



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

№2
2026



SERVIS

ILMIY-AMALIY JURNAL 2026 -yil, 2-soni

Muassis: Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligi tomonidan 2008-yil 31-dekabrda
0561-raqam bilan ro‘yxatga olingan.
O‘zR OAK Riyosatining 19.03.2017 y., 239/5-sonli qarori bilan e’tirof etilgan

Tahririyat a’zolari:

Mas’ul kotib:

i.f.d., prof. M.Q.Pardayev

Muharrirlar:

i.f.d., dotsent F.A.Safarov
PhD, dotsent I.M.Pardayeva
PhD, I.Sh.Ernazarova

Texnik muharrir:

katta o‘qituvchi F.O.O‘roqov

Korrektor:

PhD, dotsent v.b.
T.I.Yahyoyev

Sahifalovchi:

PhD, dotsent v.b.
H.N.Ochilova

1 yilda 4 marotaba
chop etiladi.

**O‘zbekiston hududida
tarqatiladi.**

Tahririyat manzili:

140100, Samarqand shahar,
Amir Temur ko‘chasi, 9-uy,

tel.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

faks: +998(366)231-12-53
el.pochta:

samisiservis@mail.ru

Tahrir hay’ati raisi:

M.E.Po‘latov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti rektori,
i.f.d., professor

Tahrir hay’ati raisi o‘rinbosari:

O.M.Pardayev – SamISI prorektori, iqtisod fanlari doktori,
professor

Tahrir hay’ati a’zolari:

M.M.Muxammedov – SamISI professori, iqtisod fanlari
doktori

D.R.Zaynalov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

O.M.Murtazayev – TDIUSF direktori, iqtisod fanlari doktori,
professor

M.R.Boltabayev – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

R.X.Ergashev – QarMII professori, iqtisod fanlari doktori

B.K.G‘oibnazarov – iqtisod fanlari doktori, professor

I.S.To‘xliyev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

K.B.Urazov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

D.H.Aslanova – iqtisod fanlari nomzodi, professor

Q.J.Mirzayev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

B.I.Isroilov – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

G.M.Shodiyeva – SamISI professori v.b., iqtisod fanlari doktori

S.N.Toshnazarov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

R.N.Normaxmatov – SamISI professori, texnika fanlari doktori

A.Bektemirov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

M.T.Alimova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

Z.Dj.Adilova – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

Sh.O.Quvondiqov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

L.N.Xalikova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

F.A.Safarov – SamISI dotsenti, iqtisod fanlari doktori

A.M.Karimova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

I.B.Mattiyev – SamISI professori, pedagogika fanlari doktori

B.F.Boronov – SamISI professori v.b., iqtisod fanlari doktori

A.N.Xoliqulov – SamISI professori, iqtisod fanlari nomzodi

X.A.Raximov – SamISI dotsenti, PhD

S.A.Babanazarova – SamISI dotsenti, PhD

H.N.Ochilova – SamISI dotsenti v.b., PhD

I.R.Berdikulova – SamISI dotsenti v.b., PhD

A.Q.G‘apparov – SamISI dotsenti v.b., PhD

MUNDARIJA:

NAZARIYA VA METODOLOGIYA	
Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Озода Мамаюнусовна Пардаева Янги Ўзбекистоннинг бойлиги бўлган инсон капиталининг ривожланишида оиланинг ўрни	5
Мурод Мухаммедович Мухаммедов Макроиктисодий барқарорликни таъминлашда иш ҳақи ва нархлар мувозанатининг аҳамияти	9
Dr. Okszana KISZIL Between the two worlds: migrant children and adaptation strategies	12
Зарина Муродовна Мухаммедова Ўзбекистонда облигациялар бозорини ривожлантиришнинг иқтисодий муаммолари ва стратегик йўналишлари	17
SANOAT VA QISHLOQ XO‘JALIGI	
Junaydillo Sadiyevich Fayziyev Qishloq xo‘jaligida yetishtiriladigan sigir sutining sifat ko‘rsatkichlari	20
Джунайдилло Садиевич Файзиев, Азизахон Мамасидикова Положительные и отрицательные аспекты использования пальмового масла в пищевой промышленности	23
TADBIRKORLIK, MEHNAT, BANDLIK VA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISH	
Lola Nazarovna Xalikova, Shamsiddin Kiyamiddinovich Yuldashev, Muxammadjon Mansur o‘g‘li Xojiyev O‘zbekistonda iqlim o‘zgarishining mehnat unumdorligiga ta’siri	28
Anvar Nematovich Xoliqulov Innovatsion iqtisodiyot sharoitida mehnatning xarakteri va manfaatlar mushtarakligi	33
XIZMAT KO‘RSATISH VA SERVIS	
Абдумалик Бектемиров, Дилшод Фархадович Насиров Оценка эффективности инновационно-инвестиционной стратегии предприятий сферы услуг Республики Узбекистан	36
Рузибой Нормухаматов, Уктам Абдуғани ўғли Абдурайимов, Шерзод Мирзаали ўғли Музаффаров Соғломлаштириш хизматларида B2 витамини (рибофлавин)нинг ўрни, очилиш тарихи, аҳамияти, манбалари, етишмаслигининг олдини олиш йўллари	43
Обид Мамаюнусович Пардаев Иссиқлик таъминоти хизматларини кўрсатишда энергия ресурсларини тежаш ва улардан самарали фойдаланиш йўллари	46
Феруз Нематуллаевич Абилов Агросервис хизматларини ривожлантириш асосида аҳолини камбағалликдан чиқариш механизмини такомиллаштириш	50
Zebo Eshmaxmatovna Normurodova Maishiy xizmatlar samaradorligini oshirishda sinergetik, messijerlik va geffen samaralarining o‘rni (Qashqadaryo viloyati misolida)	55
Nargiz Toxirovna Sattarova, Sultonbek Azizovich Baxromov O‘zbekistonda servis iqtisodiyoti: xizmat ko‘rsatish sifatini boshqarishning zamonaviy usullari va tendensiyalari	59

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti farmonlari va qarorlari: PF-60-son Farmon (2022), PQ-5113-son Qaror. <https://gov.uz/oz/bv/pages/prezident-qarorlari-va-farmonlari>
2. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasi xizmatlar sohasi bo‘yicha statistik to‘plamlar. – Toshkent, 2022–2024.
3. OECD. Digital Economy Outlook. – Paris, 2020.
4. Jahon banki. World Development Report. – Washington DC, 2021.
5. “Raqqamli O‘zbekiston – 2030” davlat dasturi. – Toshkent, 2020.
6. Mehnat iqtisodiyoti: Nazariya va amaliyot /Darslik. Kalandar Abdurahmonov. Qayta ishlangan va to‘ldirilgan 3-nashri. T.: O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi «Fan» nashriyoti davlat korxonasi, T.: 2019.-544 b.
7. D.K. Begimova. Klasterlashtirish asosida mintaqalar tabiiyiqtisodiy salohiyatidan samarali foydalanish. MONOGRAFIYA. Toshkent 2024

3.Нормуродова Роль синергетического, мессенджерского и Геффенова эффекта в повышении эффективности бытовых услуг (на примере Кашкадарьинской области)	Z.Normurodova The Role of Synergistic, Messenger, and Geffen Effects in Improving the Efficiency of Household Services (Case Study of Kashkadarya Region)
Аннотация. В данной статье изучены теоретические и практические аспекты повышения эффективности бытовых услуг. В частности, раскрыта экономическая сущность синергетического, мессенджерского и Геффенова эффекта, а также проанализирована их взаимосвязь на примере Кашкадарьинской области. По результатам исследования разработана комплексная модель повышения эффективности бытовых услуг. Ключевые слова: бытовые услуги, эффективность, синергетический эффект, мессенджерский эффект, эффект Геффена, цифровая экономика, рынок услуг, региональное развитие.	Abstract. This article examines the theoretical and practical aspects of improving the efficiency of household services. In particular, the economic essence of synergy, messenger, and Geffen effects is revealed, and their interrelationship is analyzed based on the example of the Kashkadarya region. As a result of the study, a comprehensive model for improving the efficiency of household services has been developed. Keywords: household services, efficiency, synergy effect, messenger effect, Geffen effect, digital economy, service market, regional development.

