

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК – ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ

Қўлёзма ҳуқуқида

Худойбердиев Абдумутал Абдуқодир ўғли

**МАВЗУ “ИҚТИСОДИЁТ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХИЗМАТ
КУРСАТИШ ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ
АХАМИЯТИ ВА АСОСИЙ ЙУНАЛИШЛАРИ”**

Мутахассислик: 5340100 – “Иқтисодиёт”

Бакалавр академик даражасини олиш учун

БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ

Илмий рахбар:

Иф.н. доцент Р. Исмоилов

Наманган – 2015

МАВЗУ “ИҚТИСОДИЁТ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХИЗМАТ КУРСАТИШ ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ АҲАМИЯТИ ВА АСОСИЙ ЙУНАЛИШЛАРИ”

КИРИШ

Битирув малакавий ишининг долзарблиги. Мамлакатимизда амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий ислохотлар натижасида барча соҳаларда бўлгани каби хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам қатор ижобий натижалар қўлга киритилди. Хизмат кўрсатиш соҳаси ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар ҳамда бозор иқтисодиётига ўтаётган мамлакатларнинг иқтисодиётида муҳим ўрин эгаллайди.

Хизмат кўрсатиш корхоналарнинг ривожланиши миллий иқтисодиётда аҳолининг иш билан бандлигини таъминлаш ва хизмат кўрсатиш хажмини ошириш орқали аҳолининг турмуш даражасини янада яхшилашга ижобий таъсир кўрсатади.

Ҳозирги пайтда хизмат кўрсатиш корхоналарини молиявий аҳволини яхшилаш уларда бошқарув жараёнини ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш масалалари муаммоли масалалар ҳиобланади. Бу муаммоли масалалар хизмат кўрсатувчи корхоналарнинг хўжалик фаолиятини самарали юритиш йўлида турган асосий назарий ва амалий муаммо ҳисобланади.

Мамлакатимиз Президенти И.Каримов ўзларининг чиқишларида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратиб, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2014 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ҳамда 2015 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган мажлисида шундай дейдилар: "Биз иқтисодиётимиз таркибида хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратишимиз лозим.

Ўз-ўзидан равшанки, хизмат кўрсатиш ва сервисга бўлган талабнинг изчил ўсиб бориши билан бу соҳа нафақат аҳолининг турмуш даражасини яхшилаш, энг зарур замонавий хизматлар кўрсатиш, балки одамларнинг биринчи навбатда, қишлоқ аҳолисининг бандлик муаммоларини ҳал қилишда муҳам роль ўйнаши керак. Шундан келиб чиққан ҳолда, биз хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улушини 2010 йилда 48-50 фоизга етказишимиз даркор" .

Юқоридагилардан шуни хулоса қилиб айтиш мумкинки, мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳаларида хизмат кўрсатиш даражаси ва сифатини оширишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Шу жиҳатдан ҳам мазкур мавзу бугунги кунда ўта долзарбдир.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Хизмат курсатиш инфратузилмасини шакллантиришнинг назарий ва методологик асослари хорижлик олимлар Ф.Котлер, Д.Кревенс, Ж.Ж.Ламбен, Дж.О'Шонесси, Е.Голубков, Дойль Питер ва бошқалар томонидан чоп этилган монография ва дарсликларда ишлаб чиқилган. Ўзбекистон иқтисодиётида хизмат курсатиш инфратузилмасини такомиллаштириш йўллари ишлаб чиқишнинг илмий-услубий асослари ва амалий жиҳатлари А.Ш.Бекмуродов, М.С.Қосимова, Г.Н.Ахунова, Ж.Ж.Жалолов, Н.Қ.Йўлдошев, А.Ўлмасов, М.Шарифхўжаев, Ф.Қ.Комилова, Д.М.Мухиддинов, М.А.Насриддинова, М.Р.Болтабоев ва бошқаларнинг илмий ишларида тадқиқ этилган.

