

**NAMANGAN MUHANDISLIK-TEXNOLOGIYA INSTITUTI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
PhD.03/27.05.2020.I.66.03 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

NAMANGAN MUHANDISLIK-TEXNOLOGIYA INSTITUTI

XASANOVA ZAMIRAXON TOLIBJON QIZI

**KICHIK BIZNESDA MAISHIY XIZMAT KO'RSATISH FAOLIYATINI
RIVOJLANTIRISH MASALALARI**

08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti

**IQTISODIYOT FANLARI bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
avtoreferati mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по
экономическим наукам**

**Contents of the abstract dissertation of the Doctor of Philosophy (PhD) in
economic sciences**

Xasanova Zamiraxon Tolibjon qizi

Kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish faoliyatini rivojlantirish masalalari..... 3

Хасанова Замирахон Толибжон кизи

Вопросы развития деятельности бытовых услуг в малом бизнесе 27

Khasanova Zamirakhon Tolibjon kizi

Issues of development of household services activities in small businesses 51

E'lon qilingan ishlar ro'uxati

Список опубликованных работ

List of published works 56

**NAMANGAN MUHANDISLIK-TEXNOLOGIYA INSTITUTI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
PhD.03/27.05.2020.I.66.03 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

NAMANGAN MUHANDISLIK-TEXNOLOGIYA INSTITUTI

XASANOVA ZAMIRAXON TOLIBJON QIZI

**KICHIK BIZNESDA MAISHIY XIZMAT KO'RSATISH FAOLIYATINI
RIVOJLANTIRISH MASALALARI**

08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti

**IQTISODIYOT FANLARI bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi Oliy attestatsiya komissiyasida B2023.4.PhD/Iqt3647 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya ishi Namangan muhandislik-texnologiya institutida bajarilgan.
Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume)) Ilmiy kengash veb sahifasi (www.nammti.uz) va "Ziyonet" Axborot-ta'lim portaliga (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:

Rashidov Raxmatillo A'lojonvich
iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Rasmiy opponentlar:

Israilova Dilfuza Karimovna
iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Ibragimov Isroil Usmanovich
iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD),
dotsent

Yetakchi tashkilot:

Namangan muhandislik-qurilish instituti

Dissertatsiya himoyasi Namangan muhandislik-texnologiya instituti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi PhD.03/27.05.2020.I.66.03 raqamli Ilmiy kengashning 2024-yil "21" 09 soat 10:00 dagi majlisida bo'lib o'tadi. (Manzil: 160115, Namangan shahri, Kosonsoy ko'chasi, 7-uy. Tel.: (0569) 228-76-71, faks: (0569) 228-76-75, e-mail: niei_info@edu.uz).

Dissertatsiya bilan Namangan muhandislik-texnologiya institutining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (309 -raqami bilan ro'yxatga olingan). (Manzil: 160115, Namangan shahri, Kosonsoy ko'chasi, 7-uy. Tel.: (0569) 228-76-71).

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil "5" 09 kuni tarqatildi.
(2024-yil "5" 09 dagi 15 raqamli reyestr bayonnomasi).



Sh.D.Sayitbayev

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash raisi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sh.Z.Muxitdinov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash kotibi, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

R.I.Israilov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash qoshidagi ilmiy seminar raisi, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Tadqiqot mavzusining dolzarbligi. Jahon iqtisodiyotida xizmat ko'rsatish sohalari katta va o'sib borayotgan ulushni egallaydi, chunki aholi daromadlari va boyliklari oshgani sayin xizmatlarga ko'proq pul sarflashadi¹. Bunday faoliyatning yorqin misollaridan biri bugungi kunda muvaffaqiyatli rivojlanishi nafaqat davlat tomonidan kichik biznesni qo'llab-quvvatlash sohasida tanlab olingan siyosatga, balki strategik tashabbuslarga ham bog'liq bo'lgan maishiy xizmatlardir. Maishiy xizmatlar bozorining global hajmi 2021-yilda 574144,3 million AQSh dollari tashkil etgan bo'lsa, bashorat qilinayotgan davrda o'rtacha yillik o'sish sur'ati 26,5% ni tashkil etib, 2027-yilga kelib 2350422,8 million AQSh dollarga yetishi kutilmoqda². O'z navbatida, bunday ko'rsatkichlarga erishish kichik biznesda maishiy xizmat sub'yektlarini samarali axborot bilan ta'minlash yo'lga qo'yilgani bilan bog'liq. Axborotni to'plash, qayta ishlash va tezkor taqdim etishning zamonaviy usullaridan foydalanish, shuningdek, ko'rsatkichlar tizimi hamda uni qo'llash samaradorligini baholash kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi, bu esa ushbu tadqiqotning dolzarbligini oldindan belgilab berdi.

Hozirgi vaqtda dunyo bo'ylab maishiy xizmat sohasida rasmiy ma'lumotlarga ko'ra 75,6 milliondan ortiq ishchilar mavjud hamda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda bu raqam barqaror ravishda oshib bormoqda³. Jahonda demografik va mehnat bozori o'zgarishlari natijasida yuzaga kelgan maishiy xizmat sohasiga ortib borayotgan talabni qondirish, shuningdek, aholini o'z-o'zini band qilish kabi ijtimoiy masalalarni hal qilish uchun ushbu sektorni kuchaytirish muhim⁴. Shu bilan birga, ushbu sohada bandlik sifati va mehnat sharoitlari, shuningdek, axborotlar ko'lami va ishchilarning ijtimoiy himoyalash masalalari dolzarb hisoblanadi.

O'zbekistonda iqtisodiyotni innovatsion rivojlanishi sharoitida amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning asosiy yo'nalishlardan biri milliy iqtisodiyotning tarkibiy qismi hisoblangan maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish, aholining maishiy xizmatlarga bo'lgan talabini qondirish asosida ularning hayot sifatini yanada yaxshilashdan iboratdir. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrda qabul qilingan "“O'zbekiston-2030” strategiyasi to'g'risida”gi PF-158 son Farmonida “Hududlarda xizmat ko'rsatish va servis sohaslarini rivojlantirish orqali xizmat ko'rsatish hajmini 3 baravarga oshirish” vazifasi belgilangan. Shuning uchun respublikamizda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini yanada rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Bu borada kichik biznesda maishiy xizmat sohasini rivojlantirishning nazariy, ilmiy va uslubiy masalalar chuqurroq o'rganish, maishiy xizmat sohasini axborot bilan ta'minlash kabi yo'nalishdagi tadqiqotlar ko'lamini kengaytirish maqsadga muvofiqdir.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi

¹ <https://www.rba.gov.au/publications/smp/2013/nov/box-c.html>

² <https://www.linkedin.com/pulse/online-on-demand-home-services-market-size-66aaf>

³ <https://www.ilo.org/global/topics/domestic-workers/who/lang--en/index.htm>

⁴ <https://www.eurofound.europa.eu/en/employment-household-services-0>

to'g'risida", 2022-yil 27-yanvardagi "Xizmatlar sohasini rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-104-sonli qarori, 2020-yil 8-iyundagi "Tadbirkorlik faoliyati va o'zini-o'zi band qilishni davlat tomonidan tartibga solishni soddalashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4742-son qarorlari, 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-son "O'zbekiston-2030" strategiya to'g'risida"gi farmonlari, 2019-yil 20-noyabrdagi PQ-4525-son "Mamlakatda biznes muhitini yanada yaxshilash va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlari hamda mazkur sohaga tegishli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga mazkur dissertatsiya tadqiqotining dolzarbligini, ilmiy va amaliy ahamiyatini belgilaydi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga bog'liqligi. Ushbu dissertatsiya respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining "Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish" ustuvor yo'nalishlariga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Kichik biznesda maishiy xizmat sohasining rivojlantirish bo'yicha bir qator xorijiy va mamlakatimiz iqtisodchi olimlari tomonidan o'rganilgan. Bulardan A.Smit, Y.Shumpeter, R.Xizrich, M.Piters, F.Kotler P.A.Samuelson, V.D.Nordxaus kabilarni alohida ta'kidlash lozim⁵.

Kichik biznesda MDH mamlakatlari olimlari V.M.Vlasova, N.A.Baturina, L.A.Pashkevich, D.R.Gibadullina, D.G.Dem'yanov, Ye.Yu.Zayats, M.S.Egorixina, O.Yu.Rudakova, G.A.Gadjiyeva. Ya.P.Silinlar tomonidan maishiy xizmat ko'rsatish sohasining hududiy rivojlanishini modellashtirish, xizmat sifatini baholashni takomillashtirish, zamonaviy maishiy xizmatlar bozorini rivojlantirish xususiyatlari, mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy barqarorligini ta'minlashdagi maishiy xizmatdagi muammola atroflicha o'rganilgan⁶.

Respublikamiz olimlaridan M.Q.Pardayev, I.S.Tuxliyev, M.A.Saidov, F.K.Achilova, Sh.I.Artiqova, B.A.Yerejepovalar xizmat ko'rsatish, shuningdek maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi muammolarni hal qilish bo'yicha nazariy hamda uslubiy jihatlarni o'z ilmiy ishlarida yoritib berishgan⁷.

⁵ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2016, – 1056 с. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: "Мысль", 1982, С. 159. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство. – М.: 1991. – 220 с. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с. ил – Парал. тит. англ. Пол А. Самуэльсон, Вильям Д.Нордхаус. Экономика: Пер с англ. – М.: «Лаборатория Базовых Знаний», 2000. -800 с.: ил.

⁶ Власова М.В., Батурина Н.А., Пашкевич Л.А. Мониторинг ассортимента и качества услуг на потребительском рынке // Вестник Орел ГИЭТ. 2020. № 1 (51). – 109-114 с.; Гибадуллина Д.Р. «Развитие сфер бытового обслуживания в России» Проблемы социально-экономической устойчивости региона. 2020. С. 74-77; Демьянов Д.Г. Моделирование территориального развития сферы бытовых услуг // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2014. № 3; Заяц Е.Ю. Совершенствование оценки качества обслуживания на предприятиях сферы бытовых услуг // 2014; Егорихина М.С., Особенности развития современного рынка бытовых услуг // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. № 2 (23) (7). Гаджиева А.Г. Воспроизводственная роль сферы услуг в современной экономике: дис. канд. экон. наук. Москва.: 2018.; Силин Я.П. Инновационное развитие сферы услуг в национальной экономике: [монография] [отв. за вып. Н. Ю. Власова]; М-во образования и науки. Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – 339 с;

⁷ Пардаев М.К. Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодий тининг айрим муаммолари. Монография.-Т.: «Наврўз» 2014.-264 б.; Тухлиев И.С. Туризм: назария ва амалиёт. (Учинчи нашр) – Т.: «Fan va texnologiyalar

Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, yuqoridagi olimlar o'z ilmiy izlanishlarda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish, maishiy xizmat ko'rsatish korxonalari faoliyatini tashkil etish va iqtisodiy samaradorlikni oshirish, xizmatlar sifatini ta'minlash, maishiy xizmat sohasini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirishga oid ilmiy tadqiqotlarni olib borganlar. Biroq ushbu ilmiy ishlanishlarda, kichik biznesda maishiy xizmatlar ko'rsatish sohasi rivojlantirishga oid masalalar yetarli darajada o'rganilmagan. Shundan kelib chiqib, aynan kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish bilan bog'liq muammolarni tadqiq etish dolzarb masalalardan hisoblanadi.

Dissertatsiya ishining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti Namangan muhandislik - texnologiya institutining ITM-6 "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni barqaror rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari" mavzusidagi ilmiy tadqiqot ishlari doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish bo'yicha ilmiy asoslangan taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

- kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish faoliyatining nazariy asoslash;
- kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasining o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish;
- kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini biznes axboroti bilan ta'minlashning ahamiyatini ochib berish;
- Namangan viloyatida maishiy xizmat ko'rsatish sohasining holati va rivojlanish muammolarini tahlil qilish;
- Namangan viloyatida kichik biznesda maishiy xizmatlarni tashkil etish hamda rivojlanish holatini o'rganish;
- kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish ko'rsatkichlarining kompleks tizimini ishlab chiqish;
- iste'molchilar va maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi kichik biznes sub'yektlarini monitoring qilish metodikasini ishlab chiqish.

Tadqiqot ob'yekti Kichik biznesda faoliyat yuritayotgan maishiy xizmat ko'rsatish sub'ektlari hisoblanadi.

Tadqiqot predmeti Kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish borasida yuzaga keladigan iqtisodiy munosabatlar yig'indisi hisoblanadi.

Tadqiqot usullari. Dissertatsiya ishida analiz, sintez, induksiya va deduksiya, abstrakt-mantiqiy tahlil, ekonometrik modellar, qiyoslash, korrelyatsiya va regressiya va iqtisodiy –moliyaviy tahlil, ijtimoiy so'rovnoma hamda diskriminant tahlil usullaridan foydalanilgan.

nashriyot-matbaa uyi», 2021.- 421 bet.; Саидов А.М. Маиший хизмат кўрсатиш корхоналарида меҳнатни ташкил қилишни тақомиллаштириш йўллари. И.ф.н. дисс. – Самарқанд. СамИСИ. 2011. Ачилова Ф. К. “Уй-жой коммунал хизмат кўрсатиш самарадорлигини ошириш (шаҳрисабз тумани мисолида)” Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. Т.: 2022.-14. Artikova Sh. I. «Maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish» Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya avtoreferati. S.: 2023. Yerejepova Bibisara Abibullaevna “Maishiy xizmatlar sifatini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish”. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya avtoreferati. S.: 2024.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko‘ra “maishiy xizmat ko‘rsatish” tushunchasining iqtisodiy mazmuni kichik biznesda maishiy xizmat va uning rivojlanish qonuniyatlari, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni to‘liq va ishonchli tavsiflash, samarali tartibga solishda maishiy xizmat ko‘rsatuvchi kichik biznes faoliyat ko‘rsatkichlarining o‘ziga hos jihati nuqtai nazaridan takomillashtirilgan;

Namangan viloyati maishiy xizmat ko‘rsatish korxonalarini tomonidan iste‘molchilar bozor talabining sifat va muhimlik darajasiga muvofiq xizmatlar tarkibini belgilovchi asosiy parametrlarini kasbiy ($4,6 > H_{kasb} < 0,1$), hududiy ($4,8 > H_{hudud} < 0,08$), daromad ($5,5 > H_{daromad} < 0,2$) mezonlari bo‘yicha miqdoriy chegaralariga ko‘ra ta‘minlash asoslangan;

Namangan viloyatida maishiy xizmat ko‘rsatish sohasini tartibga solish, samarali tarmoq siyosatini amalga oshirish, kichik biznesda maishiy xizmat ko‘rsatish korxonalarini reestrini yaratish, baholash va rivojlanish darajasini aniqlashni maishiy xizmat ko‘rsatish sohasining yagona axborot markazini tashkil etish orqali takomillashtirish asoslangan;

Namangan viloyatida maishiy xizmatlar hajmiga ta‘sir etuvchi omillarning ekonometrik trend modellari asosida 2027-yilga qadar prognoz ko‘rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

kichik biznesda maishiy xizmat ko‘rsatish sohasining o‘ziga xos xususiyatlari ochib berilgan;

kichik biznesda maishiy xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish ko‘rsatkichlari integrasiya tizimi takomillashtirilgan;

aholiga maishiy xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlanishini tavsiflovchi ko‘rsatkichlar tizimi takomillashtirildi, jumladan, statistik ko‘rsatkichlardan tashqari, iste‘molchilar monitoringi jarayonida olingan ma‘lumotlar asosida hisob-kitob qilinadigan ko‘rsatkich guruhi ishlab chiqildi.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi tadqiqotda qo‘llanilgan yondashuv va usullarning maqsadga muvofiqligi, statistik ma‘lumotlarni O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va Moliya vazirligi, Davlat soliq qo‘mitasi, xalqaro moliya institutlari va xorijiy davlatlarning rasmiy manbalaridan olinganligi, tadqiqotlar aniq me‘yoriy-huquqiy hujjatlar, hududiy aholiga maishiy xizmat ko‘rsatish sohasida kichik biznes subyektlarining hisobot shakllari tahliliga bog‘langanligi hamda ishlab chiqilgan takliflarni amaliyotga joriy etilganligi bilan belgilanadi.

Tadqiqotning ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati ulardan aholiga maishiy xizmat ko‘rsatish sohasida kichik biznesni axborot bilan ta‘minlashda o‘zining ifodasini topganligi bilan ifodalanadi. Ilmiy taklif va amaliy tavsiyalardan O‘zbekistonda kichik biznesda maishiy xizmat sohasini tartibga solishga doir me‘yoriy-huquqiy hujjatlar, amaliy chora-tadbirlar va yo‘l xaritalarini, istiqbolli rejalarni ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi tadqiqot natijalarini amaliy ahamiyatini ko‘rsatadi.

Tadqiqotning nazariy xulosalari va materiallaridan oliy o‘quv yurtlarida “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik asoslari”, “Korxonalar iqtisodiyoti”,

“Mikroiqtisodiyot” fanlarining, o‘quv dasturlarini takomillashtirishda, bazasini mustahkamlashda va o‘quv jarayonlarida foydalanish mumkin.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Kichik biznesda maishiy xizmat sohasini rivojlantirish yo‘llari bo‘yicha ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalar asosida:

uslubiy yondashuvga ko‘ra “maishiy xizmat ko‘rsatish” tushunchasining iqtisodiy mazmuni kichik biznesda maishiy xizmat va uning rivojlanish qonuniyatlari, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni to‘liq va ishonchli tavsiflash, samarali tartibga solishda maishiy xizmati ko‘rsatuvchi kichik biznes faoliyat ko‘rsatkichlarining o‘ziga hos jihati oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun mo‘ljallangan “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik” nomli o‘quv qo‘llanmani tayyorlashda foydalanilgan (O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2023-yil 29-maydagi 232-sonli buyrug‘i). Mazkur ilmiy yangilikning amaliyotga joriy etilishi natijasida oliy o‘quv yurti talabalari hamda bo‘lg‘usi mutaxassislarda maishiy xizmat ko‘rsatuvchi kichik biznes faoliyat ko‘rsatkichlarining o‘ziga hos jihatlarni o‘rganishning nazariy asoslari bo‘yicha yangi bilim va ko‘nikmalarni shakllantirish imkoni yaratilgan;

Namangan viloyati maishiy xizmat ko‘rsatish korxonalari tomonidan iste‘molchilar bozor talabining sifat va muhimlik darajasiga muvofiq xizmatlar tarkibini belgilovchi asosiy parametrlarini kasbiy ($4,6 > H_{kasb} < 0,1$), hududiy ($4,8 > H_{hudud} < 0,08$), daromad ($5,5 > H_{daromad} < 0,2$) mezonlari bo‘yicha miqdoriy chegaralariga ko‘ra ta‘minlash bo‘yicha takliflar O‘zbekiston savdo-sanoat palatasi tomonidan “Namangan viloyatida kichik biznes korxonalarini 2026 yilgacha bo‘lgan davrda rivojlantirishning hududiy dasturi”ni ishlab chiqishda foydalanilgan (O‘zbekiston savdo-sanoat palatasining 2024-yil 5-iyuldagi 9/04-25-11258-sonli ma‘lumotnomasi). Mazkur taklifdan foydalanish natijasida hududlardagi maishiy xizmat ko‘rsatish natijalarining aniqligini oshirish hamda ushbu sohani hududlar bo‘yicha rivojlantirib borish imkonini beradi;

Namangan viloyatida maishiy xizmat ko‘rsatish sohasini tartibga solish, samarali tarmoq siyosatini amalga oshirish, kichik biznesda maishiy xizmat ko‘rsatish korxonalari reestrini yaratish, baholash va rivojlanish darajasini aniqlashni maishiy xizmat ko‘rsatish sohasining yagona axborot markazini tashkil etish orqali takomillashtirish bo‘yicha takliflar O‘zbekiston savdo-sanoat palatasi tomonidan foydalanilgan (O‘zbekiston savdo-sanoat palatasining 2024-yil 5-iyuldagi 9/04-25-11258-sonli ma‘lumotnomasi). Taklifdan foydalanish natijasida Namangan viloyatida faoliyat ko‘rsatayotgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning 2021-2026 yillarda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish konsepsiyasi ishlab chiqishda foydalangan holda mavjud imkoniyatlardan yanada samarali foydalanish va hududlarda maishiy xizmat sohasining iqtisodiy samaradorligini 12,0 foizga oshirish imkoni yaratilgan;

Namangan viloyatida maishiy xizmatlar hajmiga ta‘sir etuvchi omillarning ekonometrik trend modellari asosida 2027-yilga qadar prognoz ko‘rsatkichlari O‘zbekiston savdo-sanoat palatasi tomonidan foydalanilgan (O‘zbekiston savdo-sanoat palatasining 2024-yil 5-iyuldagi 9/04-25-11258-sonli ma‘lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilikning amaliyotga joriy etilishi natijasida hududlarda uzoq

muddatli istiqbolda maishiy xizmatlar hajmi asosiy ko'rsatkichlari o'rtasidagi o'zaro muvofiqlikni ta'minlash imkoni yaratilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatyasi. Tadqiqot natijalari, 5 ta xalqaro va 7 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalar asosiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy jurnallarida 5 ta ilmiy maqolalar, 1 tasi xorijiy va 4 tasi respublika jurnallarida nashr qilingan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, uch bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat bo'lib, umumiy hajmi 120 betni tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va ilmiy ahamiyati asoslangan, tadqiqotning respublikada olib borilayotgan fan va texnologiyalar rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi, muammoning o'rganilganlik darajasi, tadqiqotning maqsadi va vazifalari, ob'yekti va predmeti, uning ilmiy yangiliklari va amaliy natijalari ochib berilgan, olingan natijalarning ilmiy-amaliy ahamiyati yoritilgan, tadqiqot natijalarining joriy qilinganligi, nashr qilingan ishlar va dissertatsiyaning tarkibiy tuzilishi bo'yicha ma'lumotlar berilgan.

