo'llar keltirilgan (1-jadval):

1-jadval

Iste'molchi sodiqligidan foydalanish mumkin bo'lgan asosiy yo'llar [5]

| № | Foydalanish yo'llari | Foydalanish mazmuni va komponentlari |
|----|--|---|
| 1. | Sodiqlik dasturlarini joriy etish | <ul style="list-style-type: none"> • bonuslar va chegirmalar: don va un mahsulotlarini doimiy xarid qilgan mijozlar uchun maxsus chegirmalar yoki mukofot tizimini joriy etish ularni brendga bog'liq qilish; • ballar tizimi: xaridlar orqali yig'iladigan ballar keyinchalik chegirmalarga yoki sovg'alarga aylantirilish (sovg'a sifatida undan tayyorlanadigan mahsulotlari). • kompaniya a'zoligi: eksklyuziv takliflar, imtiyozlar yoki xizmatlar bilan ta'minlanadigan sodiqlik klublarini tashkil etish. |
| 2. | Iste'molchilarni tadqiq qilish va ularning ehtiyojlarini qondirish | <ul style="list-style-type: none"> • mijozlar ehtiyojlarini aniqlash uchun so'rovnoma, tahlil va ma'lumot yig'ish mexanizmlarini rivojlantirish; • mahsulot yoki xizmatni mijozlar talablariga moslashtirish orqali ularning sodiqligini oshirish. |
| 3. | Brend imidjini mustahkamlash | <ul style="list-style-type: none"> • mijozlar brendga bo'lgan ishonchini oshirish uchun korporativ ijtimoiy mas'uliyat (CSR) dasturlarini amalga oshirish; • sifatli mahsulot va xizmatlarni barqaror ta'minlash. |
| 4. | Personalizatsiya | <ul style="list-style-type: none"> • har bir mijozning ehtiyojlarini hisobga olgan holda shaxsiylashtirilgan takliflar va xizmatlarni taklif qilish. • Big Data va sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalangan holda un mahsulotlari mijozlari hatti-harakatlarini prognoz qilish. |

| | | |
|----|--|---|
| 5. | Onlayn va oflayn xizmatlarni birlashtirish | <ul style="list-style-type: none"> • raqamli platformalar va do‘konlar o‘rtasida un va don mahsulotlarini sotish bo‘yicha muvofiqlikni yaratish; • tezkor va qulay xarid qilish imkoniyatlarini taklif etish. |
| 6. | Mijozlarning fikr-mulohazalarini inobatga olish | <ul style="list-style-type: none"> • mijozlardan kelgan sharh va takliflarga e‘tibor qaratib, un va undan keying tayyorlanadigan mahsulotlarni rivojlantirish; • mijozlarning qoniqish darajasini kuzatib borish va ularga javob berish. |
| 7. | Mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirish | <ul style="list-style-type: none"> • doimiy ravishda aloqada bo‘lish, mijozlarni yangiliklar va aksiyalar haqida xabardor qilish; • doimiy mijozlarga maxsus takliflar va tadbirlar taklif qilish. |
| 8. | Jamoatchilik bilan ishlash (PR) va marketing | <ul style="list-style-type: none"> • samarali reklama va marketing tadbirlari orqali iste‘molchilar e‘tiborini tortish; • bozor mexanizmlarini sodiqlik asosida rivojlantirish uchun mijozlar bilan bog‘liq tarixiy natijalarni ommalashtirish. |
| 9. | Xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish | <ul style="list-style-type: none"> • mijozlar ehtiyojlariga tezkor javob beradigan xizmatni taklif etish; • xodimlarni mijozlar bilan ishlash bo‘yicha doimiy ravishda o‘qitish. |

Iste‘molchilarning sodiqligi orqali bozor mexanizmlarini takomillashtirish nafaqat mijozlarni saqlab qolishga, balki ulardan doimiy daromad manbai sifatida foydalanishga yordam beradi. Shu bilan birga, bozorda raqobatbardoshlikni oshirish uchun ham bu strategiyalar samarali bo‘lishi mumkin.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot davomida olib borilgan izlanishlar natijasida don va un mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi.

1. Korxonalar va xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlar bonuslar, chegirmalar, ballar tizimi yoki eksklyuziv imtiyozlar asosida mijozlarga yo‘naltirilgan sodiqlik dasturlarini ishlab chiqish. Bu esa un mahsulotlariga bo‘lgan talab hajmi va iste‘mol hajmini oshiradi.

2. Uzoq muddatli sodiqlikni rag‘batlantirish uchun mijozlar uchun individual va foydali takliflar joriy etish. Bunda ozuqabopligi yuqori mahsulot assortimentlarini ishlab chiqarish masalalarini bajarish lozim.

3. Muntazam so‘rovnomalar, mijoz fikrlari va ma‘lumotlar tahlili orqali iste‘molchilarning ehtiyoj va istaklari asnosida yangi ecotizim yaratish.

4. Sifatli mahsulot va xizmatni barqaror ravishda ta‘minlash, shuningdek, korxonaning ijtimoiy mas‘uliyatli faoliyatiga e‘tibor qaratish. Korxonaning brend imidji va vizualizatsiyasini qayta ko‘rib chiqish.

