



ISSN 2091-5187

# СЕРВИС

№4/2

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
ЖУРНАЛ

2024



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2024 йил, 4/2-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

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  
институти 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

<b>Умар Худайбердиев</b> Камбағаллик даражаси ва уни қисқартириш йўллари	66
<b>Меҳрангиз Олимовна Мамаюнусова</b> Аҳолининг ўсиши, камбағаллик даражаси ва аҳоли камбағал қатламининг ўзгариш тенденциялари	69
<b>ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС</b>	
<b>Nilufar Abdaxatovna Abdukadirova</b> Umumiy ovqatlanish korxonalari faoliyatida innovatsiyalarni rivojlantirish yondashuvlari	74
<b>Навруз Абдуллаевич Кудратов</b> Пути эффективного развития услуг электронной коммерции (на примере Самаркандской области)	77
<b>Dilrabo Shirinboyevna Mardonova</b> Samarqand viloyatida mehmonxona xizmatlari integral samaradorligi ko‘rsatkichlarini hisoblash	80
<b>Farhod Mahmudovich Tirkashyev</b> Xizmatlar ko‘rsatish sohasida intellektual mulk obyektlarini boshqarish xususiyatlari	86
<b>Lazizjon Sharifovich Kuldoshev</b> Xizmat ko‘rsatish sohasida raqobatbardoshlik salohiyatini baholashga ilmiy yondashuvlar	91
<b>ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ</b>	
<b>Аҳмаджон Таниев</b> Туризмнинг атроф-муҳитга таъсири ва барқарор ривожланиш стратегиялари	97
<b>Umida Ziyadullayevna Raximova</b> Turizm Infratuzilmasining hozirgi holati	105
<b>Gulmira Rabbonovna Tursunova</b> Turistik mahsulot iste’molchisini tasniflash	110
<b>Bekzod Sherzodovich Sharipov</b> Inklyuziv turizm destinatsiyalarini shakllantirishning konseptual, nazariy-metodologik asoslari	116
<b>Ulug‘bek Egamberdiyevich Boynazarov</b> Oilaviy mehmon uylari uchun mahalliy va xalqaro me‘yorlar xususiyatlari	121
<b>Dilyor Zafarovich Hakimov</b> O‘zbekistonda etnografik turizmni rivojlantirish samaradorligini oshirish yo‘llari	124
<b>Зухрали Турсуналиевич Абдулхакимов</b> Туризм индустриясини ривожлантиришда минтақавий назариялар ўрни ва роли	130
<b>Aziza Javaxirovna Mir-Djafarova</b> Mehmonxona xo‘jaligida yashil texnologiyalarni joriy qilishning innovatsion yechimlari	135
<b>КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК</b>	
<b>Азизбек Исомиддин ўғли Асроров</b> Кичик бизнес субъектларини кредитлаш тизимини такомиллаштириш масалалари	139
<b>Pyos Pخomovich Ayubov, Sumbula Kurasheva</b> Iqtisodiy islohotlarning tadbirkorlikni rivojlantirishdagi o‘rni	145

10. Tirkashev, F., & Zarmaxmatov, N. (2024). Raqamli iqtisodiyotning zamonamizdagi bugungi o‘rni. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, 2(1).
11. Tirkashev, F., & Xo‘jaqulov, I. (2024). Jahon iqtisodiyoti va xalqaro savdo munosabatlari. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, 2(1).
12. Tirkashev, F., & Raxmatullayev, S. (2024). Davlat-xususiy sherikchiligini rivojlantirishda klasterlarning ahamiyati. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, 2(1).
13. Xamdamova, N., Tirkashev, F., Sayfullayev, A., & Erkinov, S. (2024). Chorvachilikning mamlakat iqtisodiyotidagi ahamiyati va uning rivojlanishi. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, 2(1).
14. Tirkashev, F., & Isaxonov, S. (2024). Qishloq xo‘jaligini rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, 2(1).
15. Tirkashev, F., & Asomiddinov, H. (2024). Mahalliy soliqlar va mahalliy yig‘imlarning iqtisodiy mohiyati. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, 2(1).
16. Tirkashev, F., & Asomiddinov, H. (2024). Tijorat tashkilotlarining investitsiya faoliyati.
17. www.lex.uz
18. www.stat.uz
19. www.edu.uz
20. www.norma.uz