Dissertatsiyaning **“Kichik biznes faoliyatida maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishning nazariy asoslari”** deb nomlangan birinchi bobida kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish faoliyatining nazariy jihatdan o'rganilgan, kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini o'ziga xos xususiyatlarini ochib berilgan, kichik biznes maishiy xizmat ko'rsatish sohasini biznes axboroti bilan ta'minlashning ahamiyati bo'yicha ilmiy yondashuvlar taklif etilgan.

Kichik biznesda maishiy xizmat sohasining o'ziga xos xususiyatlari xizmatlar ko'rsatish jarayonining o'ziga xosligi, shuningdek, aholini o'z-o'zini band qilish imkoniyati mavjudligi bilan belgilanadi. Maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi kichik biznes faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini tushunish uchun "maishiy xizmat ko'rsatish sohasi" atamasining o'zi talqinini ko'rib chiqish, shuningdek, uning shakllanishiga yordam beradigan xususiyatlar, funksiyalar va omillarni aniqlash muhimdir.

G. A. Menshikovaning ta'kidlashicha, “maishiy xizmat - bu ishlab chiqarishdan tashqari sohaning bir qismi bo'lib, uning maqsadi kundalik hayotni tashkil etishga yordam berish (uy vazifalarini yoki o'z-o'ziga xizmat qilish uchun mehnat xarajatlarining bir qismini), tashqaridagi odamlarga (xizmatchilarga) yordam berishdir⁸.

V. I. Borisevich, P. S. Geyzler, V. S. Fateyev fikricha, «maishiy xizmat - maishiy xizmatga bo'lgan muayyan individual ehtiyojlarni qondirishning ijtimoiy

⁸ Меньшикова, Г. А. Экономика и социология непродовольственной сферы / Г. А. Меньшикова. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, 2001. – 195 с

tashkil etilgan shaklidir. Bu tarmoq asosan aholi buyurtmalari asosida har xil turdagi xizmatlarni bajaradigan korxonalar va tashkilotlarni birlashtiradi⁹.

A.Soliyevning fikricha, "Xizmatlar bozori - aholiga maishiy, ma'rifiy, tibbiy, texnik, kommunal, madaniy, aloqa, transport, konsalting, injiring, lizing va boshqa xizmatlar ko'rsatish bo'yicha oldi-sotdi munosabatlarini ifodalaydi. Uning ham o'ziga xos shaxobcha va muassasalari shakllanadi. Iste'mol tovarlari va xizmatlar bozorlarining o'xshashligi shundaki, ular to'g'ridan-to'g'ri insonlar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan"¹⁰. Yuqoridagi ta'riflardan ko'rinib turibdiki, xizmatlar milliy ijtimoiy mahsulotning ajralmas qismi hisoblanib, ehtiyojlarni qondirish vositalari, usullariga alohida urg'u berilganligidir. Ta'riflarning muhim tomoni insonlarning muayyan ehtiyojlarini qondiradigan yoki iqtisodiy manfaat keltiruvchi faoliyat turi hisoblanadi.

Ilmiy tadqiqot bilan shug'ullanuvchi bir qator olimlar tomonidan maishiy xizmati mazmun-mohiyatini ochib berishga qaratilgan nazariy modullar ishlab chiqilgan bo'lib, ular mazmunan boshqa xizmat turlaridan farq qilishini e'tirof etganlar. Maishiy xizmat dasturini ishlab chiqishga ta'sir ko'rsatuvchi quyidagi asosiy xususiyatlarga egaligi ko'rsatib o'tiladi:

nomoddiylik - ko'rsatish, ko'rish, tatib ko'rish, tashish, saqlash, qadoqlash yoki o'rganish mumkin emas. Bularning barchasi faqat yakuniy natijaga nisbatan mumkin (bu bo'lgan - bu);

ajralmaslik - xizmat faqat buyurtma kelganda yoki mijoz munosabatga kirishganda taqdim etilishi mumkin, ya'ni xizmatlar bir vaqt hamda makonda taqdim etiladi va iste'mol qilinadi;

o'zgaruvchanlik (standartlashtirilmagan) - mijozlar xizmat ko'rsatish jarayonining bevosita ishtirokchilari bo'lib, uning yakuniy ijobiy natijadorlik ko'rsatkichlariga bevosita ta'sir qiladi;

saqlash imkoniyatining mavjud emasligi - moddiy ehtiyojlardan farqli o'laroq, ularni kelajakda foydalanish uchun ishlab chiqarish mumkin emas. Ma'lumki, sotsial-ma'naviy ehtiyojlar asosan xizmatlardan iborat bo'lib, ular ma'lum faoliyat shakliga ega, ularning yaqqol moddiy ko'rinishi yo'q.

Maishiy xizmat ko'rsatishning maqsadi, bizning fikrimizcha, kichik biznes sub'yektlarining ko'rsatilayotgan xizmatlarining iste'molchilar tomonidan yuqori baholanishi, muntazam foydalanishi, foydalanishdagi qulaylik va ustunliklar hisobiga bozordagi ulushini ortib borishi va pirovard natijada yuqori foydalilik darajasini ta'minlashga qaratilgan moddiy va intellektual harakatlarni amalga oshirishdan iborat. Jumladan,

- iste'molchi yoxud xaridorlarning ko'rsatilgan xizmatlardan qoniqishi;
- doimiy mijozlarga ega bo'lish va ular geografiyasini kengaytirish;
- xizmatlarning qadr-qiyamatini oshirish;
- xizmat ko'rsatish sifatini oshirish;
- xizmat ko'rsatishdan olinadigan daromad va uning o'sishi.

⁹ Борисевич, В. И. Экономика региона: учеб. пособие / В. И. Борисевич, П. С. Гейзлер, Б. К. Фатеев. – Минск: БГЭУ, 2002. – 432 с.

¹⁰ Солиев А., Бузрукханов С. Маркетинг. Дарслик, Т.- 2010.

Tadqiqotlardan aniqlanishicha, ehtiyojlarning yuksalishi maishiy xizmati ko'rsatuvchi kichik biznes faoliyati tobora innovatsion tus olib borayotgan xizmat turlarini taklif etishga turtki bermoqda.

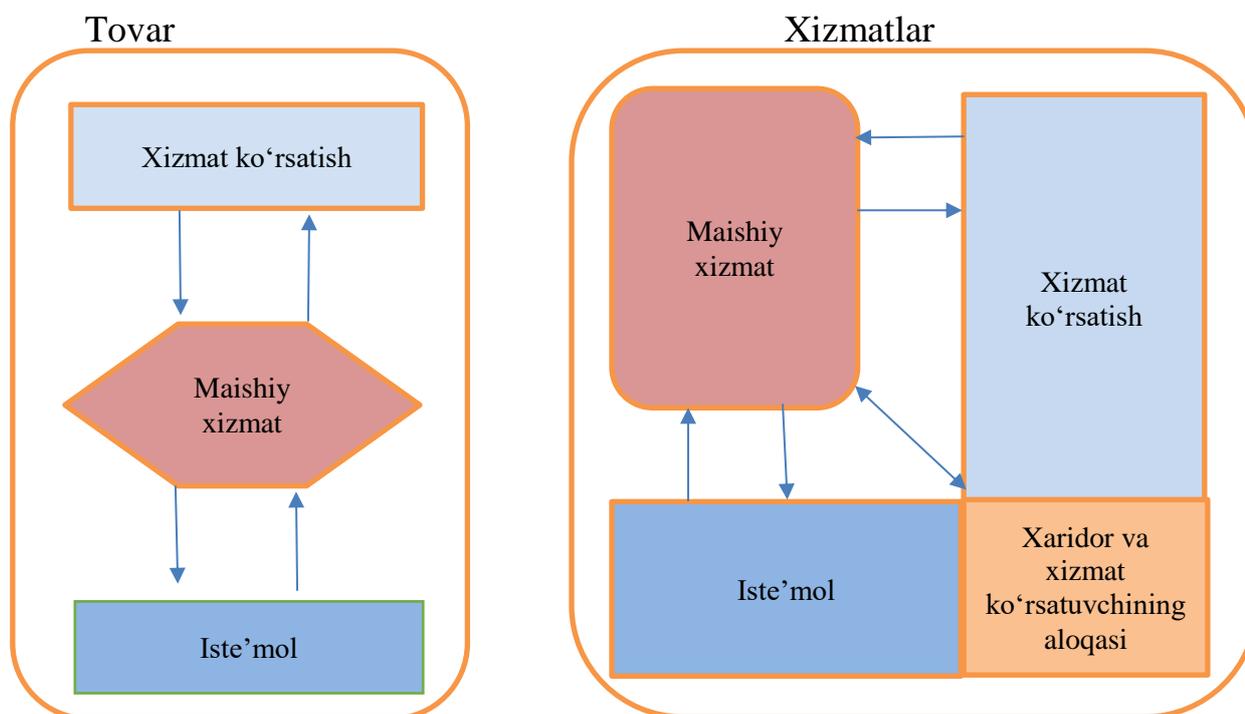
1-jadval

Maishiy xizmati ko'rsatuvchi kichik biznes faoliyat ko'rsatkichlari¹¹

| № | Ko'rsatkichlar | O'ziga xos jihati |
|----------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Tovar va xizmatlar bozori tadqiqotlari | Xizmatlar bozorida yangi o'zgarishlarni bilish imkoni yaratiladi. |
| 2 | Bozor holati va uni rivojlanish tendensiyalarini aniqlash; | Taklif etish rejalashtirilgan maishiy xizmatlar turlari bo'yicha xulosa olish mumkin bo'ladi. |
| 3 | Bozor kon'yunkturasi tahlili | Bu ma'lum bir vaqtda, hududda maishiy xizmatlarga bo'lgan talab va taklif o'rtasidagi tafovut aniqlanadi. |
| 4 | Bozordagi raqobat muhiti tahlili | Maishiy xizmat turini aniqlash, uning narxini belgilashga xizmat qiladi. |
| 5 | Bozorni segmentlash va biznes hamkorlarni izlash | Maishiy xizmat faoliyatini kengaytirish, uning filiallarini boshqa hududlarda tashkil etish imkoniyati yaratiladi. |
| 6 | Narxlar monitoringi, tahlili va sharhi | Maishiy xizmat ko'rsatish narxлари aniqlanadi va monitoringi amalga oshiriladi |
| 7 | Tashqi bozorni o'rganish | Qo'shni mamlakatlarda maishiy xizmat ko'rsatish bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar tadqiq etiladi. |
| 8 | Xizmat ko'rsatishda foydalaniladigan axborot bazasini shakllantirish | Maishiy xizmat ko'rsatish sohasida kichik biznes faoliyatini rivojlantiriladi va rag'batlantiriladi |
| 9 | Tijorat takliflarini ishlab chiqish | Innovatsion va raqamlashtirilgan maishiy xizmat ko'rsatish turlari taklif etiladi |

Shuningdek, J.Ratmel tomonidan ishlab chiqilgan tadbirkorlik xizmatining nazariy asosidan foydalangan holda maishiy xizmat ko'rsatishning funksional vazifasining xususiyatlariga aniqlik kiritilgan (1-rasm).

¹¹ Muallif ishlanmasi



1-rasm. Maishiy xizmat ko'rsatishning modeli¹²

Taklif etilgan modelda maishiy xizmat funksional vazifasini maishiy xizmatning mazmun-mohiyatini ifoda etuvchi vazifasi sifatida baholash mumkin. Ya'ni, bunda asosiy e'tibor iste'molchi ehtiyojini qondirishga qaratilgan bo'lib, model muallifi ehtiyojni cheksiz deb qaraydi. Bunday qarashlar zamonaviy boshqaruv va biznes ilmda marketing-miks yoki "4P" ((tovar (product), baho (price), kommunikatsiya (promotion), taqsimlash kanallari (place)) shaklida ham ifodalanadi. Bunda, "4P" iste'molchilar hatti-harakati, marketing ya'ni tadbirkorlik tadqiqotlari, bozorni segmentlash, raqobatchilar o'rtasida tovar-xizmatning maqomini (pozitsiyasini) belgilanishi tahlil qilinadi. Olinadigan daromadni maksimallashtirish bo'yicha iste'molchilarning ehtiyojlari va hatti-harakatlari muntazam monitoring qilib boriladi.

Bizning fikrimizcha, olimlarning har biri– maishiy xizmatlarni olish jarayonida iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirishga individual yondashuvni ta'kidlaydi. Bundan kelib chiqqan holda, maishiy xizmat ko'rsatish sohasi aholining aniq buyurtmalarini eng samarali qondirishga yo'naltirilgan, ularning har biriga tabaqalashtirilgan yondashuv doirasida maishiy xizmat ko'rsatish korxonalarining tashkiliy faoliyati ekanligini xulosa qilishimiz mumkin. Ta'kidlash joizki, huquqiy nuqtai nazardan maishiy xizmat ko'rsatish sohasi "tashkiliy-huquqiy shaklidan qat'iy nazar, yuridik shaxslarning, shuningdek, maishiy xizmatlar ko'rsatish (ishlarni bajarish) bilan shug'ullanadigan fuqarolar-kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish faoliyatidir.

Yuqorida o'rganilgan nazariy asoslardan kelib chiqib ta'riflash mumkinki, "maishiy xizmat ko'rsatish" tushunchasining iqtisodiy mazmuni kichik biznesda maishiy xizmat va uning rivojlanish qonuniyatlari, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni

¹² Новаторов Э.В. Маркетинг услуг: теория и технология. Монография, СПб, ИП Петров Д.А., 2015 г. 200 стр.

to'liq va ishonchli tavsiflash, samarali tartibga solishda maishiy xizmati ko'rsatuvchi kichik biznes faoliyat ko'rsatkichlarining o'ziga hos jihati nuqtai nazaridan takomillashtirish lozim.

Dissertatsiyaning **“Kichik biznesda maishiy xizmatlar sohasini rivojlanishining hozirgi holati tahlili”** nomli ikkinchi bobida Namangan viloyatida maishiy xizmat ko'rsatish sohasining holati va rivojlanish muammolari, Namangan viloyatidagi istemolchilarning maishiy xizmatlariga bo'lgan talablari va ularni modellashtirish hamda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish ko'rsatkichlarining kompleks tizimini qo'llash masalalari yoritilgan.

Maishiy xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi ko'p jihatdan uning holatini baholashning to'liqligi va ob'ektivligiga bog'liq. Shu maqsadda maishiy xizmat ko'rsatish korxonalarini faoliyatini tavsiflovchi quyidagi statistik ko'rsatkichlarni hisoblash ko'zda tutilgan: aholiga maishiy xizmatlarni sotish hajmi (maishiy xizmat turlari tarkibini taqsimlash bilan); aholi jon boshiga maishiy xizmatlar hajmi, shu jumladan maishiy xizmat turlari bo'yicha; aholiga maishiy xizmatlarning jismoniy hajmi indeksleri (shu jumladan xizmatlar turlari bo'yicha); shuningdek, xizmatlar ko'rsatish uchun aholidan buyurtmalarni qabul qiluvchi maishiy xizmatlari ob'ektlari soni (qabul qilish punktlari soni ko'rsatilgan holda).

Kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish bo'yicha ma'lumotlar bazasini yaratish turli manbalardan olingan ma'lumotlarni to'plash va jamlashni nazarda tutadi. Shuning uchun biz birinchi navbatda Namangan viloyatida 2019-yildan 2023-yilgacha bo'lgan davrda maishiy xizmat sohasining rivojlanishiga oid statistik ma'lumotlarning tahlilini taqdim etamiz.

2-jadval

Namangan viloyatida 2019-2023 yillarda tashkil etilgan maishiy xizmat ko'rsatish shahobchalari¹³

birlik

| № | Shaxar, tumanlar nomi | 2019-yil | 2020-yil | 2021-yil | 2022-yil | 2023-yil | 2023 yilni 2022 yilga nisbati(%) |
|----------|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------------------------------|
| | Viloyat bo'yicha | 790 | 865 | 263 | 471 | 576 | 122,3 |
| 1 | Namangan sh. | 149 | 131 | 88 | 119 | 186 | 156,4 |
| 2 | Mingbuloq | 60 | 76 | 12 | 37 | 41 | 111,2 |
| 3 | Kosonsoy | 63 | 41 | 12 | 41 | 36 | 87,3 |
| 4 | Namangan | 21 | 50 | 0 | 8 | 6 | 78,6 |
| 5 | Norin | 53 | 53 | 9 | 47 | 62 | 132,6 |
| 6 | Pop | 61 | 154 | 43 | 15 | 5 | 32,9 |
| 7 | To'raqo'rg'on | 82 | 69 | 15 | 17 | 7 | 42,9 |
| 8 | Uychi | 67 | 111 | 19 | 16 | 9 | 56,2 |
| 9 | Uchqo'rg'on | 26 | 27 | 16 | 27 | 48 | 178,4 |
| 10 | Chortoq | 35 | 47 | 19 | 37 | 36 | 98,4 |
| 11 | Chust | 103 | 57 | 11 | 52 | 45 | 86,7 |
| 12 | Yangiqo'rg'on | 70 | 49 | 19 | 55 | 56 | 102,5 |

2-jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, Namangan viloyatida maishiy xizmat ko'rsatish shahobchalari soni tahlil qilingan yillar davomida kamaygan.

¹³ Namangan viloyati sttistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida tayyorlandi.

2019-yilda viloyat bo'yicha jismoniy shaxslar tomonidan 790 ta maishiy xizmat ko'rsatish shaxobchalari tashkil etilgan bo'lsa, 2023 yilga kelib bu ko'rsatkich 576 tani tashkil etgan. Namangan viloyatidagi shahar va tumanlarda ham bu ko'rsatkich dinamikasi turli xil bo'lgan. Jumladan Namangan tumanida 2019 yilda 21 ta, 2020 yilda 50 ta, 2021 yilda tashkil etilmagan, 2023 yilda 6 tani tashkil etib, 2023 yilda 2022 yilga nisbatan 78,6 % ga kamayganligini ko'rishimiz mumkin.