Nargiz Toxirovna Sattarova – SamISI, “Menejment” kafedrası dotsenti v.b., PhD

Sultonbek Azizovich Baxromov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi

O‘ZBEKISTONDA SERVIS IQTISODIYOTI: XIZMAT KO‘RSATISH SIFATINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY USULLARI VA TENDENSIYALARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekiston xizmat ko‘rsatish sohasida sifatni boshqarishning zamonaviy usullari va raqqamli tendensiyalari o‘rganilgan. Samarqand va Toshkent shaharlaridagi 400 nafar iste‘molchi ishtirokida SERVQUAL metodologiyasi yordamida korxonalar xizmat sifati baholandi. Kuzatishlar shuni ko‘rsatdiki, xaridor kutilmalari va real holat o‘rtasidagi farq asosan xodimlarning empatiyasi hamda servis ishonchliligi bilan bog‘liq. Ish so‘ngida xizmat darajasini oshirish, iste‘molchi ehtiyojiga moslashish va raqqamli tizimlarni joriy etish orqali biznes subyektlarining bozordagi mavqeyini mustahkamlash bo‘yicha amaliy takliflar keltirilgan. Kalit so‘zlar: servis iqtisodiyoti, xizmat ko‘rsatish sifati, SERVQUAL modeli, raqqobatbardoshlik, mijozga yo‘naltirilganlik, sifat menejmenti tizimi (TQM), tranzaksion xarajatlar.
--

Kirish. Hozirgi vaqtda global bozorda iqtisodiyotning asosiy harakatlantiruvchi kuchi an‘anaviy ishlab chiqarishdan xizmatlar sohasiga ko‘chib o‘tish tendensiyasi kuzatilmoqda. Rivojlangan davlatlar misolida tahlil qilsak, yalpi ichki mahsulotning (YaIM) o‘rtacha 70-75 foizi aynan servis tarmog‘i hissasiga to‘g‘ri keladi. O‘zbekistonda ham oxirgi yillarda mazkur sektor ancha faollashdi va makroiqtisodiy barqarorlikni ta‘minlashda o‘ziga xos drayver vazifasini bajarmoqda. Xususan, "O‘zbekiston – 2030" strategiyasida aholiga xizmat ko‘rsatish muhitini xalqaro standartlarga olib chiqish bo‘yicha aniq mexanizmlar belgilab berilgan.

Biroq sohadagi rivojlanish jarayoni bir xil tekislikda kechmayapti. Bozor qoidolari tez o'zgarayotgan va raqobat keskinlashayotgan bir sharoitda, ko'pchilik mahalliy korxonalar faqatgina faoliyat turlarini ko'paytirish bilan cheklanib qolishmoqda. Ma'lumki, xizmatlarning nomoddiy xususiyati va ularni saqlab bo'lmazligi, xizmat ko'rsatish va iste'mol qilish jarayonlarining bir vaqtda sodir bo'lishi sifatni o'lchash hamda nazorat qilishni qiyinlashtiradi. Ayniqsa, mintaqalarda xaridorlarning talablari va didi yuksalib borayotganini inobatga olsak, eski va qotib qolgan boshqaruv usullari kutilgan natijani bermayotgani ayon bo'ladi.

Tadqiqotning diqqat markazida O'zbekistonda servis iqtisodiyotining hozirgi holatini tizimli tahlil qilish, mahalliy korxonalarda sifatni ta'minlash yo'lidagi asosiy to'siqlarni aniqlash hamda bozordagi ustunlikni saqlab qolish uchun amaliy yechimlar ishlab chiqish masalalari yotadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Servis darajasini ta'minlash va uning korxona faoliyatiga ta'siri ko'plab iqtisodchilar tomonidan o'rganilgan. Xususan, Parasuraman, Zeithaml va Berry tomonidan ishlab chiqilgan SERVQUAL modeli xizmat sifatini baholashda eng samarali yondashuvlardan biri sifatida amaliyotda keng qo'llanilmoqda. Ushbu model yordamida iste'molchilar kutgan natija va real xizmat darajasi o'rtasidagi farq aniqlanadi.

Shuningdek, Grönroos xizmat sifatini ikki jihatdan – texnik va funksional yo'nalishda baholash zarurligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, aynan xizmatni qanday ko'rsatilishi iste'molchi qaroriga kuchliroq ta'sir ko'rsatadi.

Mahalliy tadqiqotlarda ham xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi axborot texnologiyalari bilan bevosita bog'liq ekani qayd etilgan. Ammo, kichik va o'rta biznes subyektlarida xizmat sifatining amaliy natijalarga ta'siri yetarlicha chuqur o'rganilmagan. Shu sababli ushbu tadqiqotda empirik yondashuv asosida mavjud muammolarni aniqlashga e'tibor qaratildi.