<b>Ф.Тиркашев</b>	<b>F.Tirkashev</b>
<b>Особенности управления интеллектуальной собственностью в сфере услуг</b>	<b>Features of intellectual property management in the service sector</b>
<p><b>Аннотация.</b> В данной статье рассматриваются виды интеллектуальной собственности, созданные в результате творческой деятельности, охраняемые частными правами, управление объектами интеллектуальной собственности в сфере услуг, повышение конкурентоспособности компании, развитие инноваций и увеличение доходов. Результаты исследования включают предложения и рекомендации, направленные на устойчивое развитие сферы услуг.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> интеллектуальная собственность, сфера услуг, механизмы управления, лицензия, патенты, бренд, товарные знаки, защита интеллектуальной собственности, технологические инновации, новые идеи в сфере услуг, правовая охрана.</p>	<p><b>Abstract.</b> This article covers the types of intellectual property created as a result of creative activity, protected by private rights, management of intellectual property objects in the field of services, increasing the competitiveness of the company, developing innovations and increasing income. The results of the research include proposals and recommendations aimed at the sustainable development of service industries.</p> <p><b>Keywords:</b> intellectual property, service industry, management mechanisms, license, patents, brand, trademarks, intellectual property protection, technological innovation, new ideas in the service industry, legal protection.</p>

**Lazizjon Sharifovich Kuldoshev** – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti stajyor-tadqiqotchi

### **XIZMAT KO‘RSATISH SOHASIDA RAQOBATBARDOSHLIK SALOHIYATINI BAHOLASHGA ILMIIY YONDASHUVLAR**

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada “raqobatbardoshlik” kategoriyasi bo‘yicha ilmiy yondashuvlar, korxonalar salohiyati tarkibiy qismlari ishlashining kuchli va zaif tomonlari, raqobatbardoshlik salohiyatini aniqlovchi omillar, xizmat ko‘rsatish korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirish usullari va vositalari, raqobat ustunliklarini aniqlash, xizmat ko‘rsatish korxonalarida raqobat salohiyatining shakllanishi tadqiq qilingan.

**Kalit so‘zlar:** raqobat, xizmat ko‘rsatish sohasi, xizmatlar bozori, boshqarish, raqobatbardoshlik salohiyati, raqobat ustunligi.

**Kirish.** Jahon hamjamiyatining iqtisodiy rivojlanish dinamikasi, raqobat kurashi muammolari shuningdek, globallashtirish jarayoniga intilayotgan har qanday mamlakat iqtisodiyoti

uchun raqobat, uning nazariy va amaliy tadqiqoti muhim rol o‘ynaydi. Chunki, milliy iqtisodiyotni zamonaviy iqtisodiy rivojlanishning muhim va ustuvor yo‘nalishlaridan biri – bu to‘laqonli, adolatga asoslangan raqobat kurashi va uning muhitini shakllantirishdan iborat.