Namangan viloyati shahar va tumanlarida o'rganish davrida Norin tumani, Namangan shahri va Uchqo'rg'on tumanlarida maishiy xizmat ko'rsatish shahobchalari soni o'sish dinamikasida eng yuqori bo'lgan. Buning asosiy sabablaridan biri, ushbu shahar va tumanlarda aholini maishiy xizmatga bo'lgan ehtiyojini ortishi bilan bog'liq.

Shuningdek, maishiy xizmat ko'rsatish shahobchalarini tashkil etish, aholiga xizmat ko'rsatish sohasida hal qilinishi kerak bo'lgan bir qator mummolar mavjud. Jumladan, maishiy xizmat ko'rsatish bo'yicha aholida iqtisodiy, huquqiy bilimlarning yetarli emasligi ham ushbu sohani rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Bu holatni tadqiqot obyekti bo'lgan Namangan shahridagi kir yuvish xizmatiga asoslangan "Yangi Dunyo" MCHJning moliyaviy ko'rsatkichlari natijalaridan ham ko'rishimiz mumkin (3 jadval).

3-jadval

"Yangi Dunyo" MCHJda sof foyda va uning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar tahlili¹⁴ (mln. so'mda)

| № | Ko'rsatkichlar | 2019-yil | 2020-yil | 2021-yil | 2022-yil | 2023-yil | 2023-yilda 2022-yilga nisbatan o'zgarishi (%) |
|---|----------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------------------------------|
| 1 | Mahsulot (tovar, ish va xizmat) larni sotishdan sof tushum | 249,1 | 286,5 | 306,5 | 324,9 | 337,9 | 108,0 |
| 2 | Sotilgan mahsulot (tovar, ish va xizmat) tannarxi | 146,3 | 168,2 | 180,0 | 190,8 | 198,5 | 106,2 |
| 3 | Mahsulot (tovar, ish va xizmat) larni sotishning yalpi foydasi | 102,7 | 118,1 | 126,4 | 134,0 | 139,3 | 109,9 |
| 4 | Davr xarajatlari | 55,4 | 63,7 | 68,2 | 72,3 | 75,2 | 104,4 |
| 5 | Asosiy faoliyatdan olingan foyda | 47,3 | 54,4 | 58,2 | 61,7 | 64,2 | 103,2 |
| 6 | Foyda solig'i to'langunga qadar foyda | 24,7 | 28,4 | 30,4 | 32,2 | 33,5 | 104,8 |
| 7 | Foyda solig'i va boshqa majburiy to'lovlar | 10,3 | 11,8 | 12,7 | 13,4 | 14,0 | 106,1 |
| 8 | Hisobot davridagi sof foyda | 14,4 | 16,6 | 17,7 | 18,8 | 19,5 | 103,9 |

¹⁴ "Yangi Dunyo" Mas'uliyati cheklangan jamiyatning 2019-2023 yillardagi yillik statistik hisobotlari ma'lumotlari.

3-jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, 2023-yilda sof foydaning miqdori 19,5 mln so'mni tashkil etib, 2022-yilga nisbatan 7 mln so'mga oshgan. Kichik biznes subyekting mahsulot (tovar, ish va xizmat) larni sotishning yalpi foyda tahliliga ko'ra, 2019-yilda 102.7 mln so'mni tashkil etib, 2021 va 2022-yillarda mos ravishda 126,4 va 134,0 mln so'mga yetganligini va 2023-yil yakuniga ko'ra 139,3 mln so'mni tashkil etganligini ko'rishimiz mumkin.

Namangan viloyat maishiy xizmatlar bozorini kompleks tadqiqotlar amalga oshirildi va iste'molchilar segment xususiyatlari va xatti - harakatlari tadqiq qilindi. Maishiy xizmatlar bozorida tadqiqot o'tkazishdan maqsad, ushbu bozorni rivojlanish qonuniyatlarini aniqlash, strategik vazifalar belgilashdan iborat. Strategik maqsadlarni belgilashda esa xizmatlar bozoridagi mavjud axborot tahlilini o'tkazish lozim bo'ladi.

Tadqiqotni amalga oshirishda axborotlarni to'plash usullari hisoblangan ijtimoiy so'rovnoma, savol-javob va kuzatuv usullaridan keng qo'llaniladi. Ijtimoiy so'rovnomada eng ko'p tarqalgan tadqiqot vositasi anketa so'rovnoma usulidir. Tadqiqotimizni amalga oshirishda axborotlarni yig'ishning samarali va eng ko'p tarqalgan vositasi sifatida anketa so'rovnoma usulidan foydalanildi.

Namangan viloyati tumanlar kesimida so'rovnomada ishtirok etgan respondentlarning taqsimoti quyidagi 4-jadvalda keltirilgan.

4-jadval

Ijtimoiy so'rovnomada ishtirok etgan respondentlarning yashash joyi bo'yicha taqsimoti ¹⁵

| № | Tuman nomi | Soni | Foizda |
|-----|----------------|------|--------|
| 1. | Namangan sh | 49 | 27,2 |
| 2. | Uchqo'rg'on | 10 | 5,6 |
| 3. | Uychi | 13 | 7,2 |
| 4. | Chortoq | 9 | 5 |
| 5. | Pop | 13 | 7,2 |
| 6. | Kosonsoy | 6 | 3,3 |
| 7. | Norin | 13 | 7,2 |
| 8. | Namangan tuman | 7 | 3,9 |
| 9. | Yangiqo'rg'on | 6 | 3,3 |
| 11. | Chust | 12 | 6,7 |
| 12. | Mingbuloq | 5 | 2,8 |
| 13. | To'raqo'rg'on | 12 | 6,7 |
| 14. | Boshqa | 25 | 13,9 |
| | Jami | 180 | 100,0 |

Diskriminant tahlilni o'tkazishda statistik dasturiy paketlardan foydalanish hisoblashni qulaylashtirish va aniqlikni asoslashga yordam beradi. Shunga ko'ra avvalo mamlakat iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablarini aniqlash bo'yicha anketa natijalari bo'yicha olingan ma'lumotlarni "SPSS 22

¹⁵ Muallif ishlanmasi

Statistics” dasturiy paketidan foydalanib, iste’molchilarning tanlangan omillar bo’yicha sifat o’zgarishlariga qay daraja bog’liqligini bo’yicha dispersion tahlil o’tkaziladi. O’zgaruvchilar tasnifi quyidagi 5-jadvalda keltirilgan.

5-jadval

Diskriminant tahlil uchun o’zgaruvchilarni tasnifi¹⁶

| № | Omillar | Belgilanishi | Tasnifi |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bog’liq (erksiz) o’zgaruvchilar - Y | | | |
| 1. | Kasbi | Y ₁ | Anketa so’rovnomasida jami 7 tadan ortiq kasbdagi iste’molchilar ishtirok etdi. Iste’molchilarning kasblari bo’yicha maishiy xizmat ko’rsatishga bo’lgan talablar o’rtasida farq mavjud |
| 2. | Iste’molchilar jinsi | Y ₂ | Iste’molchilar jinsi bo’yicha erkak va ayollarga bo’lingan bo’lib, maishiy xizmatlarga bo’lgan talablarini baholashda ular o’rtasida tafovutlar mavjud |
| 3. | Yashash joyi | Y ₃ | Iste’molchilar yashash joyi ham ikki guruhga bo’lingan bo’lib, ular: shaharda va qishloqda yashovchilar sifatida guruhlangan |
| 4. | Yashash hududi | Y ₄ | Anketa so’rovnomasida viloyat tumanlarining iste’molchilari o’rtasida maishiy xizmatlarga bo’lgan talablarida tafovut mavjud |
| 5. | Daromad darajasi | Y ₅ | Iste’molchilarning daromad darajasi maishiy xizmatlarga va sifatiga turlicha baho berishini nazarda tutib olti guruhga ajratilgan ya’ni: daromadi yo’qlar, past daromadlilar (1-2 mln so’m), o’rta daromadlilar (2-3, 3-4 mln so’m), yuqori daromadlilar (4-5 mln so’m), eng yuqori daromadlilar (5 mln so’mdan yuqori) |
| Mustaqil (erkli) o’zgaruvchilar – X | | | |
| 6. | Maishiy xizmatlardan foydalanish darajasi | X ₁ | Iste’molchilarning maishiy xizmatlardan foydalanish 5 darajada baholandi: yo’q, ozroq, o’rtacha, yuqori, juda yuqori |
| 7. | Maishiy xizmatlarni muximlilik darajasi | X ₂ | Maishiy xizmatlar muhimlilik darajada baholandi: yo’q, ozroq, o’rtacha, yuqori, juda yuqori |
| 8. | Maishiy xizmatlarga qilinadigan xarajatlari | X ₃ | Iste’molchilarning bir yillik daromadini maishiy xizmatlarga sarflashi 5 darajada baholandi: yo’q, ozroq (1 mln so’mgacha), o’rtacha (1-2 mln so’m, 2-3 mln so’m), yuqori (3-4 mln so’m), juda yuqori (5 mln so’mdan yuqori) |
| 9. | Maishiy xizmatlarga sifat darajasi ahamiyati | X ₄ | Maishiy xizmatlar sifat muhimlilik darajasi baholandi: yo’q, ozroq, o’rtacha, yuqori, juda yuqori |

¹⁶ Muallif ishlanmasi.

Iste'molchilar segmentlarini maishiy xizmatlarga bo'lgan munosabatlariga ta'sir etuvchi omillar o'rtasidagi farqli jihatlarni taqqoslashda diskriminant tahlil usullaridan foydalaniladi. Diskriminant tahlilda shunday holatlarda ishlatiladiki, mustaqil o'zgaruvchilar turli intervallarga ega bo'lgan xususiyatlarni baholash imkonini beradi. Iste'molchilarning maishiy xizmatlarga foydalanish darajalarini aniqlash maqsadida o'tkazilgan so'rovnoma natijalari bo'yicha har bir bog'liq o'zgaruvchiga nisbatan diskriminant tahlili "SPSS 22 Statistics" dasturiy paketi asosida natijalar olindi.

Tadqiqotning asosiy maqsadi iste'molchilarning maishiy xizmatlardan foydalanishga bo'lgan iste'molchilar segment xususiyatlari va xulq atvorini aniqlashga qaratilgan. Shunga asosan, tadqiqotda quyidagi gipotezalarni qo'yilgan:

H1 – Maishiy xizmatlarga bo'lgan talab kasb faoliyatiga nisbatan farqlari mavjud va yuqori ta'sirga ega;

H2 - Iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan munosabatlari ularning yashash hududiga nisbatan farqlari mavjud va yuqori ta'sirga ega;

H3 - Iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan munosabatlari ularning daromad darajasiga bog'liq va yuqori ta'sir darajasiga ega;

Diskriminant tahlilini "SPSS 22 statistics" paket dasturi asosida belgilab olingan har bir o'zgaruvchiga nisbatan funksiyasini tuzib keltirilgan gipotezalarni asoslanadi. Diskriminant tahlilda tanlangan o'zgaruvchilarning statistik ahamiyatliligini baholovchi testlar aniqlandi. Wilks' Lambda statistikasi qiymati $[0,1]$ oralig'ida o'zgaradi. Agar Wilks Lambda statistikasi qiymati 0 ga yaqin bo'lsa demak, bu yaxshi diskriminatsiya mavjud degani, agar 1 bo'lsa ajralish xususiyati past degani va bu holat p-value normal taqsimotini 0,05 darajada aniqlanganligi esa xatolikning yuzaga kelishi kam ekanligini tasdiqlaydi.

F kriteriya $df_1 = 3$ va $df_2 = 180$ kuzatuvlarda "p-value"ning 0,05 qiymatida 3,86 jadval qiymatini qabul qiladi va $F(\text{haqiqiy}) \geq F(\text{jadval})$ bo'lishi o'rganilayotgan omil belgilarining natijaviy belgiga bo'lgan ta'siri kuchli $F(\text{haqiqiy}) \leq F(\text{jadval})$ bo'lsa, kuzatilayotgan o'zgaruvchi natijaviy omillarga bog'liq emas degan xulosaga kelinadi.

H₁ – gipoteza. Maishiy xizmatlarga bo'lgan talab kasb faoliyatiga nisbatan farqlari mavjud va yuqori ta'sirga ega.

Gipotezani asoslash maqsadida diskriminant tahlil amalga oshirildi. Bog'liq o'zgaruvchi sifatida tanlangan iste'molchilar kasbi va unga ta'sir etuvchi omillar sifatida qabul qilingan o'zgaruvchilar bo'yicha o'rtacha miqdorlar va standart xatolik natijalaridan ma'lumki guruhlar bo'yicha o'rtacha qiymatlar o'qituvchi bank kasb egalari natijalarga ega bo'ldi.

Diskriminant tahlilda tanlangan o'zgaruvchilarning statistik ahamiyatliligini baholovchi testlar aniqlandi. Wilks' Lambda statistikasi qiymati omillarda X1 (0,853), X2 (0,765), X3 (0,925), X4 (0,869), qiymatni qabul qildi. Demak, iste'molchilarni maishiy xizmatlarga bo'lgan munosabatlariga ta'sir qiluvchi omillarni tahlilida X3-istemolchilar daromadi ahamiyati barcha kasb egalarida muhimligi aniqlandi.

Olingan funksiyalar iste'molchilarning kasblari bo'yicha omillarning qay darajada ahamiyatliligini farqlash imkonini beradi. 1-ilova ma'lumotlariga ko'ra olingan diskriminant funksiyalar quyidagicha:

$$\begin{aligned}
Y_{\text{o'qituvchi}} &= -18,173 + 3,951X_1 - 0,150X_2 + 1,130X_3 + 3,650 X_4 \\
Y_{\text{boshqa kasb}} &= -24,664 + 3,287X_1 + 0,609X_2 + 1,141X_3 + 2,650 X_4 \\
Y_{\text{bank xodimi}} &= -20,441 + 3,771X_1 - 1,321X_2 + 2,509X_3 + 3,650 X_4 \\
Y_{\text{rahbar(korxon)}} &= -20,500 + 4,017X_1 + 3,272X_2 + 3,314X_3 + 4,650 X_4 \\
Y_{\text{tadbirkor}} &= -19,199 + 3,758X_1 + 1,389X_2 + 2,248X_3 + 3,650 X_4
\end{aligned}$$

Diskriminant funksiyasidan ma'lum bo'lmoqdaki, o'qituvchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablarini shakllanishiga eng ahamiyatli omil korxonah rahbarlarining sifat darajasiga e'tibori darajasi 4,650, daromadidan xarajatlari darajalari 3,314 ko'rsatkichni qabul qildi. Lekin daromadlarini sarflanishi o'qituvchilarda manfiy 0,150 ko'rsatkichni, bank xodimlarida 1,321 ko'rsatkichni, qabul qildi.

H₂ – gipoteza. Iste'molchilarni maishiy xizmatlariga bo'lgan munosabatlari ularning yashash hududiga nisbatan farqlari mavjud va yuqori ta'sirga ega ekanligi asoslanishi.

Tahlil natijalarida kanonik korrelyatsiya ko'rsatkichi birinchi funksiyada 0,198 qiymatni qabul qildi, 79,1 % dispersiyaga ega ekanligini asoslaydi. O'rta darajasi Wilks' Lambda testi asosida tasdiqlanmoqda va uning qiymati 0,951 ko'rsatkichga teng bo'lib, kvadrati 36,455 tashkil qildi yuqori diskriminatsiya mavjud degan xulosani berish mumkinligini asoslaydi.

Har bir guruh bo'yicha olingan diskriminant funksiyalar quyidagicha:

$$\begin{aligned}
Y_{\text{shahar}} &= -15,665 + 3,430X_1 - 0,141X_2 + 2,081X_3 + 4,800X_4 \\
Y_{\text{shaharcha}} &= -17,245 + 3,506X_1 - 0,085X_2 + 2,256X_3 + 4,804X_4 \\
Y_{\text{qishloq}} &= -14,450 + 3,277X_1 - 0,189X_2 + 2,003X_3 + 4,808X_4
\end{aligned}$$

Iste'molchilarni maishiy xizmatlarga bo'lgan talablari shakllantirishda belgilash bo'yicha alohida olingan diskriminant funksiyalar shahar aholisi maishiy xizmatlarga xarajatlari qolgan joylarga nisbatan ijobiy deb baholashimiz mumkin.

H₃ – gipoteza. Iste'molchilarni maishiy xizmatlarga bo'lgan munosabatlari ularning daromad darajasiga bog'liq va yuqori ta'sir darajasiga ega ekanligini asoslanishi.

Gipotezani asoslash uchun ko'p omilli diskriminant tahlilidan foydalanib iste'molchilarni daromad darajasi bo'yicha 6 ta toifaga ajratilgan bo'lib, ular daromad yo'qlar, past (1-2 mln so'm), o'rta (2-4 mln so'm), yuqori (4-5 mln so'm) va juda yuqori daromadlilar (5 mln so'mdan yuqori) sifatida toifalangan.

F kriteriya $df_1 = 4$ va $df_2 = 180$ kuzatuvlarda "p-value"ning 0,05 qiymatida 3,86 jadval qiymatini qabul qiladi va bizning modelda X_4 (haqiqiy) $\geq F(\text{jadval})$ bo'lishi o'rganilayotgan toifali o'zgaruvchiga nisbatan qo'llanilayotgan omillarning natijaviy belgiga bo'lgan ta'siri mavjudligini va X_1, X_2, X_3 omillar $F(\text{haqiqiy}) \leq F(\text{jadval})$ qiymatni qabul qilib natijaviy belgiga ta'siri yo'qligi tasdiqladi.

Bizning misolimizda 1 dan 4 gacha bo'lgan funksiyaning Wilks' Lambda ko'rsatkichi 0,783 qiymatni qabul qilib, kvadrati esa 175,4 ni tashkil etdi va 84,7 % dispersiyaga ega ekanligini asoslandi va bog'lanish kuchli bo'lib, korrelyatsiya qoniqarli. Iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablari ularning daromad darajasiga ham bog'liq degan xulosaga kelinadi. Biroq, iste'molchilarning daromad darajalari bo'yicha eng muhim bo'lgan omillarni ajratib olish va ularning ta'sir kuchini o'lchash uchun har bir guruh bo'yicha tahlil natijalaridan kelib chiqib quyidagi funksiyalarni tuzish mumkin:

$$Y_{\text{daromadi yo'qlar}} = -15,676 + 0,523X_1 + 0,207X_2 + 2,030X_3 + 3,223X_4$$

$$Y_{\text{past(1-2)}} = -17,073 + 1,414X_1 + 1,042X_2 + 1,873X_3 + 3,296X_4$$

$$Y_{\text{o'rta(2-3)}} = -15,905 + 1,341X_1 + 1,234X_2 + 1,168X_3 + 4,810X_4$$

$$Y_{\text{o'rta(3-4)}} = -16,175 + 2,286X_1 + 1,453X_2 + 1,719X_3 + 4,933X_4$$

$$Y_{\text{yuqori (4-5)}} = -17,897 + 3,380X_1 + 2,524X_2 + 2,161X_3 + 5,197X_4$$

$$Y_{\text{juda yuqori (5 yuqori)}} = -19,693 + 4,588X_1 + 3,032X_2 + 3,829X_3 + 5,531X_4$$

Iste'molchilarning daromad darajasi maishiy xizmatlarga bo'lgan talablarini shakllantirishda ta'sir qiladigan omillar diskriminant funksiyalar o'rtasida farqli xususiyatlarni ajratib ko'rsatish imkoniyatini beradi. Tuzilgan $Y_{\text{o'rta(3-4)}}$, $Y_{\text{yuqori (4-5)}}$, $Y_{\text{juda yuqori (5 yuqori)}}$ funksiyalar asosida iste'molchilarning daromad darajasi bo'yicha maishiy xizmatlarga bo'lgan talabni oshirish va maqsadli strategik qarorlar qabul qilish mumkinligidan dalolat beradi.

Amalga oshirilgan diskriminant tahlil natijalari bo'yicha 6-jadvalni tuzamiz.