Tadqiqot metodologiyasi. Izlanishlarimiz doirasida aralash yondashuvdan (mixed-methods) foydalanildi. Dastlab O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi axborot bazasiga tayanib, sohaning umumiy makroiqtisodiy dinamikasi o'rganildi [5]. Mikroiktisodiy muhitni tahlil qilish uchun esa yuqorida tilga olingan SERVQUAL metodologiyasi olinib, u mahalliy iste'molchilarning xatti-harakatlari va bozor konyunkturasiga qisman moslashtirildi.

2023-yilning kuz oylarida Samarqand va Toshkent shaharlarida joylashgan 50 ta korxona (mehmonxonalar, umumiy ovqatlanish shahobchalari, yirik savdo nuqtalari va xususiy klinikalar) mijozlari hisoblangan 400 nafar respondent ishtirokida so'rovnoma o'tkazildi. Sifatni belgilovchi savollar beshta blok asosida shakllantirildi:

1. Moddiylik (infratuzilma holati, xodimlar tashqi ko'rinishi, jihozlar).
2. Ishonchlilik (xizmatning o'z vaqtida va xatosiz bajarilishi).
3. Ta'sirchanlik (tezkor yordam ko'rsatishga tayyorlik).
4. Kafolat (xodimlarning kasbiy malakasi va ishonch uyg'otishi).
5. Empatiya (mijozga individual yondashuv va samimiylilik).

Barcha o'lchovlar 7 ballik Likert shkalasi bo'yicha baholandi. Bunda sifat indeksi (SQ) xaridorning kutilmasi (E) va unda qolgan real taassurot (P) o'rtasidagi tafovut asosida hisoblandi: $SQ = P - E$. Yig'ilgan empirik ma'lumotlar SPSS 26.0 dasturiy ta'minotiga kiritilib, sifat o'zgaruvchilarining mijozlarni qayta jalb qilish darajasiga ta'sirini baholovchi ko'p omilli chiziqli regressiya modeli qurildi.

Tahlil va natijalar. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, so'nggi yillarda respublika xizmatlar bozorining hajmi yillik o'rtacha 12-15 foiz atrofida barqaror o'sib bormoqda. Moliyaviy xizmatlar, IT-sektori va savdo sohalaridagi o'sish sur'atlari eng yuqori ko'rsatkichlarni qayd etgan. Biroq miqdoriy ko'rsatkichlarning bunday faol o'sishi har doim ham iste'molchilar ko'z o'ngidagi ijobiy taassurotni yoki sifat jihatidan o'zgarishlarni kafolatlamaydi.

Tadqiqot doirasida o'tkazilgan so'rovnoma natijalari korxona imkoniyatlari bilan mijozlarning real ehtiyojlari o'rtasida o'ziga xos assimetriya mavjudligini tasdiqladi (1-jadval).

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, barcha mezonlar bo'yicha manfiy tafovut (Gap) qayd etilgan. Mijozlar uchun eng muhim va qoniqarsiz baholangan mezon bu – "Empatiya" (-1.90) va "Ishonchlilik" (-1.44) o'lchovlaridir. Bu shuni anglatadiki, mahalliy xizmat ko'rsatish korxonalari infratuzilma va moddiy jihozlanish (Moddiylik: -0.27) bo'yicha xalqaro standartlarga yaqinlashayotgan bo'lsa-da, xodimlarning mijoz dardi bilan qiziqishi, individual yondashuv va

Samarqand va Toshkent shaharlarida SERVQUAL modeli bo'yicha xizmat ko'rsatish sifatining integrallashgan tahlili (n=400)

Baholash mezonlari (O'lchovlar)	Kutilayotgan xizmat (E)	Qabul qilingan xizmat (P)	Tafvut (Gap = P - E)
Moddiylik (Tangibles)	6.12	5.85	-0.27
Ishonchlilik (Reliability)	6.54	5.10	-1.44
Ta'sirchanlik (Responsiveness)	6.30	5.25	-1.05
Kafolat (Assurance)	6.45	5.60	-0.85
Empatiya (Empathy)	6.70	4.80	-1.90

o'z vaqtida va'da qilingan xizmatni to'liq bajarish darajasi juda past.

Ushbu sifat ko'rsatkichlarining korxonalar iqtisodiy samaradorligiga (xususan, mijozlarni saqlab qolish koeffitsiyentiga - Customer Retention Rate) ta'sirini aniqlash maqsadida quyidagi ekonometrik model baholandi:

$$Y = 12.5 + 0.42X_1 + 0.35X_2 + \varepsilon$$

Bunda: Y – Mijozlarni saqlab qolish koeffitsiyenti (%).