Bugungi kunda raqobatga katta e‘tibor qaratilmoqda, u alohida shaxslarning mehnati va salohiyati hamda mamlakat va alohida hududlarda raqobatbardoshlikni oshiradi. Raqobat yordamida tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar bir-birining faoliyatini kuzatishi va nazorat qilishi mumkin hamda o‘zlarining individual xususiyatlarining ko‘payishi yoki kamayishini kuzatishlari uchun barcha imkoniyatlar va zarur resurslarga ega bo‘ladi. Ishlab chiqaruvchilarning iste‘molchilar uchun kurashi ko‘pincha ishlab chiqarish yo‘qotishlarining kamayishi, narxlarning pasayishi, mahsulot sifatining yaxshilanishi, ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning yuksalishi, kadrlar malakasining oshishi, xizmat ko‘rsatishning rivojlanishiga olib keladi. Raqobat moliyaviy manfaatlarning qarama-qarshiligini va jamiyatda iqtisodiy tabaqalanishni kuchaytiradi, samarasiz yo‘qotishlarning ko‘payishiga olib keladi, monopoliyalar paydo bo‘lishini rag‘batlantiradi.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.** Xaksever K., Render B., Rassel R., Merdik R. [12] asarida servis iqtisodiyoti rivojlanishi, iqtisodiy o‘shish, xizmat ko‘rsatish sohasining barqaror rivojlanishi, xizmatlar sifati va raqobatbardoshligini oshirish, ishlab chiqarish omillaridan xizmat ko‘rsatish jarayonida samarali foydalanish, ijtimoiy va iqtisodiy samaradorlikni oshirish, xizmat ko‘rsatishning zamonaviy tarmoqlarini rivojlantirish, sohada mehnat unumdorligini oshirish, xizmat ko‘rsatish sohasini innovasion rivojlanishi yoritib berilgan.

Mazilkina E.A. [12] tahriri ostida yozilgan o‘quv qo‘llanmada xizmat ko‘rsatish, servis va turizm sohaslarini rivojlantirish muammolari, xizmat ko‘rsatish sohasida mehnat resurslaridan samarali foydalanish yo‘llari, raqobatbardoshlikni oshirish omillari va yo‘nalishlari tadqiq etilgan. Shuningdek, mavzuga doir jihati bo‘yicha servis va turizm sohaslarini rivojlantirishning ijtimoiy, iqtisodiy va institusional asoslari ilmiy jihatdan tadqiq etilgan.

Rubsova N.V. [13] asarida servis iqtisodiyotida resurslardan samarali foydalanish, servis faoliyati samaradorligini oshirish, xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish va aholiga ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatini yaxshilash va raqobatbardoshlikni oshirish omillari, tamoyillari va usullari, xo‘jalik yurituvchi subyektlar tomonidan ko‘rsatiladigan xizmatlar raqobatbardoshligini ta‘minlash, xizmat ko‘rsatish jarayonlarini takomillashtirish masalalari ilmiy-nazariy hamda uslubiy jihatdan tadqiq qilingan.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqot jarayonida xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalarida raqobatbardoshlik salohiyatini oshirishni o‘rganishga dialektik va tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, statistik va dinamik yondashuv hamda guruhlash usullaridan foydalanildi. Shuningdek, xizmat ko‘rsatish korxonalarida raqobat salohiyatining shakllanishi xizmat ko‘rsatish jarayonlarining xususiyatlariga asoslanganligi ilmiy-uslubiy jihatdan tadqiq qilingan.

**Tahlil va natijalar.** Raqobatbardoshlik xizmatning o‘ziga xos xususiyatlari bilan emas, balki xaridni amalga oshiradigan mijozlar uchun jozibadorligi bilan bog‘liq bo‘ladi. Shuningdek, raqobatbardoshlikni xizmatlarning iste‘molchilar ehtiyojlarini qondirish darajasi hamda ularni sotib olish va ishlatish xarajatlari bo‘yicha boshqa o‘xshash tovarlar yoki xizmatlardan farqini belgilaydigan iste‘mol xususiyatlarining to‘plami sifatida aniqlashimiz mumkin [15].

Raqobatbardoshlik quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- bozorda taqdim etilgan o‘xshash obyektlarga nisbatan aniq ehtiyojning real yoki potensial qondirilish darajasi bilan tavsiflanadigan obyektning mulki;
- bozorda o‘xshash obyektlar bilan taqqoslaganda raqobatga dosh berish qobiliyati;
- ma‘lum bir xizmat ko‘rsatish korxonalarining rivojlanishidagi raqobatdosh xizmat ko‘rsatish korxonalarining rivojlanishidan ularning xizmatlari odamlarning ehtiyojlarini qondirish darajasi va ishlab chiqarish faoliyati samaradorligi nuqtai-nazaridan farqlarini ifodalovchi belgidir.