6-jadval

Iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablarini shakllantiruvchi omillarni ahamiyatligi va strategiyalari ¹⁷

| Diskriminant tahlil bo'yicha gipoteza | Ta'sir doirasi | Gipoteza |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| H1 - iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablari → ularning kasbi | Yuqori | Qabul qilindi |
| H2 - iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablari → yashash hududlariga nisbatan | Yuqori | Qabul qilindi |
| H3 - iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablari → daromadi | Yuqori | Qabul qilindi |

Iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablarini o'rganish bo'yicha amalga oshirilgan diskriminant tahlil natijalaridan kelib chiqib, quyidagi mezon miqdoriy chegaralarga ajratish mumkin.

7-jadval

Namangan viloyati maishiy xizmat ko'rsatish korxonalarini tomonidan iste'molchilar bozor talabining sifat va muhimlik darajasiga muvofiq xizmatlar tarkibini belgilovchi asosiy parametrlarining miqdoriy chegaralari ¹⁸

| Asosiy parametrlar | Mezonlar |
|--------------------|----------------------------------|
| Kasbiy | $4,6 > H_{\text{kasbi}} < 0,1$ |
| Hududiy | $4,8 > H_{\text{hudud}} < 0,08$ |
| Daromad | $5,5 > H_{\text{daromad}} < 0,2$ |

Namangan viloyati maishiy xizmat ko'rsatish korxonalarini tomonidan iste'molchilar bozor talabining sifat va muhimlik darajasiga muvofiq xizmatlar tarkibini belgilovchi asosiy parametrlarini mezonlari bo'yicha miqdoriy chegaralari belgilab olinishi iste'molchilarni kasbiy, hududiy va daromad omillaridan kelib chiqib yondashishga asos bo'lib xizmat qiladi.

¹⁷ Muallif ishlanmasi.

¹⁸ Muallif ishlanmasi.

Iste'molchilarning maishiy xizmatlarga bo'lgan talablari oshishiga ta'sir qiluvchi omillar maishiy xizmatlarga, ularning qiziqishlarni inobatga olib, xizmat ko'rsatish sohalari faoliyatini tashkillashtirish, axborot kommunikatsion texnologiyalariga dasturlar ishlab chiqish yagona aloqa markazlarini tashkil etish muhim ahamiyatga ega.

Dissertatsiyaning **“Kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish istiqbollari”** deb nomlangan uchinchi bobida kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishga axborot-tahliliy yondashuv konsepsiyasi, maishiy xizmat ko'rsatish bo'yicha yagona axborot markazi modelini tashkil etish va iste'molchilar va maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalarni monitoring qilish metodikasi hamda kichik biznesda maishiy xizmat sohasini davlat tomonidan tartibga solish hamda rivojlantirish istiqbollari ishlab chiqilgan.

Shunday qilib, xizmat ko'rsatish sohasida tadbirkorlikning fundamental va o'ziga xos funksiyalarini namoyon etish orqali axborot-tahliliy yondashuv mexanizmini amalga oshirish yanada ilg'or axborot texnologiyalari majmuasini, zamonaviy vositalar va texnik vositalar tizimini yaratish imkonini beradi. Maishiy xizmat ko'rsatishning o'ziga xos jihatlarini tadqiq etish tadbirkorlik faoliyatining samaradorligi va unumdorligini oshirishga xizmat qiladi.

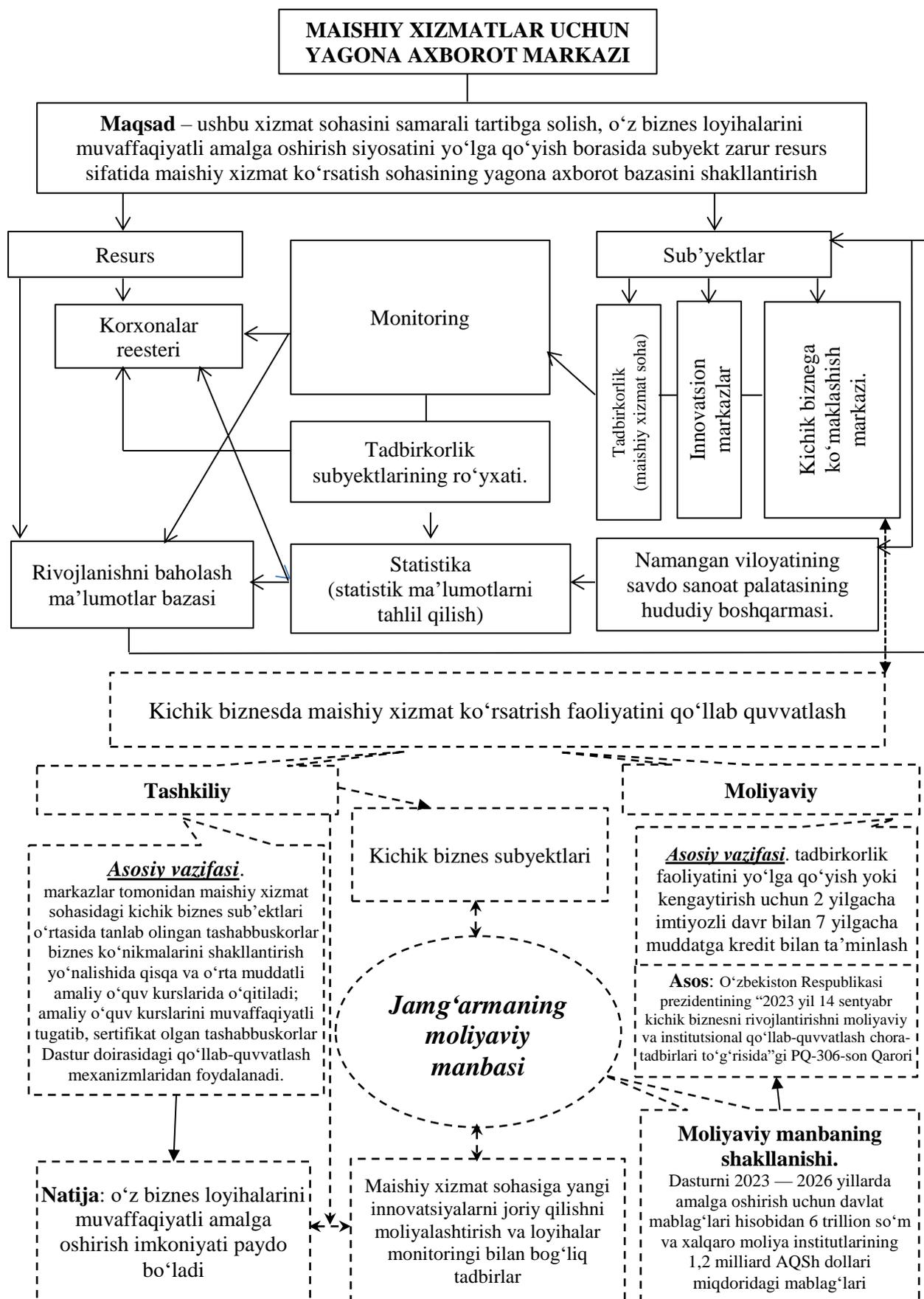
Shuning uchun biz Savdo-sanoat palatasida axborot markazini tashkil etish lozim deb hisoblaymiz (2-rasm). Tashkil etilgan markazning maqsadi – ushbu xizmat ko'rsatish sohasini tartibga solish bo'yicha samarali siyosatni amalga oshirish sohasida zarur strategik resurs sifatida maishiy xizmat ko'rsatish sohasining yagona axborot bazasini shakllantirishdan iborat.

Yagona ma'lumotlar bazasini shakllantirish ikki yo'nalishda amalga oshirilishi kerak: maishiy xizmat ko'rsatish korxonalari reestrini yaratish va yuritish, shuningdek, ushbu xizmat ko'rsatish sohasini baholash va rivojlanish darajasi to'g'risidagi ma'lumotlar bazasini yaratish va yuritish.

Maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi vakolatli subyektlar o'rtasidagi faoliyat shartnomaviy munosabatlarni tartibga solishi kerak, shu jumladan maishiy xizmatlarni sotib olish va sotish jarayonida asosiy ishtirokchilar monitoringi natijasida olingan dastlabki ma'lumotlarni aniqlash, taqdim etish va ulardan foydalanish imkoniyati bo'ladi.

Shunday qilib, yagona axborot markazining tashkil etilishi maishiy xizmat bo'yicha axborot resurs bazasini kengaytirishga, axborot bilan ta'minlashga, shuningdek, kichik biznesni tashkiliy va moliyaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmini takomillashtirishga xizmat qiladi. Markaz tomonidan maishiy xizmat sohasidagi kichik biznes sub'ektlari o'rtasida tanlab olingan tashabbuskorlar biznes ko'nikmalarini shakllantirish yo'nalishida qisqa va o'rta muddatli amaliy o'quv kurslarida o'qitiladi va amaliy o'quv kurslarini muvaffaqiyatli tugatib, sertifikat olgan tashabbuskorlar dastur doirasidagi qo'llab-quvvatlash mexanizmlaridan foydalanadi.

Axborot markazi kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish uchun mo'ljallangan, shuning uchun taklif etilayotgan modelning ishlashi natijasi o'rganilayotgan maishiy xizmat sohasida biznes muhitini tartibga solish bo'yicha samarali hududiy dasturlarni ishlab chiqishda foydalanish mumkin.



2-rasm. Namangan viloyatida maishiy xizmat ko‘rsatish sohasini tartibga solish va takomillashtirishda yagona axborot markazini tashkil etish tizimi¹⁹

¹⁹ Muallif ishlanmasi

Maishiy xizmatlar hajmini kelgusi yillar uchun bashorat qilishda unga eng asosiy ta'sir etuvchi omil sifatida aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromadlar hajmini hisobga olindi. Dastlab, endogen va egzogen omilning o'zaro bog'liqlik modeli qurilib model Student(t) va Fisher(F) me'zonlaridan o'tkazildi. Quyidagi ekonometrik model qurish uchun foydalanilgan Y (bog'liq o'zgaruvchi) va X(erkin o'zgaruvchi) larning 13 yillik ma'lumotlari keltirilgan:

7-jadval

2010-2023 yillarda Namangan viloyatida yillik maishiy xizmatlar hajmi(mlrd.so'm) va hududda aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromad hajmi(ming so'm)

| Yillar | Maishiy xizmatlar hajmi Y (mlrd. so'm) | Aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromadlar hajmi X(ming so'm) |
|--------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 2010 | 71,2 | 1460,4 |
| 2011 | 90,7 | 2028 |
| 2012 | 115,1 | 2473,3 |
| 2013 | 144,8 | 2960,8 |
| 2014 | 189,3 | 3415,6 |
| 2015 | 247 | 3905,5 |
| 2016 | 305,9 | 4501,5 |
| 2017 | 338,6 | 5244,5 |
| 2018 | 401,1 | 5888,5 |
| 2019 | 471,8 | 7213,2 |
| 2020 | 514,2 | 8250,5 |
| 2021 | 765,9 | 10274,7 |
| 2022 | 941,8 | 12387,6 |
| 2023 | 1152 | 13739,3 |

Stata dasturiy paketdan foydalangan holda tuzilgan model va uning parametrlarining ishonchliligi hamda adekvatligini bir necha mezonlar asosida tekshirib, natijalar aniqligiga ishonch hosil qilish lozim. Aniqlangan trendda avtokorrelyatsiya belgilangan optimal chegaradan bir oz yuqoriligi (DW=2.28) va boshqa mezonlar bo'yicha talabga javob berganligidan yuqorida aniqlangan (1)- regressiya tenglamasi ishonchli deb topildi va adekvatligi isbotlandi.

$$y = 0.0848058 * X - 96.60918 \quad (1)$$

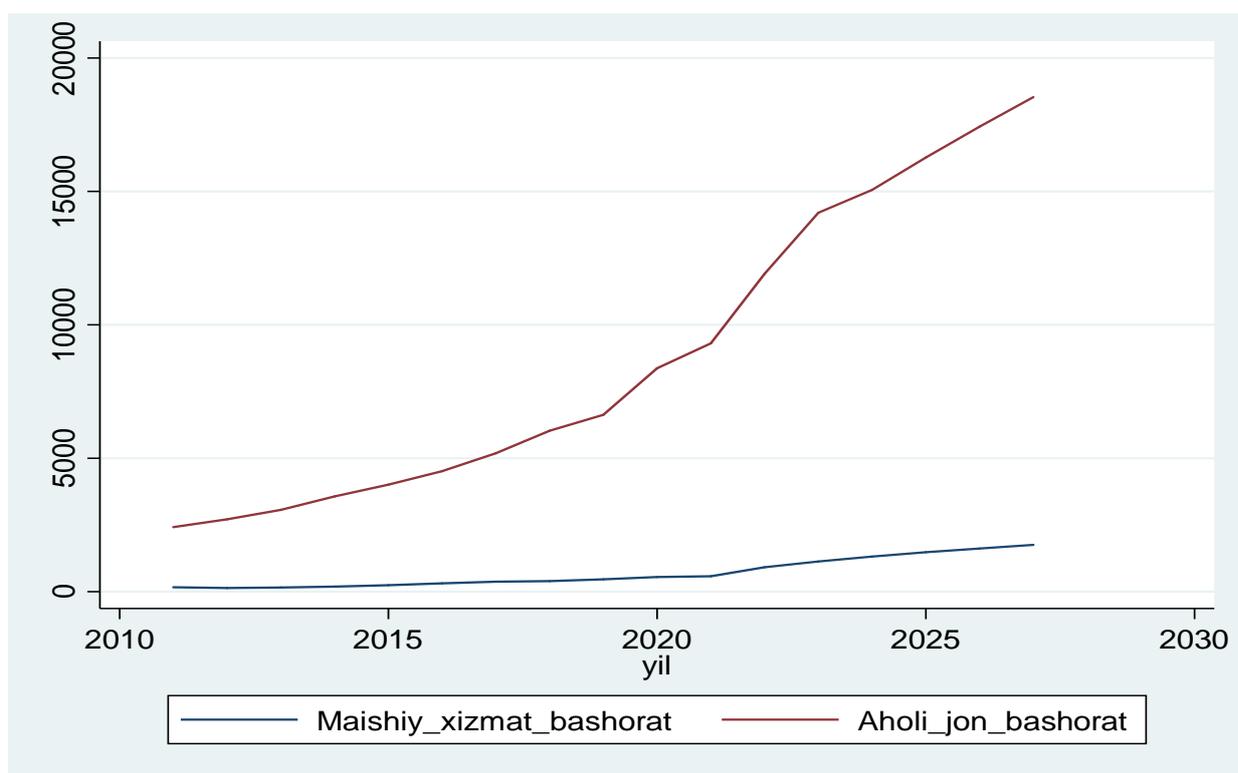
Regressiya koeffitsienti R=0.9862 ga teng bo'lib X omil Y ning ahamiyatli qismini tushuntirib bera oladi. Vaqt qatorlari tahlilini X omil uchun amalga oshiramiz. X omilning vaqtga bog'liq o'zgarishi quyidagi natijani ko'rsatadi.

Bashorat modelini qurish uchun X (aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromad) omilini vaqtga bog'liq holda bashorat qilib u asosda Y(maishiy xizmat hajmi) ni keyingi 4yil uchun bashorat qiymatlarini aniqlaymiz.

Namangan viloyatida maishiy xizmatlar hajmi va unga ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlari trend modellari hamda 2024-2027 yillar uchun prognoz ko'rsatkichlari²⁰

| Ko'rsatkichlar va ularning omilli modellari | Prognoz ko'rsatkichlari | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------|---------|---------|
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Maishiy xizmatlar hajmi, mlrd.so'm $y = 0.0848058 * X - 96.60918$ | 1315.7 | 1477.4 | 1618.7 | 1753.8 |
| Aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromad hajmi, ming so'm $x_1 = 0.0010293 * t - 2010.343$ | 15057.2 | 16270.3 | 17427.2 | 18534.6 |

Bir omilli ekonometrik modeldan foydalangan holda Namangan viloyatida maishiy xizmatlar hajmi va aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromadlar hajmining o'rta muddatda, ya'ni 2010-2027 yillarda o'zgarishi qiymatlarini grafikda ko'rishini ifodalandi (3-rasm).



3-rasm. Namangan viloyatida maishiy xizmatlar hajmi(mlrd.so'm) va aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromad(ming so'm) hajmining 2010-2027 yillarda o'zgarishi²¹

²⁰ Muallif ishlanmasi.

²¹ Muallif ishlanmasi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, tadqiqot bo'yicha ARIMA (2,1,1) modeli asosida 2024-2027 yillarda Namangan viloyatida maishiy xizmat hajmining aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromad hajmini hisobga olgan holda mos ravishda 2024-yilda 1315.7 mlrd. so'm, 2025-yilda 1477.4 mlrd. so'm, 2026-yilda 1618.7 mlrd. so'm hamda 2027-yilda 1753.8 mlrd. so'mga yetishi prognoz qilindi.

XULOSA

Tadqiqot kichik biznesda maishiy xizmat ko'rsatish faoliyati nazariyasini ishlab chiqishda iqtisodiy jarayonlar mazmuniga bir qator muhim va dolzarb tushuntirishlar kiritish, aniq natijalar olish, tavsiyalar ishlab chiqish va xulosalar shakllantirish imkonini berdi, xususan:

1. Maishiy xizmat dasturini ishlab chiqishga ta'sir ko'rsatuvchi quyidagi nomoddiylik, ajralmaslik, o'zgaruvchanlik, saqlash imkoniyatining mavjud emasligi kabi asosiy xususiyatlarga ega ekanligini inobatga olish zarur. Ma'lumki, sotsial-ma'naviy ehtiyojlar asosan xizmatlardan iborat bo'lib, ular ma'lum faoliyat shakliga ega, ularning yaqqol moddiy ko'rinishi yo'q.

2. Maishiy xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi bilan birga kichik biznesning faol shakllanishi, ayniqsa xizmat ko'rsatish sohasida, kichik biznes faoliyatining o'ziga xos funksiyalarini rivojlantirishga yordam berdi, muallif tomonidan quyidagicha ifodalangan: tahliliy, moslashuvchan, axborot-tadqiqot, ijtimoiy-madaniy. Ularning har birining mohiyatini ochib bergan holda shuni aytish mumkinki, ularning funksional namoyon bo'lishi va amalga oshirilishi zamonaviy kichik biznes imkoniyatlarini kengaytiradi, uni yanada raqobatbardosh qiladi;

3. Maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi kichik biznesni rivojlantirish muammolarining tahlili shuni ko'rsatdiki, ular ko'p jihatdan maishiy xizmat ko'rsatishning o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq bo'lib, uning murakkabligida namoyon bo'ladi. Xizmatning murakkabligini maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi tasniflash guruhlari va kichik guruhlari turlari to'plamiga tegishli deb tushunish taklif etiladi. Amalda bu maishiy xizmat ko'rsatish korxonasi profilini belgilovchi asosiy faoliyat turini amalga oshirishda xizmat ko'rsatish takliflari tizimini tashkil etuvchi yordamchi xizmatlar majmui sifatida namoyon bo'ladi. Ushbu xususiyat maishiy xizmatlarning ko'p toifali, dinamik va o'zgaruvchan tarmoq ichidagi tuzilmasini belgilaydi, bu esa o'z navbatida tegishli ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilishning yangi vositalaridan foydalangan holda uning tasniflash guruhlari tizimlashtirish zarurati va zarurligini keltirib chiqaradi;

4. Iste'molchilar segmentini maishiy xizmatlarga bo'lgan munosabatlariga ta'sir qiluvchi omillarning farqli jihatlarini aniqlash maqsadida ijtimoiy so'rovnoma o'tkazildi. Unga asosan 180 nafar iste'molchi ma'lumotlari tanlab olindi. Respondentlardan 97 nafari qishloq, 76 nafari shahar joylarida, 7 nafar shaharchalarda yashaydigan respondentlarni tashkil etdi. So'rovnomada ishtirok etgan 7 turdan ortiq kasbdagi respondentlarning 56 nafari ayollar, 124 nafari erkaklarni tashkil etdi. Ijtimoiy so'rovlarda ishtirok etgan barcha respondentlardan maishiy xizmatlarni ahamiyat darajasini aniqlashda eng ko'p 195 ta ovoz "o'rta darajada" degan javob varianti, undan keyingi o'rinda 185 ta ovoz "ozroq" variantini

va juda oz qismi 95 ta ovoz “juda yuqori” degan javob variantlarini belgilashgan. Maishiy xizmatlardan foydalanish darajasi savollariga 64 ta ovoz “ozroq darajada” degan javob variantlari, undan keyingi o‘rinda 39 ta ovoz “o‘rta darajada” variantini ko‘p belgilangan. So‘rovnomada eng kam 12 ta ovoz “juda yuqori” degan javob variantlarini belgilashgan.