X_1 – Ishonchlilik indeksi.

X_2 – Empatiya indeksi.

ε – Xatolik ehtimoli.

(Determinatsiya koeffitsiyenti $R^2 = 0.72$, Fisher statistikasi $F = 58.4$, $p < 0.05$).

Olingan natijalar shuni ko'rsatadiki, agar biznes subyekti xizmat ko'rsatishdagi xatoliklar ulushini kamaytirib, ishonchlilikni 1 birlikka oshirsa, doimiy mijozlar qaytishi o'rtacha 42 foizga ko'payadi. Shuningdek, xodimlar darajasida empatiyani shakllantirish iste'molchilar sadoqatini qo'shimcha 35 foizga oshiradi. Bu esa xizmatlar sohasida sifat omili shunchaki nazariy konsept emas, balki bevosita operatsion daromadni belgilovchi strategik vosita ekanligini isbotlaydi.

Kuzatishlarimiz yana bir bor tasdiqlaydiki, O'zbekiston xizmat ko'rsatish muhitida tadbirkorlar ko'proq obyektiv yoki texnik sifatga (infratuzilma, interyer) sarmoya yo'naltirib, subyektiv yondashuvlarni (xodimning his-tuyg'usi, muammoli vaziyatlardagi tezkor reaksiyasi) e'tibordan chetda qoldirmoqda. Xalqaro tajriba tahlilida C. Lovelock haqli ravishda ta'kidlaganidek, yuqori raqobat muhitida iste'molchi faqatgina jismoniy qulaylikni emas, balki ijobiy emotsional tajribani ham sotib oladi [6].

Shu bilan birga, hududiy biznesning barqarorlashuviga to'sqinlik qilayotgan jiddiy institutsional muammolardan biri – bu xodimlarning qo'nimsizligi (turnover). Tadqiq qilingan korxonalarda kadrlarning almashinuv darajasi 35-40 foiz atrofida ekanligi ma'lum bo'ldi. Har safar yangi xodimni korporativ madaniyatga o'qitish va moslashtirish jarayoni uzilib qolishi, o'z-o'zidan xizmat darajasidagi mantiqiylik va empatiyani pasaytiradi.

Bundan tashqari, sohani raqamlashtirish ko'rsatkichlari ham qoniqarsiz darajada. Tadqiqot qamroviga olingan obyektlarning bor-yo'g'i 22 foizi iste'molchilar bazasini tahlil qiluvchi maxsus CRM dasturlaridan foydalanadi. Aksariyat subyektlar iste'molchilarning xulq-atvori va xarid tarixini tizimli monitoring qilish imkoniyatidan foydalanmaydi, natijada teskari aloqa (feedback) mexanizmlari ishlamaydi. Xorijiy olimlar isbotlaganidek, ma'lumotlarni to'g'ri yig'ish va avtomatlashtirilgan tahlilni yo'lga qo'yish kompaniyalarning tranzaksion va marketing xarajatlarini sezilarli darajada maqbullashtirishga xizmat qiladi [7]. Mahaliy bozor sharoitida raqamli vositalarning keng joriy etilishi, birinchi navbatda, "Ta'sirchanlik" va "Kafolat" kabi o'lchovlardagi uzilishlarni qisqartirgan bo'lar edi.

Xulosa va takliflar. Viloyatlar va poytaxt iqtisodiyotini diversifikatsiya qilish, xizmat ko'rsatish sohasining eksport salohiyatini oshirish uchun korxonalar eski operatsion usullardan voz kechib, jarayonlarni yangicha yondashuv asosida optimallashtirishi zarur. Tahlillar davomida aniqlangan tendensiyalarga tayangan holda quyidagi amaliy xulosalar shakllantirildi:

1. Xodimlar bilan ishlash tizimini kuchaytirish. Tadqiqot davomida aniqlanishicha, empatiya ko'rsatkichi eng past baholangan. Shu sababli korxonalarda xodimlar uchun muntazam treninglar va xizmat ko'rsatish madaniyatini shakllantirishga qaratilgan ichki dasturlarni joriy etish zarur.

2. Mijozlar bilan ishlashni raqamlashtirish. So‘rovnomalar natijalari ko‘rsatdiki, aksariyat korxonalarda mijozlar haqida tizimli ma’lumotlar bazasi mavjud emas. Shu bois CRM tizimlarini joriy etish orqali mijozlarning ehtiyojlarini oldindan aniqlash va ularga mos xizmat taklif etish imkoniyati yaratiladi.