“Raqobatbardoshlik” kategoriyasi bo‘yicha ilmiy yondashuvlarni to‘rtta asosiy guruhga ajratib o‘rganish mumkin.

**Birinchi guruh** – “ko‘p bosqichli yondashuv” raqobatbardoshlik kategoriyasining ko‘p qirrali xususiyatiga asoslangan. Ushbu yondashuv tarafdorlari M.Porter, A.P.Latkin, O.V.Vorozhbit, T.G.Filosofova va V.A.Bikovlardir.

M.Porter globallashuv sharoitiga qaramay, milliy raqobatbardoshlik bevosita ma'lum bir mahalliy sharoitga bog‘liq bo‘lgan omillar majmuasiga bog‘liq ekanligiga e'tibor qaratadi.

O.Yu.Vorobjit va A.P.Latkin raqobatbardoshlikni quyidagi darajalarga ajratgan:

- individual daraja, ya'ni mahsulot raqobatbardoshligi;
- mikro daraja, ya'ni korxonalar raqobatbardoshligi;
- me'zo daraja, ya'ni muayyan tarmoqdagi raqobatbardoshlik;
- makro daraja, butun bozordagi raqobatbardoshlik [2].

**Ikkinchi guruh** – “mahsulot yoki xizmat raqobatbardoshligiga asoslangan yondashuv”. Bunday yondashuv raqobatbardoshlikni mahsulot yoki xizmatning raqobat muhitida korxonalar savdosining muvaffaqiyatini ta'minlash qobiliyati sifatida belgilaydi. Ushbu yondashuv tarafdorlari orasida G.L.Azoev, P.S.Zavyalova, L.Sh.Lofovskogo, M.Dolinskuyu, I.Soloveva, R.A.Fatxudinova va boshqalarni alohida ajratib ko‘rsatish mumkin. Ularning fikricha, “xizmat ko‘rsatish korxonalarini raqobatbardoshligi – bu korxonaning bozorlarda raqobatlasha olish, yuqori sifatli tovar yoki xizmatlarni, arzon narxlarni taqdim etishi, xaridorlarga qulaylik yaratishi” [7] deb ta'riflagan.

R.A.Fatxutdinov korxonalar raqobatbardoshligi «raqobatbardosh mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqarish qobiliyati» deb hisoblaydi. Bundan tashqari, mahsulot raqobatbardoshligi deganda, «bozorda sotilayotgan o‘xshash tovarlarga nisbatan ma'lum ehtiyojning real yoki potensial qondirish darajasi» tushuniladi deb izohlagan [19].

**Uchinchi guruh** – “bozor ulushini baholashga asoslangan yondashuv” [11]. Ushbu yondashuv tarafdorlari E.Dj.Vizer, M.Meskon, A.Albert, F.Xedouri, P.U.Zulkarpaev va L.R.Ilyasovlar bo‘lib, ular raqobatlashuv qobiliyati - bu ko‘proq mahsulot ishlab chiqarish, saqlash va sotish uchun ma'lum imkoniyatlardan foydalangan holda korxonaning raqobatlashilarga qaraganda muvaffaqiyatli bo‘lish qobiliyati deb hisoblaydilar.

E.Dj.Vizerning fikriga ko‘ra, xizmat ko‘rsatish korxonalarini raqobatbardoshligi - bu korxonaning bozor ulushini egallash, saqlab qolish va oshirish qobiliyatidir. A.Meskon, A.Albert, F.Hedourilarning fikricha xizmat ko‘rsatish korxonalarini raqobatlashilalar bilan solishtirganda raqobatlash ustunliklarga ega bo‘lishi va raqobatbardoshligini saqlab qolishida ekanligi ta'kidlanadi, bu nafaqat yangi iste'molchilarni jalb qilish imkonini beradi balki, tovar yoki xizmatlarning kelajakda ham saqlab qolishidir [11].