5. Maishiy xizmatlar sohasida yagona axborot makonini shakllantirish va undan foydalanish sharoitida bozor munosabatlarning barcha ishtirokchilarining o‘zaro hamkorligini tashkil etish uchun hududiy yagona axborot markazini yaratish ushbu yondashuvning kalitidir. Markazning resurs bazasini statistik hisob, shuningdek monitoring va o‘rganilayotgan xizmat ko‘rsatish sohasidagi kichik biznes sub’yektlari reestri orqali olingan ma’lumotlardan tashkil etishi kerak. Ushbu pozitsiyalardan muallif maishiy xizmat ko‘rsatish korxonalarini va maishiy xizmatlar iste’molchilarini monitoring qilish metodologiyasini ishlab chiqdi, shuningdek, Namangan viloyati savdo sanoat palatasi negizida ishlab chiqilgan yagona axborot markazining modeli taqdim etilgan;

6. Namangan shahridagi maishiy xizmatlar bozorida taklif etilayotgan vositalardan foydalanish maishiy xizmat sohasidagi sub’yektlarning ma’lumotlar bazasini yaratishga, shuningdek, quyidagi mezonlar bo‘yicha iste’molchilarning afzalliklarini aniqlashga imkon berdi: iste’mol soni, rivojlanish darajasi, shu jumladan narxlari, sifati, shuningdek, hisobga olinmagan maishiy xizmatlar ulushini ajratgan holda sarflangan pul miqdori; maishiy xizmat ko‘rsatish korxonalarining yashirin faoliyati hajmi va soliq tushumlarining tushmasligidan viloyat byudjetining yo‘qotishlari; uy xo‘jaligining rivojlanishiga to‘sqinlik qiluvchi omillar;

7. Maishiy xizmat ko‘rsatish sohasi rivojlanishini har tomonlama tahlil qilish maqsadida muallif o‘rganilayotgan kichik biznes faoliyati rivojlanishining statistik ko‘rsatkichlarining amaldagi tizimini takomillashtirishni, uni ishlab chiqarilgan daromadlar asosida hisoblangan ko‘rsatkichlar bilan to‘ldirishni taklif qiladi. Shuningdek, kichik biznes faoliyatini rivojlantirish bosqichida va uni amalga oshirish jarayonida iste’molchi korxonalar faoliyatini tavsiflovchi moliyaviy ko‘rsatkichlar tizimini kompleks tahlil qilish qulayligi uchun ularni yaxlit baholash metodologiyasi taklif etiladi. Olingan natijalar muallifga maishiy xizmat ko‘rsatish sohasidagi kichik biznes sub’yektlari va iste’molchilar manfaatlarini hisobga olgan holda kichik biznes faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqish imkonini berdi.

8. Dissertasiya ishining yakuniy natijasi sifatida maishiy xizmat ko‘rsatish hajmining oshishiga ta’sir etuvchi omillardan biri bu aholining daromadlilik darajasi hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan Namangan viloyatida maishiy xizmatlar hajmiga ta’sir etuvchi omillarni tahlil qilish asosida 2027 yilgacha prognoz ko‘rsatkichlari maishiy xizmatlar hajmi 1753,8 mlrd.so‘m, aholi jon boshiga to‘g‘ri keluvchi real umumiy daromad hajmi 18534.6 ming so‘mga ko‘payish imkoni asoslangan.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/27.05.2020.I.66.03 ПО
ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ НАМАНГАНСКОМ
ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ ИНСТИТУТЕ**

**НАМАНГАНСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ**

ХАСАНОВА ЗАМИРАХОН ТОЛИБЖОН КИЗИ

**ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЫТОВЫХ УСЛУГ
В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

08.00.15 – Экономика предпринимательства и малого бизнеса

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по ЭКОНОМИЧЕСКИМ НАУКАМ**

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии под номером №B2023.4.PhD/Iqt3647.

Диссертация выполнена в Наманганском инженерно-технологическом институте.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета (www.nammti.uz) и информационно-образовательном портале «Ziyonet» (www.ziyonet.uz).

Научный руководитель:

Рашидов Рахматилло Аъложонович
доктор экономических наук, доцент

Официальные оппоненты:

Исраилова Дилфуза Каримовна
доктор экономических наук, доцент

Ибрагимов Исроил Усманович
доктор философии по экономическим наукам (PhD), доцент

Ведущая организация:

Наманганский инженерно-строительный институт

Защита диссертации состоится «21» 09 2024 года в 10:00 часов на заседании Научного совета PhD.03/27.05.2020.I.66.03 при Наманганском инженерно-технологическом институте. (Адрес: 160115, город Наманган, ул. Касансайская, 7. Тел.: (0569) 228-76-71, Факс: (0569) 228-76-75, e-mail: nei_info@edu.uz).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Наманганского инженерно-технологического института (регистрационный номер №309). (Адрес: 160115, город Наманган, ул.Касансайская, 7. Тел.: (0569) 228-76-71).

Автореферат диссертации разослан «5» 09 2024 года.
(протокол реестра №15 от «5» 09 2024 года).



Ш.Д.Сайитбаев

Председатель научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

Ш.З.Мухитдинов

Учёный секретарь научного совета по присуждению ученых степеней, доктор экономических наук (DSc), доцент

Р.И.Исраилов

Председатель научного семинара при научном совете по присуждению ученых степеней, к.э.н., доцент

ВВЕДЕНИЕ (аннотация докторской диссертации (PHD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. Сфера услуг занимает большую и растущую долю в мировой экономике, поскольку по мере роста своих доходов и благосостояния население тратит на услуги все больше денег¹. Одним из ярких примеров такой деятельности является бытовое обслуживание, успешное развитие которого сегодня зависит не только от выбранной государством политики в области поддержки малого бизнеса, но и от стратегических инициатив. Мировой объем рынка бытового обслуживания в 2021 году составлял 574144,3 млн долларов США, и ожидается, что к 2027 году он достигнет 2 350 422,8 млн долларов США при среднегодовом темпе роста 26,48% в течение прогнозируемого периода². В свою очередь, достижение таких показателей связано с эффективным информационным обеспечением субъектов бытового обслуживания в сфере малого бизнеса. Использование современных методов сбора, обработки и оперативного представления информации, а также система показателей и оценка эффективности ее применения указывают на необходимость развития сферы бытового обслуживания в малом бизнесе, что предопределило актуальность данного исследования.

В настоящее время, по официальным данным, в сфере бытового обслуживания во всем мире занято более 75,6 миллиона человек, и это число неуклонно растет как в развитых, так и в развивающихся странах³. Важно укреплять этот сектор для удовлетворения растущего спроса на отечественную сферу услуг, вызванного демографическими изменениями и изменениями на рынке труда в мире, а также для решения таких социальных проблем, как самозанятость населения⁴. В то же время в этой сфере актуальны вопросы качества занятости и условий труда, а также масштабов информирования и социальной защиты работников.

Одним из основных направлений экономических реформ, реализуемых в Узбекистане в условиях инновационного экономического развития, является развитие сферы бытового обслуживания, которая считается составной частью национальной экономики, и повышение качества жизни населения на основе на удовлетворение спроса на бытовые услуги. Указом Президента Республики Узбекистан УП-158 «О Стратегии «Узбекистан–2030»», принятым 11 сентября 2023 года, определена задача «повышения в 3 раза объема оказания услуг путем развития сфер услуг и сервиса в регионах». Поэтому важно и дальше развивать сферу бытового обслуживания в нашей республике. В связи с этим целесообразно расширить сферу исследований в области теоретических, научных и методических вопросов развития сферы бытового обслуживания в малом бизнесе, таких как более глубокое изучение, информационное обеспечение сферы бытового обслуживания.

¹ <https://www.rba.gov.au/publications/smp/2013/nov/box-c.html>

² <https://www.linkedin.com/pulse/online-on-demand-home-services-market-size-66aaf>

³ <https://www.ilo.org/global/topics/domestic-workers/who/lang--en/index.htm>

⁴ <https://www.eurofound.europa.eu/en/employment-household-services-0>

Данная диссертационная работа в определенной степени служит выполнению задач, установленных в указах Президента Республики Узбекистан УП-60 от 28 января 2022 года “О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы”, УП-158 от 11 сентября 2023 года “О Стратегии “Узбекистан- 2030”, постановлениях Президента Республики Узбекистан ПП-104 от 27 января 2022 года “О дополнительных мерах по развитию сферы услуг”, ПП-4742 от 8 июня 2020 года “О мерах по упрощению государственного регулирования предпринимательской деятельности и самозанятости”, ПП-4525 от 20 ноября 2019 года “О мерах по дальнейшему улучшению бизнес-среды и совершенствованию системы поддержки предпринимательства в стране”, а также других нормативно-правовых актах, относящихся к данной сфере.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий республики I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

Степень изученности проблемы. Ряд отечественных и зарубежных экономистов исследовали развитие бытовых услуг в сфере малого бизнеса. Из них следует отметить А.Смита, Ю.Шумпетера, Р.Хизрича, М.Петерса, Ф.Котлера, П.А.Самуэльсона, В.Д.Нордхауса и др⁵.

Ученые СНГ В.М.Батурина, Л.А.Пашкевич, Д.Р.Демьянов, Е.Ю.Заяц, М.С.Рудакова, Г.А.Гаджиева, Я.П.Силини изучил региональное развитие сферы бытовых услуг, совершенствование оценки качества обслуживания, особенности развития современного рынка бытовых услуг, а также проблемы бытового обслуживания в обеспечении социально-экономической стабильности страны⁶.

Среди ученых нашей республики теоретические и методологические аспекты решения проблем в сфере оказания услуг и бытовых услуг осветили М.К.Пардаев, И.С.Саидов, Ф.К.Ачилова, Ш.И.Ортикова, А.Б.Ережепова⁷.

⁵ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2016, – 1056 с. Шумпетер Й. Теория экономического развития. –М.: “Мысль”, 1982, С. 159. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство. –М.: 1991. – 220 с. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. / Пер. с англ. –М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с. ил – Парал. тит. англ. Пол А. Самуэльсон, Вильям Д.Нордхаус. Экономика: Пер с англ. –М.: «Лаборатория Базовых Знаний», 2000. -800 с.: ил.

⁶ Власова М.В., Батурина Н.А., Пашкевич Л.А. Мониторинг ассортимента и качества услуг на потребительском рынке // Вестник Орел ГИЭТ. 2020. № 1 (51). – 109-114 с.; Гибадуллина Д.Р. «Развитие сфер бытового обслуживания в России» Проблемы социально-экономической устойчивости региона. 2020. С. 74-77; Демьянов Д.Г. Моделирование территориального развития сферы бытовых услуг // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2014. № 3; Заяц Е.Ю. Совершенствование оценки качества обслуживания на предприятиях сферы бытовых услуг // 2014; Егорихина М.С., Особенности развития современного рынка бытовых услуг // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. № 2 (23) (7). Гаджиева А.Г. Воспроизводственная роль сферы услуг в современной экономике: дис. канд. экон. наук. Москва.: 2018.; Силин Я.П. Инновационное развитие сферы услуг в национальной экономике: [монография] [отв. за вып. Н. Ю. Власова]; М-во образования и науки. Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – 339 с;

⁷ Пардаев М.К. Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодийнинг айрим муаммолари. Монография.-Т.: «Наврўз» 2014.-264 б.; Тухлиев И.С. Туризм: назария ва амалиёт. (Учинчи нашр) – Т.: «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2021.- 421 бет.; Саидов А.М. Майиш хизмат кўрсатиш корхоналарида меҳнатни

Следует отметить, что вышеуказанные ученые в своих научных исследованиях ориентировались на развитие сферы услуг, организацию деятельности предприятий бытового обслуживания и повышение экономической эффективности, обеспечение качества услуг, а также организационно-экономическую эффективность. аспекты развития сферы бытовых услуг, которые проводили научные исследования по совершенствованию механизмов. Однако в данных научных исследованиях недостаточно изучены вопросы, связанные с развитием сферы оказания бытовых услуг в малом бизнесе. Исходя из этого, исследование проблем, связанных с развитием сферы бытовых услуг в малом бизнесе, является одним из актуальных вопросов.

Связь диссертационного исследования с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научно-исследовательских работ Наманганского инженерно-технологического института в рамках научного проекта ИТМ-6 на тему “Приоритетные направления развития малого бизнеса и частного предпринимательства”.

Целью исследования разработать научно обоснованное предложение и практические рекомендации по развитию сферы бытовых услуг в малом бизнесе.

Задачи исследования:

- теоретическое обоснование деятельности по оказанию бытовых услуг в малом бизнесе;
- изучение особенностей сферы бытового обслуживания в малом бизнесе;
- раскрытие важности предоставления бизнес-информации для сферы бытового обслуживания малого бизнеса;
- анализ состояния и проблем развития сферы бытового обслуживания в Наманганской области на сегодняшний день;
- изучение состояния организации и развития бытового обслуживания в малом бизнесе Наманганской области;
- разработка комплексной системы показателей развития сектора бытовых услуг в малом бизнесе;
- разработка методики мониторинга субъектов малого бизнеса в сфере потребительских и бытовых услуг.

Объектом исследования являются субъекты бытового обслуживания, работающие в сфере малого бизнеса.

Предметом исследования является совокупность экономических отношений, возникающих при развитии сферы бытовых услуг в малом бизнесе.

ташкил қилишни такомиллаштириш йўллари. И.ф.н. дисс. – Самарқанд. СамИСИ. 2011. Ачилова Ф. К. “Уй-жой коммунал хизмат кўрсатиш самарадорлигини ошириш (шахрисабз тумани мисолида)” Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. Т.: 2022.-14. Artikova Sh. I. «Maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish» Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya avtoreferati. S.: 2023. Yerejepova Bibisara Abibullaevna “Maishiy xizmatlar sifatini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish”. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya avtoreferati. S.: 2024.

Методы исследования. В диссертационной работе использованы методы анализа, синтеза, индукции и дедукции, абстрактно-логического анализа, эконометрических моделей, сравнения, корреляции и регрессии, экономико-финансового анализа, социального опроса и дискриминантного анализа.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

экономическое содержание понятия «бытовое обслуживание» согласно методическому подходу усовершенствовано с точки зрения бытовых услуг в малом бизнесе и закономерностей их развития, особенностей показателей деятельности малого бизнеса, оказывающего бытовые услуги при полном и достоверном описании, эффективном регулировании социально-экономических процессов;

обосновано обеспечение основных параметров, определяющих состав услуг в соответствии с уровнем значимости и качества рыночного спроса потребителей предприятиями бытового обслуживания Наманганской области по профессиональным ($4,6 > H_{kasb} < 0,1$), территориальным ($4,8 > H_{hudud} < 0,08$), доходным ($5,5 > H_{daromad} < 0,2$) критериям;

обосновано совершенствование регулирования сферы бытового обслуживания, реализации эффективной отраслевой политики, создания реестра, оценка и определение уровня развития предприятий бытового обслуживания малого бизнеса в Наманганской области за счет создания единого информационного центра сферы бытовых услуг;

разработаны прогнозные показатели до 2027 года на основе эконометрических трендовых моделей факторов, влияющих на объем бытовых услуг в Наманганской области.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

раскрыты особенности сферы бытового обслуживания в малом бизнесе; усовершенствована система статистических показателей бытового обслуживания путем разработки системы интеграции показателей развития сферы бытовых услуг в малом бизнесе по информации и источникам;

усовершенствована система показателей, характеризующих развитие сферы бытового обслуживания населения, в том числе, за исключением статистических показателей, разработана группа показателей, рассчитываемых на основе данных, полученных в ходе потребительского мониторинга.

Достоверность результатов исследования. Достоверность результатов исследования определяется целесообразностью использованных в исследовании подходов и методов, получением статистических данных из официальных источников Министерства экономики и финансов Республики Узбекистан, Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан, Государственного налогового комитета, международных финансовых институтов и зарубежных стран, зависимостью исследования от анализа конкретных нормативно-правовых документов, форм отчетности субъектов малого бизнеса в сфере бытовых услуг местному населению, а также внедрением разработанных предложений в практику

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная и практическая значимость результатов исследования заключается в

том, что они нашли свое выражение в информационном обеспечении малого бизнеса в сфере бытового обслуживания населения. Научные предложения и практические рекомендации могут быть использованы при разработке нормативно-правовых документов, практических мер и дорожных карт, перспективных планов регулирования сферы бытовых услуг малого бизнеса в Узбекистане, что показывает практическую значимость результатов исследования.

Теоретические выводы и материалы исследования могут быть использованы в высших учебных заведениях для совершенствования образовательных программ, укрепления базы и учебного процесса по дисциплинам “Основы малого бизнеса и частного предпринимательства”, “Экономика предприятия”, “Микроэкономика”.

Внедрение результатов исследования. На основе разработанных предложений и рекомендаций по направлениям развития сферы бытовых услуг на предприятиях малого бизнеса:

экономическое содержание понятия “бытовое обслуживание” согласно методическому подходу, бытовые услуги в малом бизнесе и закономерностей их развития, особенности показателей деятельности малого бизнеса, оказывающего бытовые услуги при полном и достоверном описании, эффективном регулировании социально-экономических процессов использованы при подготовке учебного пособия “Малый бизнес и частное предпринимательство”, предназначенного для студентов высших учебных заведений (Приказ Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан №232 от 29 мая 2023 года). В результате внедрения данной научной новизны в практику стало возможным формирование новых знаний и умений на теоретической основе изучения особенностей показателей деятельности малого бизнеса, оказывающего бытовые услуги студентам и будущим специалистам высших учебных заведений;

предложения об обеспечении основных параметров, определяющих состав услуг в соответствии с уровнем значимости и качества рыночного спроса потребителей предприятиями бытового обслуживания Наманганской области по профессиональным ($4,6 > H_{kasb} < 0,1$), территориальным ($4,8 > H_{hudud} < 0,08$), доходным ($5,5 > H_{daromad} < 0,2$) критериям использованы Торгово-промышленной палатой Узбекистана при разработке «Региональной программы развития предприятий малого бизнеса в Наманганской области на период до 2026 года» (Справка Торгово-промышленной палаты Узбекистана №9/04-25-11258 от 5 июля 2024 года);

предложения о совершенствовании регулирования сферы бытового обслуживания, реализации эффективной отраслевой политики, создании реестра, оценка и определение уровня развития предприятий бытового обслуживания малого бизнеса в Наманганской области за счет создания единого информационного центра сферы бытовых услуг использованы Торгово-промышленной палатой Узбекистана (Справка Торгово-промышленной палаты Узбекистана №9/04-25-11258 от 5 июля 2024 года). В результате использования предложения удалось более эффективно

использовать имеющиеся возможности и повысить экономическую эффективность сферы бытовых услуг в регионах на 12,0 процента, используя концепцию социально-экономического развития малого бизнеса и частного предпринимательства, действующего в Наманганской области в 2021-2026 годах;

прогнозные показатели до 2027 года на основе эконометрических трендовых моделей факторов, влияющих на объем бытовых услуг Наманганской области использованы Торгово-промышленной палатой Узбекистана при разработке «Региональной программы развития предприятий малого бизнеса в Наманганской области на период до 2026 года» (Справка Торгово-промышленной палаты Узбекистана №9/04-25-11258 от 5 июля 2024 года). В результате реализации данной научной новизны появилась возможность обеспечить взаимную совместимость основных показателей объема бытовых услуг в регионах в долгосрочной перспективе.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждены на 5 международных и 7 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликованы всего __ научных работ, из них 5 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для издания основных результатов докторских диссертаций, в том числе, 4 статьи – в республиканских, 1 статья - в зарубежном журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений, объем диссертации составляет 120 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность и востребованность исследования, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, указано соответствие работы приоритетным направлениям развития науки и технологий республики, изложены научная новизна и практические результаты исследования, раскрыта научная и практическая значимость полученных результатов, приведены сведения о внедрении в практику результатов исследования, а также сведения по опубликованным работам и структуре диссертации.