5. Iste‘molchilar bilan oson aloqani ta‘minlash uchun raqamli platformalar (saytlar, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar) orqali xizmat ko‘rsatishni joriy etish. Bunda marketconsul.uz platfotmasini ishga tushurish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Дементьева И.Н. Теоретико-методологические подходы к изучению потребительского поведения. *Проблемы развития территории* • Вып. 1 (93) • 2018, с 122-132

2. Васильев В.Г. Поведение потребителей [Текст]: учеб. пособие / В. Г. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2004. – 240 с. 4.

3. Громова О.А. Социально-психологические критерии типологии потребительских групп [Текст]: автореф. дис. ... канд. психол. наук / О. А. Громова. – М., 2001. – 29 с.

4. Карманова А.А. Потребительское поведение: теоретико-методологические основания изучения [Текст] / А. А. Карманова, Л. П. Пискунова // Вопросы управления. – 2012. – № 3 (20). – С. 25–46.

5. Tadqiqot natijasida muallif ishlanmasi.

| | |
|---|--|
| <p>С.Бойжигитов</p> <p>Пути использования лояльности потребителей для совершенствования рыночных механизмов</p> <p>Аннотация. В данной статье рассматриваются методы эффективного использования потребительской лояльности в процессе совершенствования рыночных механизмов. Лояльность потребителей является важным фактором повышения стабильности рынка и конкурентоспособности предприятий. В статье рекомендуются различные стратегии внедрения программ лояльности, углубленного анализа потребностей клиентов, персонализации продуктов и услуг, укрепления имиджа бренда, развития качественного сервиса. Также была подчеркнута важность учета отзывов клиентов и объединения онлайн и офлайн-сервисов. Благодаря этим подходам предприятия могут наладить долгосрочное сотрудничество с потребителями и эффективно развивать рынок.</p> <p>Ключевые слова: рынок, маркетинг, потребительское поведение, потребительская лояльность, рыночные механизмы.</p> | <p>S.Boyjigitov</p> <p>Ways to use consumer loyalty to improve market mechanisms</p> <p>Abstract. This article examines ways to effectively use consumer loyalty in the process of improving market mechanisms. Consumer loyalty is an important factor in increasing market stability and enterprise competitiveness. The article recommends various strategies for implementing loyalty programs, in-depth analysis of customer needs, personalization of products and services, strengthening brand image, and developing quality service. It also emphasizes the importance of taking customer feedback into account and integrating online and offline services. It is argued that through these approaches, enterprises can establish long-term cooperation with consumers and effectively develop the market.</p> <p>Keywords: market, marketing, consumer behavior, consumer loyalty, market mechanisms.</p> |
|---|--|

Нилуфар Абдуазизовна Рахимова – СамДАҚИ “Бизнесни бошқариш” кафедраси докторанти

ЗАМОНАВИЙ ТАШКИЛОТЛАРДА БОШҚАРУВ ТУЗИЛМАЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ ВА ТУРЛАРИ

Аннотация. Мазкур мақолада замонавий ташкилотларда ташкилий тузилмаларнинг ўрни, вазифалари ва таснифи таҳлил қилинган. Бошқарув тузилмаларни таҳлил қилишнинг ўзига хос ёндашуви таклиф қилинган. Чизиқли, функционал, матрицали, дивизионал, лойиҳавий ва тармоқли тузилмаларнинг афзаллиги ва камчилиги ёритиб берилган.

Калит сўзлар: тизим, тузилма, ишлаб чиқариш тузилмалари, ташкилий тузилма, ижтимоий тузилма, марказлашган тузилмалар, марказлашмаган тузилмалар.

Кириш. Бугунги кунда тўғри танланган бошқарув тузилмалари корхона муваффақиятини муҳим элементи ҳисобланади. Чунки, бошқарув тузилмалари корхонанинг схематик тарздаги таркиби, иш тақсимланиши, назорат доираси, ижрочиларнинг аниқ кимга бўйсунгани яққол кўрсатиб беради. Янги Ўзбекистонни стратегик ривожлантириш шароитида бошқарув тузилмаларини таккомиллаштириш муаммолари албатта долзарб ва устувор мақсадга айланган. Бошқарувни такомиллаштиришда бошқа омиллар ичида илм-фан алоҳида туради ва барча жараёнларни ўзгартириб туради. Шу билан бирга замонавий корхоналарда ташкилий тузилмаларни самарадорлигини ошириш ва янги талабларга мослаштириш аҳамиятлидир.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2024 йил 17 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси қурилиш ва уй-жой коммунал хўжалиги вазирлиги ҳамда унинг тизимидаги ташкилотлар тўғрисидаги низомларни тасдиқлаш ҳақида”ги 214-сон Қарори билан қурилиш соҳасида давлат бошқарувини такомиллаштириш чоралари қўрилган бўлиб, Ўзбекистон Республикаси Қурилиш ва уй-жой коммунал хўжалиги вазирлиги ва унинг ҳудудий бошқармалари, Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Республика архитектура-шаҳарсозлик кенгаши ва унинг жойлардаги бўлинмалари, Қурилиш ва уй-жой коммунал хўжалиги соҳасида назорат қилиш инспекцияси ва унинг ҳудудий бўлимларининг Низомлари билан ушбу органларининг функциялари ва вазифалари белгиланган. Ушбу

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

20.11.2024 йилда теришга берилди. 05.12.2024 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табағи 15,76. Ҳисоб-нашриёт
табағи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0134А/24

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2024.