**To‘rtinchi guruh** – “korxonalar rentabelligini baholashga asoslangan yondashuvlar”. Bunday yondashuvlar raqobatbardoshlikning quyidagi xususiyatini namoyon qiladi: ushbu holatda korxonaning qisqa vaqt ichida qo‘yilgan kapitaldan raqobatlash korxonalar foydasidan ko‘ra ko‘proq foyda olish qobiliyati raqobatbardoshlikdir. Shunday qilib, ushbu konsepsiyani o‘z tarkibiga xizmat ko‘rsatish korxonalarining quyidagi xususiyatlarini kiritish orqali kengaytirishga urinishlar mavjud: investisiya qilingan kapitaldan qisqa muddatda belgilanganidan past bo‘lmagan foyda olish qobiliyati .

Xizmat ko‘rsatish korxonalarini raqobatbardoshligi deganda – aholining xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojlarini qondirish uchun ma'lum bir vaqtda o‘z xizmatlari va mahsulotlari bilan ma'lum bir bozordagi korxonaning o‘ziga xos xususiyatlari, o‘zgaruvchan muhitda foyda olish va samaradorlikka erishish uchun raqobatlashilardan ustun turish qobiliyatini ta'minlaydigan faoliyat [15].

Hozirgi vaqtda xizmatlar bozorida raqobat darajasi oshib borayotgan sharoitda xizmat ko‘rsatish korxonalarining raqobatbardoshlik salohiyatini rivojlantirishga tobora ko‘proq e'tibor qaratilmoqda. Buning sababi shundaki, raqobatbardoshlik salohiyatining uzoq muddatli istiqbolda raqobat ustunligini saqlab qolish va uni oshirishga qodir bo‘lgan asosdir. Tadqiqotlarning ko‘rsatishicha, hozirgi vaqtda “korxonalar salohiyati” tushunchasining turli xil talqinlari mavjud.

Korxonalar salohiyatining mohiyatini keng tarqalgan talqini muayyan maqsadlarga erishish uchun ishlatilishi mumkin bo‘lgan tabiiy sharoitlar va resurslar, zahiralalar va qadriyatlar to‘plami

hisoblanadi. Bundan tashqari, ba'zida korxonaning potentsiali iqtisodiy tizimning mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati (bu uning ishlab chiqarish quvvati sifatida talqin qilinishiga yaqin) yoki ishlab chiqaruvchi kuchlarning imkoniyati sifatida muayyan samarani ta'minlash qobiliyati sifatida belgilanadi.

**1-jadval.**

**Korxonalar salohiyati tarkibiy qismlari ishlashining kuchli va zaif tomonlari [23]**

Potensial komponent	Kuchli tomonlari	Zaif tomonlari
Ishlab chiqarish	Mahsulot tannarxining past darajasi; mahsulotning yuqori sifati; fondlar qaytimining yuqori darajasi; zamonaviy yuqori samaradorlikka ega jihozlar.	Eskirgan uskunalar; raqobatchilarga nisbatan yuqori narxni o'rnatilishi; ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish) quvvatlaridan foydalanishning past darajasi.
Kadrlar	Kadrlarning yuqori malakasi va kompetentligi; g'oyalarni yaratishga xodimlarning layoqati; ijobiy ishbilarmolik obro'i.	Mehnatni motivatsiyalash va rag'batlantirishning samarasiz tizimi; kadrlar qo'nimsizligi- ning yuqori darajasi.
Marketing	Bozorning yuqori ulushi; samarali reklama va mahsulotlarni (xizmatlarni) sotishni rag'batlan-tirish; iste'molchilarning mahsu-lotlarga nisbatan yuqori faolligi; mahsulotlarni yuqori darajada tabaqalashishi.	Assortimentning turlarining etarli darajada emasligi; bozor ulushining pasayishi; mijozlar soning qisqarishi.
Moliyaviy	Qarz mablag'larining mavjudligi; yuqori ishbilarmolik faolligi; aktivlarning yuqori likvidligi; barqaror moliyaviy holat; kapitalning yuqori rentabellik darajasi.	Moliyaviy resurslardagi etishmovchilik; moliyaviy holat-ning beqarorligi; kreditorlarga qaramlikning yuqori darajasi; rentabellikning past ko'rsatkichi.
Tashkiliy imkoniyatlar (boshqaruv)	Malakali menejment; samarali tashkiliy tuzilma.	Menejerlar malakasining past darajasi; boshqaruv qarorlarini qabul qilishdagi faollikning pastligi.
Ilmiy-texnik	Innovatsiyalarni ishlab chiqish; mehnat jarayonlariga innovatsiya-larni joriy etish; intellektual mulk obyektlari (patentlar).	Raqobatchilar bilan taqqoslaganda texnologiyaning yuqori energiya sig'imkorligi.
Logistika	Murakkab jihozlar; avtomobil yo'llari; etkazib berish muddatini tezlashtirish; ulgurji savdo imkoniyatlari.	Moliyaviy resurslarning etishmasligi; etkazib beruvchilar va iste'molchilarga yuqori darajada bog'liqlik.