В первой главе диссертации **“Теоретические основы развития сферы бытовых услуг в деятельности малого бизнеса”** теоретически изучена деятельность сферы бытового обслуживания в малом бизнесе, раскрыта специфика сферы бытовых услуг в малом бизнесе, предложены научные подходы о важности предоставления бизнес-информации для сектора бытовых услуг малого бизнеса.

Особенности сферы бытового обслуживания в малом бизнесе определяются спецификой процесса предоставления услуг, а также наличием возможности самозанятости населения. Для того, чтобы понять особенности деятельности малых предприятий в сфере повседневной жизни, важно

рассмотреть толкование самого термина “сфера бытового обслуживания”, а также выявить характеристики, функции и факторы, способствующие ее формированию.

Как отмечает Г.А.Меньшикова, “бытовое обслуживание - часть непроизводственной сферы, цель которой - помощь в организации быта (перепоручение домашней работы или части трудовых затрат по самообслуживанию) сторонним людям (прислуге) или фирмам”⁸.

По мнению В.И.Борисевича, П.С.Гейслера, В.С.Фатеева, “бытовое обслуживание - социально организованная форма удовлетворения определенных индивидуальных потребностей в бытовом обслуживании. Эта сеть в основном объединяет предприятия и организации, выполняющие различные виды услуг по заказам населения”⁹.

По мнению А.Солиева, “Рынок услуг - представляет собой отношения купли-продажи по предоставлению бытовых, образовательных, медицинских, технических, коммунальных, культурных, коммуникационных, транспортных, консультационных, инжиниринговых, лизинговых и других услуг населению. Он также имеет свои филиалы и учреждения. Рынки потребительских товаров и услуг схожи тем, что направлены непосредственно на удовлетворение потребностей человека”¹⁰. Как видно из приведенных определений, услуги рассматриваются как неотъемлемая часть национального социального продукта, при этом особый акцент делается на средствах и методах удовлетворения потребностей. Важной частью определений является вид деятельности, удовлетворяющий определенные потребности людей или приносящий экономическую выгоду.

Ряд ученых, занимающихся научными исследованиями, разработали теоретические модули, направленные на раскрытие сущности бытовых услуг, и признали, что они отличаются по содержанию от других видов услуг. Указывается наличие следующих основных особенностей, влияющих на разработку программы бытового обслуживания:

нематериальность – нельзя показать, увидеть, попробовать, транспортировать, хранить, упаковать или изучить. Все это возможно только применительно к конечному результату (это было – это);

неотделимость - услуга может быть оказана только при поступлении заказа или при вступлении клиента в отношения, то есть услуги предоставляются и потребляются в одно и то же время и в одном и том же месте;

изменчивость (нестандартизованность) - клиенты являются непосредственными участниками процесса обслуживания, напрямую влияя на его конечные положительные показатели результативности

невозможность хранения – в отличие от материальных потребностей, они не могут быть произведены для использования в будущем. Известно, что социально-духовные потребности в основном состоят из услуг, имеют

⁸ Меньшикова Г.А. Экономика и социология непроизводственной сферы / Г. А. Меньшикова. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, 2001. – 195 с

⁹ Борисевич, В. И. Экономика региона: учеб. пособие / В. И. Борисевич, П. С. Гейзлер, Б. К. Фатеев. – Минск: БГЭУ, 2002. – 432 с.

¹⁰ Солиев А., Бузрукханов С. Маркетинг. Дарслик, Т.- 2010.

определенную форму деятельности, но не имеют ярко выраженного материального облика.

Целью бытового обслуживания, на наш взгляд, является осуществление материальных и интеллектуальных действий, направленных на высокую оценку потребителями услуг, предоставляемых субъектами малого бизнеса, регулярное использование, увеличение доли рынка за счет простоты использования и преимуществ. и в конечном итоге обеспечение высокого уровня рентабельности. В частности,

- удовлетворенность потребителей или клиентов предоставляемыми услугами;
- привлечение постоянных клиентов и расширение их географии;
- повышение ценности предоставляемых услуг;
- улучшение качества обслуживания;
- доход от оказания услуг и его рост.

По данным исследования, в результате роста потребностей предприятия малого бизнеса, оказывающие бытовые услуги, предлагают все более инновационные виды услуг.

Таблица 1

Показатели деятельности малого бизнеса по оказанию бытовых услуг ¹¹

| № | Показатели | Особенности |
|---|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Исследование рынка товаров и услуг | Появляется возможность узнавать о новых изменениях на рынке услуг |
| 2 | Определение рыночной ситуации и тенденций ее развития | Можно будет получить заключение о видах бытовых услуг, которые планируется предоставлять |
| 3 | Анализ рыночной конъюнктуры | это позволяет узнать соотношение между спросом и предложением на бытовые услуги в определенное время, в определенном месте |
| 4 | Анализ конкурентной среды на рынке | Служит для определения вида бытовой услуги, установления ее стоимости. |
| 5 | Сегментация рынка и поиск деловых партнеров | Дает возможность расширить деятельность бытовой службы, создать ее филиалы в других регионах. |
| 6 | Мониторинг, анализ и обзор цен | Можно будет получить информацию об установлении цен на бытовые услуги |
| 7 | Изучение зарубежного рынка | Позволяет изучать реформы в сфере бытовых услуг в соседних странах |
| 8 | Формирование информационной базы, используемой при оказании услуг | Развитие и стимулирование малого бизнеса в сфере бытовых услуг |
| 9 | Разработка коммерческих предложений и т.д. | Предоставление инновационных и цифровизированных видов бытовых услуг |

Также с использованием теоретических основ делового обслуживания, разработанных Дж. Ратмелем, уточняются характеристики функциональной задачи бытового обслуживания (рис. 1).

¹¹ Разработка автора.

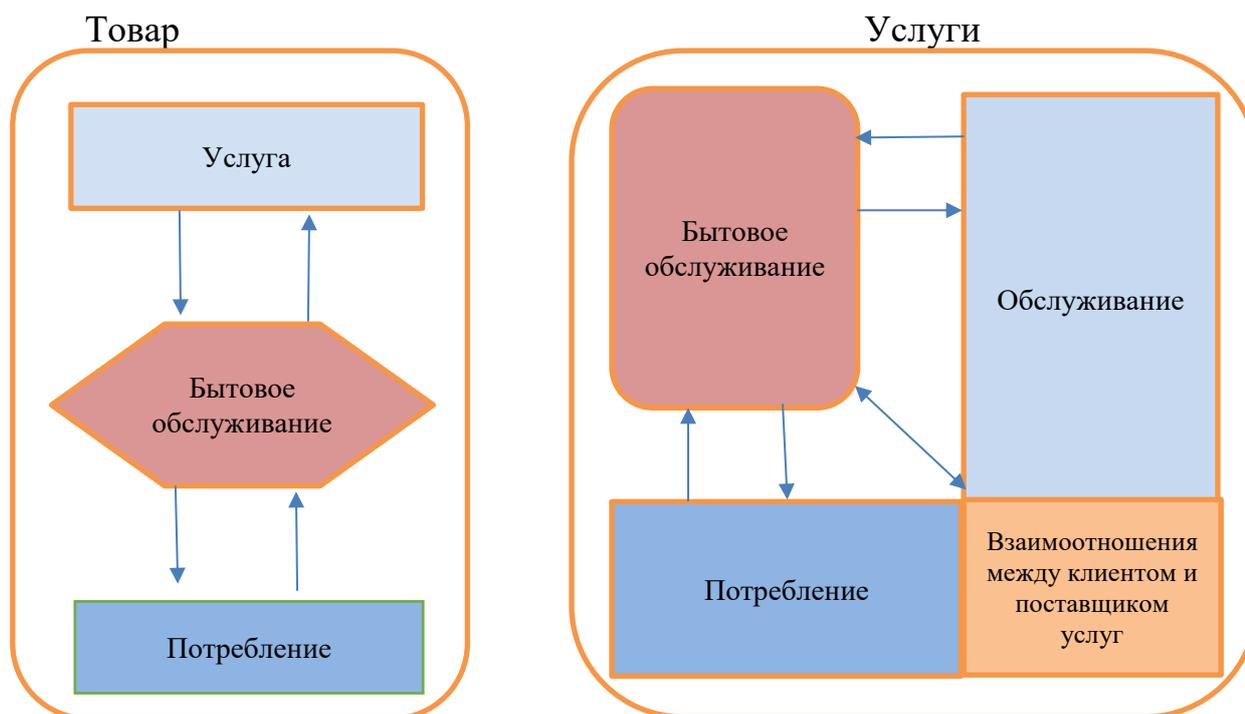


Рис.1. Модель бытового обслуживания ¹²

В предлагаемой модели функциональную задачу бытового обслуживания можно оценить как функцию бытового обслуживания, которая выражает сущность и содержание бытового обслуживания. То есть основной упор при этом делается на удовлетворение потребности потребителя, а автор модели считает эту потребность бесконечной. Подобные взгляды выражаются в современном менеджменте и бизнес-науке в форме маркетинг-микс или «4Р» (продукт (product), цена (price), коммуникация (promotion), продвижение, каналы распределения (place)). В этом случае "4Р" анализируется на предмет поведения потребителей, маркетинговых, т.е. предпринимательских исследований, сегментации рынка, определения статуса (позиции) товара-услуги среди конкурентов. Для максимизации получаемых доходов осуществляется регулярный мониторинг потребностей и поведения потребителей.

На наш взгляд, каждый из ученых подчеркивает важную особенность - индивидуальный подход к удовлетворению потребностей потребителей в процессе получения бытовых услуг. На основании этого можно сделать вывод, что сфера бытового обслуживания – это организационная деятельность предприятий бытового обслуживания в рамках дифференцированного подхода к каждому из них. Следует отметить, что с юридической точки зрения сфера бытового обслуживания - это деятельность юридических лиц, независимо от их организационно-правовой формы, а также граждан, занимающихся оказанием бытовых услуг (выполнением работ) - бытовым обслуживанием в малом бизнесе.

На основе изученных выше теоретических основ можно определить, что экономическое содержание понятия «бытовое обслуживание» необходимо

¹² Новаторов Э.В. Маркетинг услуг: теория и технология. Монография, СПб, ИП Петров Д.А., 2015 г. 200 с.

усовершенствовать с точки зрения бытовых услуг в малом бизнесе и закономерностей их развития, особенностей показателей деятельности малого бизнеса, оказывающего бытовые услуги при полном и достоверном описании, эффективном регулировании социально-экономических процессов

Во второй главе диссертации “Анализ современного состояния развития сферы бытовых услуг в малом бизнесе” рассмотрены состояние и проблемы развития сферы бытового обслуживания Наманганской области, потребности потребителей Наманганской области в бытовых услугах и их моделирование, а также вопросы применения комплексной системы показателей развития сферы бытового обслуживания.

Развитие сферы бытового обслуживания во многом зависит от полноты и объективности оценки ее положения. С этой целью на сегодняшний день предусмотрен расчет следующих статистических показателей, характеризующих деятельность предприятий бытового обслуживания: объем реализации бытовых услуг населению (с распределением состава по видам бытовых услуг); объем бытовых услуг на душу населения, включая виды бытовых услуг; показатели физического объема бытовых услуг населению (в том числе по видам услуг); также количество объектов бытового обслуживания, получающих заказы от населения на оказание услуг (с указанием количества пунктов приема).

Создание базы данных для развития сферы бытового обслуживания в малом бизнесе предусматривает сбор и обобщение информации из различных источников. Поэтому сначала мы приводим анализ статистических данных о развитии сферы бытового обслуживания в Наманганской области в период с 2019 по 2023 год.

Таблица 2

Пункты бытового обслуживания, созданные в Наманганской области в 2018-2022 годах ¹³

единиц

| № | Название города, района | 2019 год | 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2023 год | Соотношение 2023г. к 2022 г.(%) |
|----|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------------------------|
| | По области | 790 | 865 | 263 | 471 | 576 | 122,3 |
| 1 | г.Наманган | 149 | 131 | 88 | 119 | 186 | 156,4 |
| 2 | Мингбулакский | 60 | 76 | 12 | 37 | 41 | 111,2 |
| 3 | Касансайский | 63 | 41 | 12 | 41 | 36 | 87,3 |
| 4 | Наманганский | 21 | 50 | 0 | 8 | 6 | 78,6 |
| 5 | Нарынский | 53 | 53 | 9 | 47 | 62 | 132,6 |
| 6 | Папский | 61 | 154 | 43 | 15 | 5 | 32,9 |
| 7 | Туракурганский | 82 | 69 | 15 | 17 | 7 | 42,9 |
| 8 | Уйчинский | 67 | 111 | 19 | 16 | 9 | 56,2 |
| 9 | Учкурганский | 26 | 27 | 16 | 27 | 48 | 178,4 |
| 10 | Чартакский | 35 | 47 | 19 | 37 | 36 | 98,4 |
| 11 | Чустский | 103 | 57 | 11 | 52 | 45 | 86,7 |
| 12 | Янгикурганский | 70 | 49 | 19 | 55 | 56 | 102,5 |

¹³ Родготовлено на основе данных Управления статистики Наманганской области.

Как видно из данных таблицы 2, количество пунктов бытового обслуживания в Наманганской области за анализируемые годы сократилось. Если в 2019 году физическими лицами создано 790 отделений бытового обслуживания по области, то к 2022 году их число составило 471. Динамика этого показателя в городах и районах Наманганской области также была различной. Например, в Наманганском районе в 2019 году их было создано 21, в 2020 году – 50, в 2021 году – ни одного, в 2022 году – 8, и мы видим, что в 2023 году оно снизилось на 78.6% по сравнению с 2022 годом.

За исследуемый период в городах и районах Наманганской области наивысшая динамика роста количества пунктов бытового обслуживания зафиксирована в Нарынском районе, городе Намангане и Учкурганском районе. Одна из основных причин этого связана с ростом спроса населения на бытовые услуги в этих городах и районах.

Также существует ряд проблем, которые необходимо решить в сфере создания пунктов бытового обслуживания и оказания услуг населению. В частности, недостаток экономических и правовых знаний населения негативно влияет на равномерное развитие этого сектора. Поэтому в таблице 3 представим анализ финансовых показателей ООО «Янги Дунё» на базе прачечной г.Намангана.

Таблица 3

**Анализ чистой прибыли и факторов, влияющих на ее изменение
в ООО “Yangi Dunyo”¹⁴ (млн. сум)**

| № | Показатели | 2019 год | 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2023 год | Изменение в 2023 г. по сравнению с 2022 г. (%) |
|---|----------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------------------------------------|
| 1 | Выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг) | 249,1 | 286,5 | 306,5 | 324,9 | 337,9 | 108,0 |
| 2 | Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ и услуг) | 146,3 | 168,2 | 180,0 | 190,8 | 198,5 | 106,2 |
| 3 | Валовая прибыль от реализации продукции (работ, услуг) | 102,7 | 118,1 | 126,4 | 134,0 | 139,3 | 109,9 |
| 4 | Периодические затраты | 55,4 | 63,7 | 68,2 | 72,3 | 75,2 | 104,4 |
| 5 | Прибыль от основной деятельности | 47,3 | 54,4 | 58,2 | 61,7 | 64,2 | 103,2 |
| 6 | Прибыль до уплаты налога на прибыль | 24,7 | 28,4 | 30,4 | 32,2 | 33,5 | 104,8 |
| 7 | Налог на прибыль и другие обязательные платежи | 10,3 | 11,8 | 12,7 | 13,4 | 14,0 | 106,1 |
| 8 | Чистая прибыль за отчетный период | 14,4 | 16,6 | 17,7 | 18,8 | 19,5 | 103,9 |

Данные таблицы 3 показывают, размер чистой прибыли в 2023 году составил 19,5 млн сумов, увеличившись по сравнению с 2022 годом на 7 млн

¹⁴ Данные годовой статистической отчетности Общества с ограниченной ответственностью «Янги Дунё» за 2018-2022 годы.

сумов. По данным анализа валовой прибыли от реализации продукции (товаров, работ, услуг) субъекта малого предпринимательства она составила 102,7 млн сумов в 2019 году и 126,4 и 134,0 млн сумов в 2021 и 2022 годах соответственно. По итогам 2023 года он достигнет 139,3 млн сумов.

Проведены комплексные маркетинговые исследования рынка бытового обслуживания Наманганской области, а также исследованы характеристики и поведение потребительского сегмента в вышеуказанном плане. Целью проведения маркетингового исследования на рынке бытовых услуг является определение закономерностей развития этого рынка, постановка стратегических задач. При постановке стратегических целей необходимо провести анализ существующей информации на рынке услуг.

При проведении маркетинговых исследований широко используются методы сбора информации, в том числе методы социального анкетирования, вопросов-ответов и наблюдения. Наиболее распространенным исследовательским инструментом социального анкетирования является метод анкетного опроса. В маркетинговых исследованиях метод анкетного опроса широко используется как эффективный и наиболее распространенный способ сбора информации.

Распределение респондентов, принявших участие в опросе, по регионам республики представлено в таблице 4 ниже.

Таблица 4

Распределение респондентов, участвовавших в социальном опросе, по месту жительства¹⁵

| № | Регионы | Кол-во | В процентах |
|-----|----------------|------------|--------------|
| 1. | г.Наманган | 49 | 27,2 |
| 2. | Учкурганский | 10 | 5,6 |
| 3. | Уйчинский | 13 | 7,2 |
| 4. | Чартакский | 9 | 5 |
| 5. | Папский | 13 | 7,2 |
| 6. | Касансайский | 6 | 3,3 |
| 7. | Нарынский | 13 | 7,2 |
| 8. | Наманганский | 7 | 3,9 |
| 9. | Янгикурганский | 6 | 3,3 |
| 11. | Честский | 12 | 6,7 |
| 12. | Мингбулакский | 5 | 2,8 |
| 13. | Туракурганский | 12 | 6,7 |
| 14. | другое | 25 | 13,9 |
| | Всего | 180 | 100,0 |

Использование пакетов статистических программ при проведении дискриминантного анализа помогает упростить расчеты и обосновать точность. Соответственно, прежде всего, данные, полученные по результатам анкетирования для определения потребностей потребителей страны в бытовых услугах, с использованием программного комплекса “SPSS 22 Statistics” проводится дисперсионный анализ степени зависимости

¹⁵ Разработка автора

потребителей от качественных изменений выбранных факторов. Классификация переменных представлена в таблице 5 ниже.

Для сравнения различных аспектов факторов, влияющих на отношение потребительских сегментов к бытовым услугам используются методы дискриминантного анализа. Дискриминантный анализ используется в маркетинге в ситуациях, когда независимые переменные имеют разные интервалы оценки свойств. Результаты дискриминантного анализа по каждой зависимой переменной были получены на основе программного комплекса “SPSS 22 Statistics” по результатам опроса, проведенного с целью определения уровней использования потребителями бытовых услуг.