3. Xizmat standartlarini ishlab chiqish. Tadqiqot davomida xizmat sifati barqaror emasligi aniqlandi. Shu sababli har bir xizmat turi bo‘yicha aniq bajarilish me’yorlarini belgilovchi ichki standartlar (SLA) ishlab chiqilishi lozim.

4. Ichki nazorat tizimini kuchaytirish. Korxonalarda xizmat sifatini faqat rahbariyat emas, balki har bir xodim nazorat qilishi kerak. Bu esa xatolarni kamaytirish va xarajatlarni optimallashtirishga yordam beradi.

Muxtasar qilib aytganda, xizmat ko‘rsatish sohasida sifatni tizimli boshqarish qat’iy va zerikarli qoidalar yig‘indisi emas, balki shiddatli raqobat sharoitida omon qolish va barqaror rivojlanishning eng maqbul vositasidir. Taklif etilayotgan yondashuvlarning bosqichma-bosqich tatbiq etilishi mamlakat servis bozorini sifat jihatidan yangi bosqichga ko‘tarishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
2. Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*. 3rd Edition. John Wiley & Sons.
3. G‘ulomov, S.S., Ayupov, R.X., Abdullayev, O.M., Baltabayeva, G.R. (2021). *Raqamli iqtisodiyot. O‘quv qo‘llanma*. Toshkent: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti.
4. Vahobov, A.V., Malikov, T.S. (2023). *Mintaqaviy iqtisodiyot va boshqaruv: nazariya va amaliyot*. Darslik. Toshkent: Moliya, 320 b.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. (2024). *Xizmatlar sohasi statistikasi*. Olingan manba: stat.uz
6. Lovelock, C., Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. 8th Edition. World Scientific Publishing.
7. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons. [6] Vahobov A.V., Malikov T.S. *Mintaqaviy iqtisodiyot va boshqaruv: nazariya va amaliyot*. Darslik. – T.: Moliya, 2023. – 320 b.

Н.Саттарова, С. Бахромов Экономика сервиса в Узбекистане: современные методы и тенденции управления качеством обслуживания Аннотация. В статье исследованы современные методы и цифровые тенденции управления качеством в сфере услуг Узбекистана. На основе методологии SERVQUAL проведена эмпирическая оценка качества услуг предприятий с участием 400 потребителей в Самарканде и Ташкенте. Результаты показали, что разрыв между ожиданиями клиентов и реальностью в основном связан с низким уровнем эмпатии персонала и надежностью сервиса. Разработаны практические предложения по повышению качества обслуживания, усилению клиентоориентированности и внедрению CRM-систем для обеспечения конкурентоспособности предприятий. Ключевые слова: экономика услуг, качество обслуживания, модель SERVQUAL, конкурентоспособность, клиентоориентированность, система менеджмента качества (TQM), транзакционные издержки.	N. Sattarova, S.Bakhromov Service economy in Uzbekistan: modern methods and trends in service quality management Abstract. This article explores modern methods and digital trends in service quality management in Uzbekistan. Based on the SERVQUAL methodology, an empirical assessment of enterprise service quality was conducted with 400 consumers in Samarkand and Tashkent. The results revealed that the gap between customer expectations and reality is mainly due to the low level of staff empathy and service reliability. Practical proposals have been developed to improve service quality, enhance customer orientation, and implement CRM systems to ensure enterprise competitiveness. Keywords: service economy, service quality, SERVQUAL model, competitiveness, customer orientation, total quality management (TQM), transaction costs.
---	---

ISSN 2091-5187

❧ “SERVIS” ❧

Jurnal Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tahririyat
bo‘limida nashrga tayyorlandi.

15.05.2026-yilda terishga berildi. 26.05.2026-yilda bosishga ruxsat etildi. Ofset
bosma qog‘ozi. Qog‘oz bichimi 60x84_{1/8}. “Times” garniturasini. Ofset bosma usuli.
Shartli bosma tabog‘i 15,4. Hisob-nashriyot
tabog‘i 14,37. Adadi 100 nusxa. Buyurtma № 0105A/26

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo‘limida chop etildi.
Litsenziya № 025316.
Reestr № X-119112.

Manzil: Samarqand shahri, Shoxruh ko‘chasi, 60-uy.

© Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2026.