Yuqoridagi tarkibiy qismlar va omillarni hisobga olgan holda, korxonalar o'zini o'zi tashkil etish va biznesni moslashtirishning murakkab jarayonlarini ishga tushirishi, sinergik ta'sir tufayli qo'shimcha raqobatdosh ustunliklarni ta'minlashi va korxonaning boshqaruvchanligi va raqobatbardoshlik darajasini oshirishi kerak.

Raqobat munosabatlarining yangi xarakterini o'rganishning istiqbolli yo'nalishlaridan biri – bu raqobatbardoshlik salohiyatidir. Raqobat salohiyati tushunchasi hali ham yaxlit qabul qilingan talqinga ega emas va uning mazmun yukiga oid noaniq pozitsiyalar iqtisodiyotni rivojlantirishda raqobat salohiyatining rolini etarlicha baholanmaslikka olib keladi.

“Raqobatbardosh salohiyat” tushunchasi birinchi marta L.V.Balabanova va A.V.Balabanislar tomonidan qarab chiqilgan bo'lib, bu orqali mualliflar “bozorda barqaror raqobatdosh mavqeni ta'minlaydigan, qulay marketing muhiti sharoitida korxonaning

raqobatdosh ustunliklariga transformasiyalanishi bo‘yicha kompaniyaning mavjud raqobatdosh ustunliklari va marketing imkoniyatlari yig‘indisini tushunadilar” [1].

L.V.Balabanova o‘zining monografiyasida raqobat salohiyati allaqachon “... bozorda raqobatdosh ustunliklarni qo‘lga kiritish va belgilangan strategik raqobat maqsadlariga erishishni ta‘minlaydigan korxonaning imkoniyatlari va resurslari majmuasi” deb ta‘kidlaydi [1]. T.A.Zagornaya “tovar belgisining raqobatbardosh salohiyati” tushunchasini tahlil qilib, uni “korxonaning raqobatdosh ustunliklarni kuchaytirish maqsadida tovar belgisining funksional va hissiy xususiyatlaridan foydalanish imkoniyatlari to‘plami” sifatida tavsiflaydi [6]. Shu bilan birga, “korxonaning raqobatbardoshligi” va “korxonaning raqobatbardosh salohiyati” tushunchalari bir xil emasligiga e‘tibor qaratish lozim.

R.A.Fatxutdinov tizimning raqobatdosh ustunligi tizim egalik qiladigan va unga raqobatchilarga nisbatan ustunlik beradigan eksklyuziv qiymat ekanligini ta‘kidlaydi [14].

Korxonalar raqobat ustunligining mavjud ta‘riflarini tahlil qilish va umumlashtirish, raqobatdosh ustunliklarga erishish, saqlash va oshirishga yordam bergan sabablarni hisobga olish muhim ahamiyatga ega. Raqobat ustunligi – bu etarli va samarali raqobat salohiyatini shakllantirgan va oshirgan hamda raqobatchilardan ustunlikni ta‘minlagan noyob omillar tizimidir.