Таблица 5

Классификация переменных для дискриминантного анализа ¹⁶

| № | Факторы | Обозначение | Классификация |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Зависимые (непроизвольные) переменные – Y | | | |
| 1. | Профессия | Y ₁ | В анкетном опросе приняли участие потребители более 7 профессий. Существует разница между требованиями потребителей к своим занятиям и к своим бытовым нуждам. Существует разница между требованиями потребителей, которые являются бытовыми по профессии |
| 2. | Пол потребителей | Y ₂ | По гендерному признаку потребители делятся на мужчин и женщин, между ними существуют различия в оценке своих потребностей в бытовых услугах. |
| 3. | Место проживания | Y ₃ | Потребители также делятся на две группы по месту жительства: городские жители и сельские жители. |
| 4. | Регион проживания | Y ₄ | По данным анкетирования, наблюдается разница в запросах потребителей на бытовые услуги в регионах области. |
| 5. | Уровень доходов | Y ₅ | Уровень доходов потребителей разделен на две 6 групп, исходя из предположения, что уровень доходов различается по качеству бытовых услуг, а именно: лица без доходов, лица с низкими доходами (1-2 млн. сум), лица со средними доходами (2-3, 3-4 млн. сум), лица с высокими доходами (4-5 млн. сум), лица с самыми высокими доходами (свыше 5 млн. сум) |
| Независимые (свободные) переменные – X | | | |
| 6. | Уровень использования бытовых услуг | X ₁ | Использование потребителями бытовых услуг оценивалось по 5 уровням: нет, немного, средний, высокий, очень высокий. |
| 7. | Уровень важности бытовых услуг | X ₂ | Бытовые услуги оценивались по уровню важности: нет, немного, средняя, высокая, очень высокая. |
| 8. | Расходы на бытовые услуги | X ₃ | Расходы годовых доходов потребителей на бытовые услуги оценивались по 5 уровням: нет, немного (до 1 млн сум), средний (1-2 млн сум, 2-3 млн сум), высокий (3-4 млн сум), очень высокий (свыше 5 млн сум) |

¹⁶ Разработка автора.

| | | | |
|----|----------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9. | Значение уровня качества бытовых услуг | X ₄ | Оценивался уровень значимости качества бытовых услуг: нет, немного, средний, высокий, очень высокий. |
|----|----------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Основная цель исследования – определить характеристики и поведение потребительского сегмента использования бытовых услуг. На основании этого в исследовании были выдвинуты следующие гипотезы:

H1 – спрос на бытовые услуги отличается от спроса профессиональной деятельности и имеет высокую степень воздействия;

H2 – отношение потребителей к бытовым услугам различается в зависимости от района их проживания и имеет высокую степень воздействия;

H3 – отношение потребителей к бытовым услугам различается в зависимости от уровня их доходов и имеет высокую степень воздействия;

Дискриминантный анализ основан на гипотезах, представленных функцией каждой переменной, определенной на основе пакета программы “SPSS 22 statistics”. Определены тесты, оценивающие статистическую значимость выбранных переменных в дискриминантном анализе. Значение статистики Wilks lambda варьируется в пределах [0,1]. Если значение статистики Wilks lambda близко к 0, это означает, что имеется хорошая дискриминация, если оно равно 1, это означает, что свойство разделения низкое, и тот факт, что нормальное распределение р-значения определено на уровне 0,05, является подтверждением того, что вероятность возникновения ошибки невелика.

Критерий F принимает табличное значение 3,86 при значении “p-value” 0,05 с df1 = 3 и df2 = 180 наблюдений и тот факт, что $F(\text{haqiqiy}) \geq F(\text{jadval})$, а влияние изучаемых факторных признаков на результирующий фактор сильное $F(\text{haqiqiy}) \leq F(\text{jadval})$, позволяет сделать вывод, что наблюдаемая переменная не зависит от результирующих факторов.

Гипотеза H₁. Спрос на бытовые услуги отличается от спроса профессиональной деятельности и имеет высокую степень воздействия.

Для обоснования гипотезы был проведен дискриминантный анализ. Как известно по результатам стандартной ошибки и средних величин по профессиям потребителей, выбранных в качестве зависимой переменной и переменным, принятым в качестве влияющих на них факторов, средние значения по группам были получили преподаватели и банковские работники.

Дискриминантный анализ выявил тесты, которые оценивали статистическую значимость выбранных переменных. Значение статистики Wilks' Lambda в факторах принял значения X₁ (0,853), X₂ (0,765), X₃ (0,925), X₄ (0,869). Следовательно, при анализе факторов, влияющих на отношение потребителей к бытовым услугам, установлено, что значение X₃-дохода потребителя значимо во всех профессиях.

Полученные функции позволяют выделить степень значимости факторов в зависимости от профессий потребителей. По данным приложения 1 полученные дискриминантные функции имеют следующий вид:

$$Y_{o'qituvchi} = -18,173 + 3,951X_1 - 0,150X_2 + 1,130X_3 + 3,650 X_4$$

$$Y_{boshqa kasb} = -24,664 + 3,287X_1 + 0,609X_2 + 1,141X_3 + 2,650 X_4$$

$$Y_{\text{bank xodimi}} = -20,441 + 3,771X_1 - 1,321X_2 + 2,509X_3 + 3,650 X_4$$

$$Y_{\text{rahbar(korxon)}} = -20,500 + 4,017X_1 + 3,272X_2 + 3,314X_3 + 4,650 X_4$$

$$Y_{\text{tadbirkor}} = -19,199 + 3,758X_1 + 1,389X_2 + 2,248X_3 + 3,650 X_4$$

Из дискриминантной функции становится известно, что наиболее значимым фактором формирования потребностей учителей в бытовых услугах стал уровень внимания руководителей предприятий к уровню качества 4,650, а уровень расходов от дохода получил показатель 3,314. А вот расходование доходов получило отрицательный показатель 0,150 для учителей и показатель 1,321 для банковских служащих.

Гипотеза Н₂. *Отношение потребителей к бытовым услугам различается в зависимости от района их проживания и имеет высокую степень воздействия.*

В результате анализа показатель канонической корреляции в первой функции принял значение 0,198, что подтверждает его дисперсию в 79,1%. Средний уровень подтверждается на основе теста Wilks' Lambda, его значение равно 0,951, а квадрат составляет 36,455, что позволяет сделать вывод о высокой дискриминации.

Полученные дискриминантные функции для каждой группы следующие:

$$Y_{\text{shahar}} = -15,665 + 3,430X_1 - 0,141X_2 + 2,081X_3 + 4,800X_4$$

$$Y_{\text{shaharcha}} = -17,245 + 3,506X_1 - 0,085X_2 + 2,256X_3 + 4,804X_4$$

$$Y_{\text{qishloq}} = -14,450 + 3,277X_1 - 0,189X_2 + 2,003X_3 + 4,808X_4$$

Отдельно полученные дискриминантные функции определения потребительского спроса на бытовые услуги позволяют оценить, что расходы городских жителей на бытовые услуги положительны по сравнению с другими местами.

Гипотеза Н₃. *Отношение потребителей к бытовым услугам различается в зависимости от уровня их доходов и имеет высокую степень воздействия.*

Для обоснования гипотезы с помощью многофакторного дискриминантного анализа потребители были разделены на 6 категорий по уровню доходов: без дохода, низкий (1-2 млн сум), средний (2-4 млн сум), высокий (4-5 млн сум) и очень высокие доходы (более 5 млн сум).

Критерий F принимает табличное значение 3,86 при значении “p-value” 0,05 с $df_1 = 4$ и $df_2 = 180$ наблюдений и тот факт, что $X_4 (\text{haqiqiy}) \geq F(\text{jadval})$ по отношению к исследуемой категориальной переменной подтверждает существование влияния используемых факторов на итоговый признак, а факторы X_1, X_2, X_3 , принимающие значение $F(\text{haqiqiy}) \leq F(\text{jadval})$, не оказывают влияния на итоговый признак.

В нашем примере показатель Wilks' Lambda функции от 1 до 4 принял значение 0,783, а его квадрат составил 175,4, обосновано наличие дисперсии 84,7%, связь сильная, а корреляция удовлетворительна. Сделан вывод, что спрос потребителей на бытовые услуги также зависит от уровня их доходов. Однако, чтобы выделить наиболее важные факторы с точки зрения уровня доходов потребителей и измерить их влияние, по результатам анализа для каждой группы можно составить следующие функции:

$$Y_{\text{daromadi yo'qlar}} = -15,676 + 0,523X_1 + 0,207X_2 + 2,030X_3 + 3,223X_4$$

$$Y_{\text{past(1-2)}} = -17,073 + 1,414X_1 + 1,042X_2 + 1,873X_3 + 3,296X_4$$

$$Y_{o'rt(2-3)} = -15,905 + 1,341X_1 + 1,234X_2 + 1,168X_3 + 4,810X_4$$

$$Y_{o'rt(3-4)} = -16,175 + 2,286X_1 + 1,453X_2 + 1,719X_3 + 4,933X_4$$

$$Y_{yuqori(4-5)} = -17,897 + 3,380X_1 + 2,524X_2 + 2,161X_3 + 5,197X_4$$

$$Y_{juda\ yuqori(5\ yuqori)} = -19,693 + 4,588X_1 + 3,032X_2 + 3,829X_3 + 5,531X_4$$

Факторы, влияющие на уровень доходов потребителей при формировании спроса на бытовые услуги, дают возможность выделить различные характеристики между дискриминантными функциями. На основе составленных функций $Y_{o'rt(2-3)}$, $Y_{o'rt(3-4)}$, $Y_{yuqori(4-5)}$, $Y_{juda\ yuqori(5\ yuqori)}$ указывает на возможность повышения спроса на бытовые услуги в соответствии с уровнем доходов потребителей и принятие целенаправленных стратегических решений.

По результатам проведенного дискриминантного анализа составим таблицу 6.

Таблица 6

Значение и стратегии факторов, формирующих потребительский спрос на бытовые услуги¹⁷

| Гипотеза о дискриминантном анализе | Сфера влияния | Гипотеза |
|------------------------------------------------------------------|---------------|----------|
| H1 - потребительский спрос на бытовые услуги → их профессия | высокая | Принята |
| H2 - потребительский спрос на бытовые услуги → регион жительства | высокая | Принята |
| H3 - потребительский спрос на бытовые услуги → доходы | высокая | Принята |

По результатам дискриминантного анализа, проведенного для изучения потребительских потребностей в бытовых услугах, следующий критерий можно разделить на количественные пределы.

Таблица 7

Количественные пределы основных параметров, определяющих состав услуг в соответствии с уровнем качества и значимостью спроса потребительского рынка предприятиями бытового обслуживания Наманганской области¹⁸

| Основные параметры | Критерии |
|--------------------|---------------------------|
| Профессиональный | $4,6 > H_{kasb} < 0,1$ |
| Территориальный | $4,8 > H_{hudud} < 0,08$ |
| Доходный | $5,5 > H_{daromad} < 0,2$ |

Определение количественных ограничений по критериям основных параметров, определяющих состав услуг в соответствии с уровнем качества и значимости спроса потребительского рынка предприятиями бытового обслуживания Наманганской области, служит основой для подхода потребителей, основанного на профессиональных, территориальных факторах и факторах дохода.

Важное значение имеют факторы, влияющие на увеличение потребительского спроса на бытовые услуги, учет их интересов, организация

¹⁷ Разработка автора.

¹⁸ Разработка автора.

деятельности сфер обслуживания, разработка программ по информационно-коммуникационным технологиям, создание единых коммуникационных центров.

В третьей главе диссертации **“Перспективы развития сферы бытовых услуг в малом бизнесе”** разработаны концепция информационно-аналитического подхода к развитию сферы бытового обслуживания в малом бизнесе, методика создания модели единого информационного центра бытового обслуживания и мониторинга потребителей и предприятий в сфере бытового обслуживания, а также механизмы развития и государственного регулирования малого бизнеса.

Таким образом, реализация механизма информационно-аналитического подхода путем демонстрации фундаментальных и уникальных функций предпринимательства в сфере услуг позволяет создать комплекс более совершенных информационных технологий, систему современных инструментов и технических средств. Учет особенностей бытового обслуживания также способствует повышению эффективности и продуктивности предпринимательской деятельности.

Поэтому мы считаем целесообразным создание информационного центра на базе Торгово-промышленной палаты (рис. 2). Целью создаваемого центра является формирование единой информационной базы сферы бытовых услуг как необходимого стратегического ресурса в сфере реализации эффективной политики регулирования данной сферы услуг.

Формирование единой базы данных должно осуществляться по двум направлениям: создание и ведение реестра предприятий бытового обслуживания, а также создание и ведение базы данных по оценке и уровню развития данной сферы услуг.

Деятельность между уполномоченными субъектами в сфере бытового обслуживания (за исключением потребителей, предпринимателей) должна регулировать договорные отношения, включая возможность выявления, предоставления и использования исходных данных, полученных в результате мониторинга основных участников процесса купли-продажи бытовых услуг (потребителей и предпринимателей).

Таким образом, создание единого информационного центра позволяет расширить ресурсную базу и усовершенствовать механизм информационного обеспечения сферы бытового обслуживания, а также организационной и финансовой поддержки малого бизнеса, инициаторы, отобранные центрами из числа субъектов малого предпринимательства в сфере бытового обслуживания, проходят обучение на краткосрочных и среднесрочных практических курсах по направлению формирования деловых навыков, а инициаторы, успешно прошедшие практические курсы и получившие сертификат, будут использовать механизмы поддержки в рамках программы.

Информационный центр предназначен для оказания бытового обслуживания на предприятиях малого бизнеса, поэтому результаты предложенной модели могут быть использованы при разработке эффективных региональных программ регулирования деловой среды в исследуемой сфере бытовых услуг.

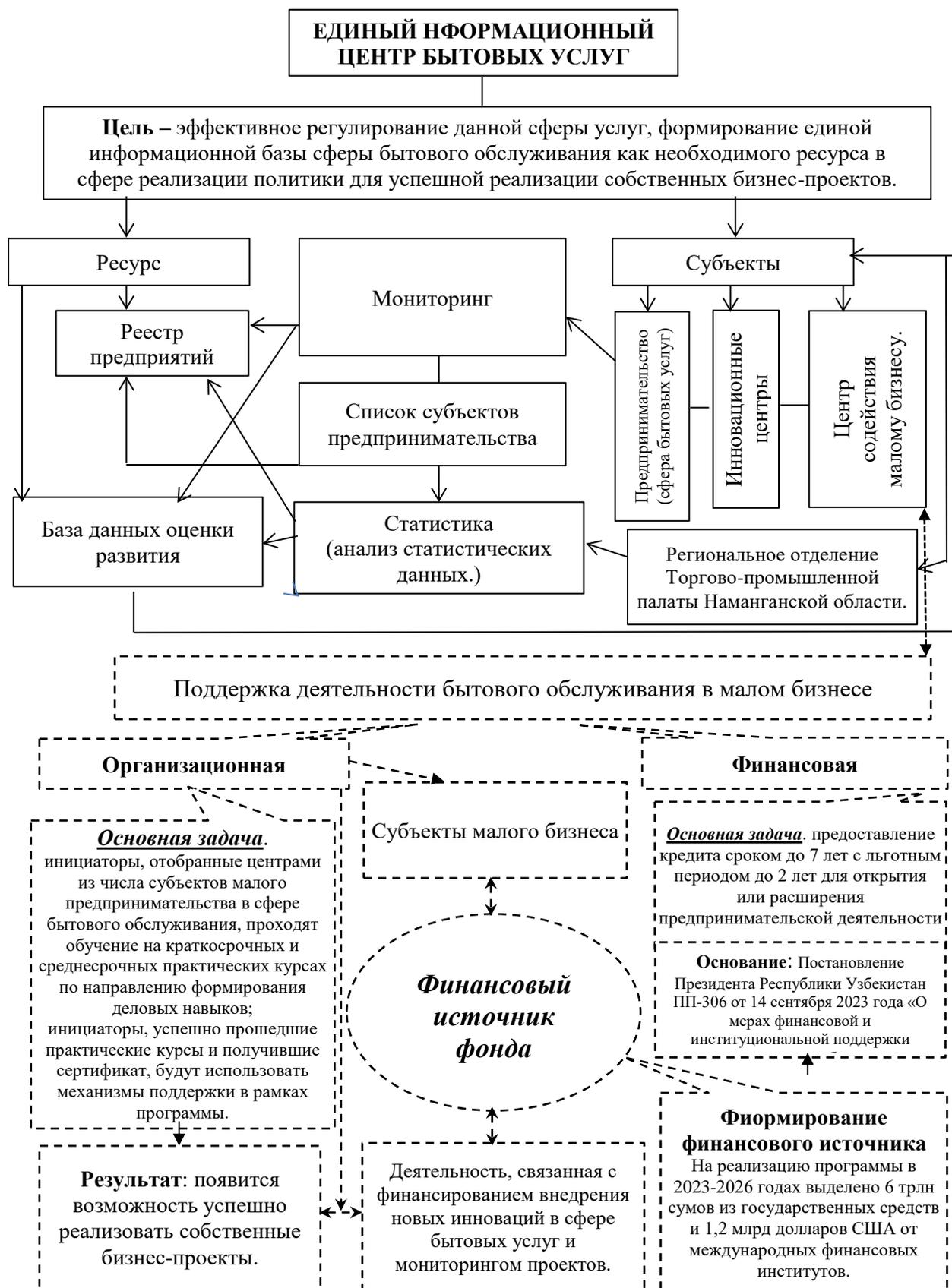


Рис.2. Система организации единого информационного центра по регулированию и совершенствованию сферы бытового обслуживания Наманганской области ¹⁹

¹⁹ Разработка автора.

При прогнозировании объемов бытовых услуг на ближайшие годы в качестве основного влияющего фактора учитывался объем реальных совокупных доходов на душу населения. Первым делом была построена модель взаимозависимости эндогенных и экзогенных факторов и протестирована модель по критериям Стьюдента(t) и Фишера(F). Представлены 13-летние данные Y (зависимая переменная) и X (свободная переменная), использованные для построения следующей эконометрической модели:

Таблица 7

Годовой объем бытовых услуг в Наманганской области (млрд сум) и реальный совокупный доход на душу населения в области (тыс сум) в 2010-2023 годах

| Годы | Объем бытовых услуг Y (млрд. сум) | Реальный совокупный доход на душу населения X(тыс. сум) |
|------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 2010 | 71,2 | 1460,4 |
| 2011 | 90,7 | 2028 |
| 2012 | 115,1 | 2473,3 |
| 2013 | 144,8 | 2960,8 |
| 2014 | 189,3 | 3415,6 |
| 2015 | 247 | 3905,5 |
| 2016 | 305,9 | 4501,5 |
| 2017 | 338,6 | 5244,5 |
| 2018 | 401,1 | 5888,5 |
| 2019 | 471,8 | 7213,2 |
| 2020 | 514,2 | 8250,5 |
| 2021 | 765,9 | 10274,7 |
| 2022 | 941,8 | 12387,6 |
| 2023 | 1152 | 13739,3 |

Необходимо проверить надежность и адекватность модели и ее параметров, составленных с помощью программного комплекса Stata, на основе нескольких критериев и убедиться в точности результатов. Автокорреляция в определенном тренде немного превышает оптимальный предел (DW=2,28), и поскольку соответствует требованиям по другим критериям, уравнение регрессии (1), определенное выше, оказалось надежным и адекватным.

$$y = 0.0848058 * X - 96.60918 \quad (1)$$

Коэффициент регрессии равен R=0,9862, а фактор X может объяснить значительную часть Y. Проведем анализ временных рядов для фактора X. Изменение фактора X в зависимости от времени показывает следующий результат.

Для построения прогнозной модели прогнозируем фактор X (реальный совокупный доход на душу населения) в зависимости от времени и на основе этого определяем прогнозные значения Y (объем бытовых услуг) на ближайшие 4 года.

Таблица 8

**Объем бытовых услуг в Наманганской области, трендовые модели
влияющих на него факторные показатели и прогнозные
показатели на 2024-2027 годы²⁰**

| Индикаторы и их факторные модели | Прогнозные показатели | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------|---------|---------|
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Объем бытовых услуг, млрд сум $y = 0.0848058 * X - 96.60918$ | 1315.7 | 1477.4 | 1618.7 | 1753.8 |
| Реальны совокупный доход на душу населения, тыс. Сум $x_1 = 0.0010293 * t - 2010.343$ | 15057.2 | 16270.3 | 17427.2 | 18534.6 |

С помощью однофакторной эконометрической модели величина изменения объема бытовых услуг и объема реальных совокупных доходов на душу населения в Наманганской области в среднесрочной перспективе, т.е. в 2010-2027 годах, была выражена в виде графика (рис. 3).

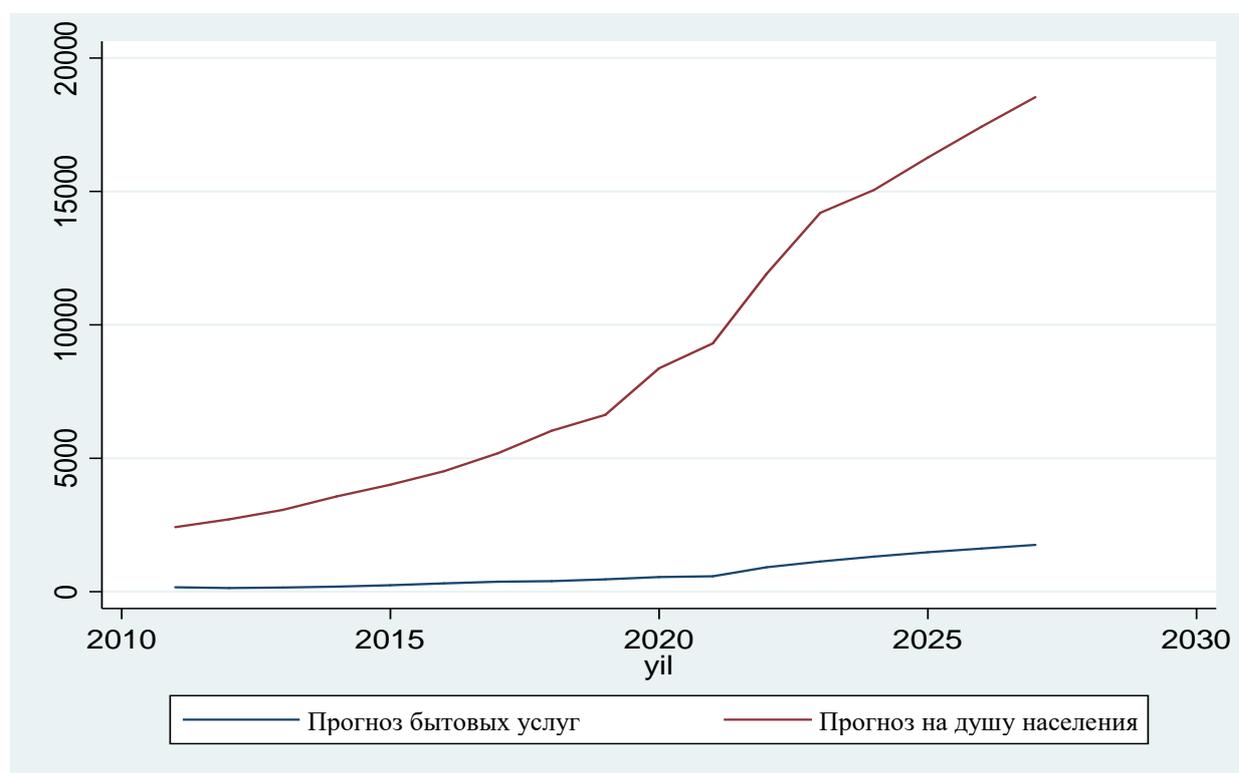


Рис.3. Изменение объема бытовых услуг (млрд сум) и реальных совокупных доходов на душу населения (тыс сум) в Наманганской области в 2010-2027 годах²¹

²⁰ Разработка автора.

²¹ Разработка автора.

В заключение можно сказать, что на основе исследования модели ARIMA (2,1,1) в 2024-2027 годах с учетом реального совокупного дохода на душу населения от бытовых услуг в Наманганской области прогнозируется соответственно в 2024 году 1315,7 млрд. сум, в 2025 году 1 477,4 млрд сум, в 2026 году – 1 618,7 млрд сум, в 2027 году – 1 753,8 млрд сум.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило внести ряд важных и актуальных пояснений к содержанию экономических процессов при разработке теории деятельности бытового обслуживания в малом бизнесе, получить конкретные результаты, разработать рекомендации и сформулировать выводы, в частности:

1) необходимо учитывать, что на разработку программы бытового обслуживания влияют такие характеристики, как нематериальность, неотделимость, изменчивость, невозможность хранения. Известно, что социально-духовные потребности в основном состоят из услуг, имеют определенную форму деятельности, но не имеют ярко выраженного материального облика;

2) вместе с развитием сферы бытового обслуживания активное формирование малого бизнеса, особенно в сфере обслуживания, способствовало развитию специфических функций деятельности малого бизнеса, выраженных автором следующим образом: аналитическая, гибкая, информационно-исследовательская, социокультурная. Раскрывая суть каждого из них, можно сказать, что их функциональное проявление и реализация позволят расширить возможности современного малого бизнеса, сделав его более конкурентоспособным;

3) анализ проблем развития малого бизнеса в сфере бытового обслуживания показал, что они во многом связаны с особенностями бытового обслуживания, которые проявляются в его сложности. Под сложностью услуги предлагается понимать принадлежность к множеству видов классификационных групп и подгрупп в сфере бытовых услуг. На практике это проявляется как совокупность вспомогательных услуг, составляющих систему сервисных предложений при осуществлении основного вида деятельности, определяющего профиль предприятия бытового обслуживания. Эта особенность определяет многокатегорийную, динамичную и меняющуюся внутрисетевую структуру бытовых услуг, что, в свою очередь, приводит к необходимости систематизации ее классификационных групп с использованием новых инструментов сбора и анализа соответствующих данных;

4) С целью выявления различных аспектов факторов, влияющих на отношение потребительского сегмента к бытовым услугам был проведен социологический опрос. На его основе были отобраны данные 180 потребителей. 97 респондентов проживают в сельской местности, 76 — в городах и 7 - в маленьких городках. 56 респондентов более чем 7 профессий, принявших участие в опросе, были женщинами и 124 мужчинами. Среди всех

респондентов, принявших участие в социальных опросах, наибольшее количество голосов - 195 указали на вариант ответа “средний уровень”, за ним следовали 185 голосов – “немного” и малое количество - 95 голосов указали на вариант ответа “очень высокий”. На вопросы об уровне использования бытовых услуг 64 голоса ответили “немного”, на следующем месте 39 голосов ответили “средний уровень”. Наименьшее число в опросе - 12 голосов отметили вариант ответа “очень высокие”.

5) ключом к такому подходу является создание регионального единого информационного центра для формирования единого информационного пространства в сфере бытовых услуг и организации взаимного сотрудничества всех участников рыночных отношений в контексте его использования. Ресурсная база центра должна формироваться на основе данных, полученных путем статистического расчета, а также мониторинга и реестра субъектов малого бизнеса в исследуемой сфере услуг. С этих позиций автором разработана методика мониторинга предприятий бытового обслуживания и потребителей бытовых услуг, а также представлена модель единого информационного центра, разработанная на базе управления Торгово-промышленной палаты по Наманганской области;

6) использование предлагаемых инструментов на рынке бытовых услуг города Наманган позволило создать базу данных субъектов сферы бытовых услуг, а также определить предпочтения потребителей по следующим критериям: количество потребителей, уровень развития, включая цены, качество, а также объем затраченных денег, без учета доли неучтенных бытовых услуг; объем скрытой деятельности предприятий бытового обслуживания и потери областного бюджета из-за отсутствия налоговых поступлений; факторы, препятствующие развитию домашнего хозяйства;

7) в целях комплексного анализа развития сферы бытового обслуживания автор предлагает усовершенствовать действующую систему статистических показателей развития изучаемой деятельности малого бизнеса, дополнив ее показателями, рассчитываемыми на основе сформированного дохода. Также для удобства комплексного анализа системы финансовых показателей, характеризующих деятельность предприятий-потребителей на этапе развития деятельности малого бизнеса и в процессе ее реализации, предложена методика их целостной оценки. Полученные результаты позволили автору разработать рекомендации по развитию деятельности малого бизнеса с учетом интересов субъектов малого бизнеса и потребителей в сфере бытового обслуживания;

8) Одним из факторов, влияющих на увеличение объема бытового обслуживания как конечного результата диссертационной работы, является уровень доходности населения. С этой точки зрения, на основе анализа факторов, влияющих на объем бытовых услуг в Наманганской области, прогнозные показатели до 2027 года основаны на возможности увеличения объема бытовых услуг до 1753,8 млрд сум и реального совокупного дохода на душу населения до 18534,6 тыс.сум.

**SCIENTIFIC COUNCIL FOR AWARDING OF
SCIENTIFIC DEGREES PhD.03/27.05.2020.I.66.03 AT THE
NAMANGAN INSTITUTE OF ENGINEERING AND TECHNOLOGY**

NAMANGAN INSTITUTE OF ENGINEERING AND TECHNOLOGY

KHASANOVA ZAMIRAKHON TOLIBJON KIZI

**ISSUES OF DEVELOPMENT OF HOUSEHOLD SERVICES
ACTIVITIES IN SMALL BUSINESSES**

08.00.15 – Economics of small business and entrepreneurship

ABSTRACT
of the dissertation of the doctor of philosophy (PhD) in ECONOMIC SCIENCES

The theme of the dissertation the Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences is registered in the Higher Attestation Commission under the number B2023.4.PhD/Iqt3647.

The doctoral dissertation was completed at the Namangan institute of engineering and technology. The dissertation abstract is posted in three (Uzbek, Russian and English (resume)) languages on the website (www.nammti.uz) as well as on (www.ziyonet.uz) information-educational portal of "Ziyonet".

Scientific supervisor:

Rashidov Raxmatullo Aloyonovich
Doctor of Economic Sciences, Docent

Official opponents:

Israilova Dilfuza Karimovna
Doctor of Economic Sciences, Docent

Ibragimov Isroil Usmanovich
Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Docent

Leading organization:

Namangan Institute of Engineering and Construction

The Defense of the dissertation will be held on " 21 " 09 2024 at 10:30 at the meeting of the Scientific Council No PhD.03/27.05.2020.I.66.03 at the Namangan Engineering and Technological Institute. (Address: 160115, 7. Kosonsoy Street, Namangan city. Phone: (0569) 228-76-71, fax: (0569) 228-76-75, e-mail: niei_info@edu.uz).

The dissertation can be looked through in the Information-Resource Center of the Namangan Engineering and Technological Institute. (registration № 309). (Address: 160115, 7. Kosonsoy Street, Namangan city. Phone: (0569) 228-76-71).

The abstract of the dissertation was distributed on " 5 " 09 2024. (Protocol at the register № 15 dated " 5 " 09 2024).



Sh.D.Sayitbaev
Chairman of the scientific council awarding scientific degrees, Doctor of Science in Economics, Professor

Sh.Z.Mukhitdinov
Secretary of the scientific council that awards scientific degrees, Doctor of Science in Economics (DSc), Docent

R.I.Israilov
Chairman of the scientific seminar under the scientific council of academic degrees, Candidate of Economic Sciences, Docent

INTRODUCTION (doctor of philosophy (PhD) dissertation annotation)

The purpose of the research is to develop a scientifically based proposal and practical recommendations for the development of the field of household services in small business.

Tasks of the research:

- theoretical justification of household service activity in small business;
- to study the specific features of the field of household services in small business;
- to reveal the importance of providing business information in the field of household services in small business;
- Analyzing the current state of the state of household services and development problems in Namangan region;
- To study the state of organization and development of household services in small business of Namangan region;
- development of a complex system of indicators for the development of the field of household services in small businesses;
- development of a methodology for monitoring small business entities in the field of consumer and household services.

The object of research is household service entities operating in small business.

The subject of research is the set of economic relations that arise in the development of the field of household services in small business.

Research methods. Analysis, synthesis, induction and deduction, abstract-logical analysis, econometric models, comparison, correlation and regression, economic-financial analysis, social survey and discriminant analysis methods were used in the thesis work.

The scientific novelty of the research is as follows:

according to the methodological approach, the economic meaning of the concept of "household service" is the full and reliable description of the household service in small business and the laws of its development, socio-economic processes, and the performance indicators of the small business providing household service in effective regulation. improved in terms of specificity;

The main parameters determining the composition of services according to the level of quality and importance of consumer market demand by household service enterprises of Namangan region are professional ($4.6 > H_{kasb} < 0.1$), regional ($4.8 > H_{hudud} < 0.08$), income ($5.5 > H_{income} < 0.2$) is based on provision according to the quantitative limits;

In Namangan region, it is based on improving the regulation of the household service industry, implementing an effective network policy, creating a register of household service enterprises in small businesses, and establishing a single information center for the household service industry to assess and determine the level of development;

Based on the econometric trend models of factors affecting the volume of household services in Namangan region, forecast indicators until 2027 were developed.

The scientific and practical significance of the research results.

specific features of the household service sector in small business are revealed; the system of statistical indicators of household service has been improved by developing the integration system of the development indicators of the field of household services in small business according to information and sources;

the system of indicators describing the development of the field of household services to the population was improved, including, in addition to statistical indicators, a group of indicators calculated based on the data obtained during consumer monitoring was developed.

Implementation of research results. Based on proposals and recommendations developed on ways to develop the field of household services in small businesses:

according to the methodological approach, the economic meaning of the concept of "household service" is the full and reliable description of the household service in small business and the laws of its development, socio-economic processes, and the performance indicators of small business providing household service in effective regulation. Its unique aspect was used in the preparation of the study guide "Small Business and Private Entrepreneurship" intended for students of higher educational institutions (the Decree of the Ministry of Higher Education, Science and Innovation of the Republic of Uzbekistan dated May 29, 2023 Order No. 232). As a result of the introduction of this scientific innovation into practice, students of higher educational institutions and future professionals will acquire new knowledge and skills on the theoretical basis of studying the specific aspects of the activity indicators of small businesses providing household services. formation is possible;

The main parameters determining the composition of services according to the level of quality and importance of consumer market demand by household service enterprises of Namangan region are professional ($4.6 > H_{kasb} < 0.1$), regional ($4.8 > H_{hudud} < 0.08$), According to the criteria of income ($5.5 > H_{income} < 0.2$), proposals for provision according to quantitative limits were made by the Chamber of Commerce and Industry of Uzbekistan "Territorial development of small business enterprises in Namangan region until 2026 program" (Reference No. 9/04-25-11258 of the Chamber of Commerce and Industry of Uzbekistan dated July 5, 2024). As a result of the use of this offer, it will be possible to increase the accuracy of the results of household services in the regions and to develop this industry by regions;

Proposals for improving the regulation of the household service industry in Namangan region, implementing an effective network policy, creating a register of household service enterprises in small businesses, evaluating and determining the level of development by establishing a single information center for the household service industry Used by the Chamber of Commerce and Industry of Uzbekistan (Reference No. 9/04-25-11258 of the Chamber of Commerce and Industry of Uzbekistan dated July 5, 2024). As a result of the use of the offer, it was possible to more effectively use the available opportunities and increase the economic efficiency of the household service sector in the regions by 12.0%, using the concept of socio-economic development of small businesses and private enterprises operating in Namangan region in 2021-2026;

Based on econometric trend models of factors affecting the volume of household services in Namangan region, forecast indicators until 2027 were used by the Chamber of Commerce and Industry of Uzbekistan (the Chamber of Commerce and Industry of Uzbekistan dated July 5, 2024, 9/04-25 - reference No. 11258). As a result of the implementation of this scientific innovation, it is possible to ensure mutual compatibility between the main indicators of the volume of household services in the regions in the long-term perspective.

Approval of research results. The results of the research were discussed at 5 international and 7 national scientific-practical conferences.

Publication of research results. 5 scientific articles, 1 foreign and 4 republican journals were published in scientific journals recommended to publish the main results of doctoral dissertations by the Higher Attestation Commission on the topic of the dissertation.

The structure and scope of the dissertation. The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of used literature and appendices, and the total volume is 120 pages.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I bo'lim (часть I; part I)

1. Xasanova Z.T. Kichik biznesni rivojlanishi va uni davlat tomonidan tartibga solish mexanizmlari// Yangi O'zbekiston iqtisodiyoti jurnali, 2023-yil, 5-maxsus soni. –B.189-193.

2. Xasanova Z.T. Maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi tadbirkorlikni xususiyatlari// Ta'lim tizimida ijtimoiy-gumanitar fanlar. 2023-yil 4-son-B 168-173. (08.00.00; №28)

3. Xasanova Z.T. Xizmat ko'rsatish sohasidagi tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish masalalari// Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi. 2023-yil 7/2-son. – B. 104-108. (08.00.00;№21)

4. Xasanova Z.T. Innovative development of household services// International Journal of Management and Economics Fundamental. Volume 03, Issue 11-2023, pages: 79-86. (ISSN – 2771-2257) (SJIF: 5. 705)

5. Xasanova Z.T. Maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish ko'rsatkichlarining kompleks tizimini qo'llash// “Oziq-ovqat va kimyo sanoatida innovatsion texnologiyalarni joriy qilish” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjuman materillat to'plami. –Namangan, NamMTI, 2023 yil 2-3 iyun. –B.206-209.

6. Xasanova Z.T. Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish sohasidagi tadbirkorlik// “Yangi O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish istiqbollari va xorij tajribasi” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallar to'plami. –Toshkent, TDIU, 2023. –B.606-609.

7. Xasanova Z.T. Xizmat ko'rsatish sohasida innovatsion tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish// “Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish va kambag'allikni qisqartirishda raqamli hamda innovatsion texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari (II qism). –Samarqand, SamISI, 2023-yil 20-22-may. –B.79-82.

8. Xasanova Z.T. Feature of entrepreneurship in the field of household services// “Scientific research and social problems” International Scientific and Current Research Conferences. 25 June 2023. USA, 2023. –P.38-42.

II bo'lim (часть II; part II)

9. Xasanova Z., Rashidov R. Aholi daromadini oshirishda oilaviy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlari. Monografiya. –Namangan: Arjumand mediya, 2023-yil. – 114 b.

10. Xasanova Z., Rashidov R., Adxamov X. The role of innovation in the development of small business and pravite entrepreneurship. Monografiya. –Namangan: Lambert Academic publishing, 2022-yil. – 106 b.

11. Xasanova Z.T. Bank kreditlaridan samarali foydalanish orqali oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish masalalari// Mashinasozlik ilmiy-texnika jurnali, 6-son. 2022. –B.808-815.

12. Хасанова З., Рашидов Р. Рол представлений работодателей в образовательной политике вузов// Экономика и социум. 2022 йил 12 (103)-сон. Част 12.

13. Xasanova Z., Rashidov R. Сами и ее рол в эканомике// “Globallashuv sharoitida tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirishning dolzarb masalalari” mavzusidagi xalqaro ilmiy anjuman materiallari to‘plami. 2022-yil 15-16-aprel. – Namangan, NamMTI, 2022. –B.44-46

14. Xasanova Z., Shermatov A. The need to organize a family business and its legal and economic basis// “Globallashuv sharoitida tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirishning dolzarb masalalari” mavzusidagi xalqaro ilmiy anjuman materiallari to‘plami. 2022-yil 15-16-aprel. –Namangan, NamMTI, 2022. –B.47-49.

15. Xasanova Z., Rashidov R. Hududlarning barqarorligini ta’minlashda oilaviy biznesni tutgan o‘rni// “Covid-19 pandemiyasidan keyin kichik va o‘rta qishloq xo‘jaligi, bog‘dorchilik va gulchilik biznesini shiddat bilan tiklash bo‘yicha innovatsion strategiyalar” mavzusidagi xalqaro ilmiy anjuman materiallari to‘plami. 2021-yil 27-may. –Namangan, NamMTI, 2021. –B.124-127.

16. Xasanova Z., Rashidov R. Issues of using bank credits in development of family entrepreneurship// “Covid-19 pandemiyasidan keyin kichik va o‘rta qishloq xo‘jaligi, bog‘dorchilik va gulchilik biznesini shiddat bilan tiklash bo‘yicha innovatsion strategiyalar” mavzusidagi xalqaro ilmiy anjuman materiallari to‘plami. 2021-yil 27-may. –Namangan, NamMTI, 2021. –B.127-131.

Avtoreferat Namangan muhandislik-texnologiya ilmiy jurnali tahririyatida
taxrirdan o'tkazildi va o'zbek, rus, ingliz tillaridagi mosligi tekshirildi.
(30.08.2024-yil)

Bosishga ruxsat etildi: 31.08.2024-yil.
Bichimi 60x84 ¹/₁₆, «Times New Roman» garniturasini.
Shartli bosma tabog'i 4. Adadi: 80. Buyurtma: №24/07

Namangan shahar Hamroh ko'chasi 71^A-uy.
"Yashin sanoat" bmaxonasida chop etildi.