Ma‘lumki, xizmatlar moddiy shaklga ega bo‘lmagan, aholi ehtiyojlarini qondirishga yo‘naltirilgan iqtisodiy faoliyatning alohida turi hisoblanadi. Xodimlarning xizmat ko‘rsatishdagi faoliyati oldi-sotdi obyekt bo‘lgan natijani shakllantiradi va pirovardida ishlab chiqarilgan xizmatlar hajmi mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibiga rasmiy tarzda kiritiladi. Shuning uchun xizmat ko‘rsatish korxonalarida raqobat salohiyatining shakllanishi xizmat ko‘rsatish jarayonlarining xususiyatlaridan kelib chiqqan holda tavsiflanishi zarur.

**Xulosa va takliflar.** Xulosa qiladigan bulsak raqobatbardoshlik quyi- dagilarni o‘z ichiga oladi:

- bozorda taqdim etilgan o‘xshash obyektlarga nisbatan aniq ehtiyojning real yoki potensial qondirilish darajasi bilan tavsiflanadigan obyektning mulki; bozorda o‘xshash obyektlar bilan taqqoslaganda raqobatga dosh berish qobiliyati;

- ma‘lum bir xizmat ko‘rsatish korxonalarining rivojlanishidagi raqobatdosh xizmat ko‘rsatish korxonalarining rivojlanishidan ularning xizmatlari odamlarning ehtiyojlarini qondirish darajasi va ishlab chiqarish faoliyati samaradorligi nuqtai-nazaridan farqlarini ifodalovchi belgidir.

Hozirgi vaqtda xizmatlar bozorida raqobat darajasi oshib borayotgan sharoitda xizmat ko‘rsatish korxonalarining raqobatbardoshlik salohiyatini rivojlantirishga tobora ko‘proq e‘tibor qaratilmoqda. Buning sababi shundaki, raqobatbardoshlik salohiyatining uzoq muddatli istiqbolda raqobat ustunligini saqlab qolish va uni oshirishga qodir bo‘lgan asosdir.

Korxonalar raqobat ustunligining mavjud ta‘riflarini tahlil qilish va umumlashtirish, raqobatdosh ustunliklarga erishish, saqlash va oshirishga yordam bergan sabablarni hisobga olish muhim ahamiyatga ega. Raqobat ustunligi – bu etarli va samarali raqobat salohiyatini shakllantirgan va oshirgan hamda raqobatchilardan ustunlikni ta‘minlagan noyob omillar tizimidir.

Xizmat ko‘rsatish korxonalarida raqobatbardoshlik salohiyati – bu raqobatli bozorda muayyan maqsadlarga erishishga yo‘naltirilgan korxonalar faoliyati uchun biznes jarayonlarini samarali tashkil etish uchun zarur resurslar majmuidir. Raqobatbardoshlik salohiyati – raqobatbardoshlikning muhim va zarur elementi hisoblanadi. Bunda resurs, funksional va natijaga yo‘naltirilgan yondashuvlar asosida raqobat salohiyati kategoriyasi tizimlashtirildi. Bunda korxonaning raqobat salohiyatini boshqarish uning elementlariga ta‘sir ko‘rsatish orqali sodir bo‘ladi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:**

1. Balabanova L.V. Marketingove upravleniya konkurentosposobnostyu predprinimatelstv: strategicheskiy podxod: Monografiya. / L.V. Balabanova, V.V. Xolod. - Donesk: DonDUET, 2006. - S. 294.
2. Vorobjit O.Yu. Konkurentosposobnost ekonomicheskix sistem: monografiya /

- O.Yu.Vorobjit, V.A. Osipov, A.I. Tonkix. – Vladivostok: izd-vo VGUES. 2011. – 124 s.
3. Gribov V.P. Ekonomika predpriyatiya: uchebnik V.P. Gribov, V.D.Gruzinov. - M.: Finansi i statistika. -2012. - 426 s.
  4. Dolinskaya M.G. Marketing i konkurentosposobnost promishlennoy produkcii / M.G.Dolinskaya, I.A. Solovev. –M.: izb-vo “Standarti”. 1991. – 128 s.
  5. Zagorna T.O. Upravleniya konkurentnim potentsialom torgovoy marki: Avtoref. dis. kand. ekon. nauk. - Donesk: DonDUET, 2005. – S. 5.
  6. Zavyalov P.S. Rol marketinga v reshenii problemq konkurentosposobnosti Rossiyskix tovar o proizvodateley / P.S.Zavyalov // Marketing, 1996. №6. 21-30 s.
  7. Zulkarpaev I.U. Metod rascheta integralnoy konkurentosposobnosti promishlennix, torgovix i finansovix predpriyatij / I.U.Zulkarpaev, L.R.Ilyasova // Marketing v Riossii i za rubejom. – 2001. №4. 17-27 s.
  8. Ivanov Yu. B. Konkurentosposobnost predpriyatiya: osenka, diagnostika, strategiya. Nauchnoe izdanie / Koll. avtorov. – Xarkov: Izd. XNEU, 2004. - 256 s.
  9. Konkurentniy potentsial predpriyatiya: model i strategiya razvitiya / Arenkov I.A., Salixova Ya.Yu., Gavrilova M.A./Problemi sovremennoy ekonomiki, №4(40), 2011. – S. 120. <https://core.ac.uk/download/pdf/72006718.pdf>
  10. Kopilov L.E., Vorobjit O.Yu., Latkin A.P., Savaley V.V. Osenka konkurentosposobnosti straxovix kompanij na rinke finansovix uslug. Monografiya. – Vladivostok –Izd. VGUES – 2016. - 143 s.
  11. K.Xaksever, B.Render, R.Rassel, R.Merdik Upravlenie i organizasiya v sfere uslug, 2-e izd. / Per. s angl. Pod red. V. V. Kulibanovoy. - SPb: Piter, 2002. – 752 s.: il. - (Seriya «Teoriya i praktika menedjmenta»).
  12. Porter M. Konkurentnaya strategiya. Metodika analiza otrasley i konkurentov / M.Porter. – M.: Alpina Pablisher. 2011, - 454 s.
  13. Rubsova N.V. Osenka effektivnosti servisnoy deyatel'nosti. // Diss. kan. ekon. nauk. – Irkutsk: 2006. – S. 171.
  14. Fatxutdinov R.A. Strategicheskaya konkurentosposobnost / R.A.Fatxutdinov. –M.: izdatel'stvo “Ekonomika”. 2005. – 504 s.
  15. Sharipov S.B. Xizmat ko‘rsatish korxonalarini raqobatbardoshligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi // diss. iqt. fanlari (PhD). – Samarqand: 2023. 20 b.

<b>Л.Кулдошев</b>	<b>L.Kuldoshev</b>
<b>Научные подходы к оценке потенциала конкурентоспособности в сфере услуг</b>	<b>Scientific approaches to assessment of competitiveness potential in the service sector</b>
<p><b>Аннотация.</b> В статье рассмотрены научные подходы к категории «конкурентоспособность», сильные и слабые стороны составляющих потенциала предприятия, определяющие факторы конкурентного потенциала, методы и средства повышения конкурентоспособности на предприятиях сферы услуг, определение конкурентных преимуществ, формирование конкурентоспособности. Исследуется потенциал предприятий сферы услуг.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> конкуренция, сфера услуг, рынок услуг, менеджмент, конкурентный потенциал, конкурентное преимущество.</p>	<p><b>Abstract.</b> The article discusses scientific approaches to the category of “competitiveness”, the strengths and weaknesses of the components of an enterprise’s potential, the determining factors of competitive potential, methods and means of increasing competitiveness in service sector enterprises, determining competitive advantages, and developing competitiveness. The potential of service sector enterprises is explored.</p> <p><b>Keywords:</b> competition, service sector, service market, management, competitive potential, competitive advantage.</p>

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят  
бўлимида нашрга тайёрланди.

20.11.2024 йилда теришга берилди. 11.12.2024 йилда босишга рухсат этилди.  
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sub>1/8</sub>. “Times” гарнитураси. Офсет  
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт  
табағи 12,5. Адади 100 нусха. Буюртма № 0134В/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.