Мамлакатимизда бозор ислохотларининг амалга оширилиши жараёнида тўпланган билимларни тизимга солиш, хизмат курсатиш инфратузилмасини шакллантириш масалалари долзарб аҳамият касб этмоқда. Бу ўз навбатида, хизмат курсатиш инфратузилмасини шакллантиришнинг илмий-методологик ва амалий жиҳатларини ишлаб чиқиш заруратини келтириб чиқармоқда.

Битирув малакавий ишининг мақсади ва асосий вазифалари. Битирув малакавий ишининг мақсади, жаҳон молиявий иқтисодий инқироzi шароитида хизмат курсатиш инфратузилмасини шакллантириш

йўналишларини ишлаб чиқиш ва илмий-амалий жиҳатдан асослашдан иборат.

Кўрсатилган мақсадга эришиш учун битирув малакавий ишида қуйидаги асосий вазифаларни ҳал этиш кўзда тутилган:

- Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хизмат кўрсатиш инфратузилмасини шакллантиришнинг назарий асосларини урганиш;
- "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамияти фаолиятини таҳлил қилиш;
- Хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш йўллари ва ривожлантириш истиқболларини кўриб чиқиш.

Битирув малакавий ишининг объекти ва предмети. Ишнинг объекти сифатида "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамияти танлаб олинди.

Битирув малакавий ишининг предмети бўлиб – жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида хизмат кўрсатиш корхоналари молия-хўжалик фаолияти ва уни такомиллаштириш юзасидан ижтимоий-иқтисодий муносабатлар мажмуаси ҳисобланади.

Битирув малакавий ишининг услубияти ва услублари. Тадқиқотнинг назарий ва услубий асоси бўлиб, Хизмат кўрсатиш корхоналари молия-хўжалик фаолияти ва уни такомиллаштириш муаммоларини назарий асосларини ишлаб чиқиш ҳисоланади. Битирув малакавий ишининг услубий асосини, Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Вазирлар Маҳкамаси қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Президенти ва Ҳукумати томонидан ўтказилаётган бозор иқтисодиётига ўтиш йўли ва иқтисодий сиёсати, бозор иқтисодиёти бўйича дунёга машҳур бўлган таниқли иқтисодчи олимлар ва мутахассисларнинг чет элда ҳамда Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги мамлакатларида нашр этилган асарлари асос бўлиб хизмат қилди.

Битирув малакавий ишининг натижаларини илмий жиҳатдан янгилик даражаси - Хизмат кўрсатиш корхоналаридаги муаммоларини ўрганиш, уларнинг афзалликлари ва камчиликларини таҳлил этиш асосида хизмат

кўрсатиш корхоналари фаолияти ва уни оширишга қаратилган илмий хулосалар ва тавсиялар ишлаб чиқилганлиги билан белгиланади.

Битирув малакавий ишининг натижаларини амалий аҳамияти.

Тадқиқотнинг амалий аҳамияти шундан иборатки, олинган жами назарий ва амалий натижалар хизмат кўрсатиш корхоналари учун методология ва мақсадга эришиш воситаси бўлиб қолади. Бу мақсадларнинг барчаси истеъмолчиларнинг эҳтиёжини қондириш ва максимал фойда олишга қаратилгандир. Пировард натижада корхона молиявий-иқтисодий ҳолати мустахкамланади, ижтимоий-иқтисодий муаммолар ҳал этилади.

Битирув малакавий ишнинг тузилиши ва таркиби. Битирув малакавий иши кириш, учта боб, хулоса ва таклифлар ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат.

Ишнинг кириш қисмида мавзунинг долзарблиги, муаммонинг ўрганилганлик даражаси мақсад ва вазифалари баён қилинган.

Ишнинг биринчи бобида Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хизмат курсатиш инфратузилмасини шакллантиришнинг назарий асослн.

Ишнинг иккинчи бобида эса, "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамияти фаолиятини таҳлил қилинган.

Ишнинг учинчи бобида хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш йўллари ва ривожлантириш истиқболларини кўриб чиқилган.

Ишнинг хулоса қисмида эса, фикрлар умумлаштирилиб асосий тавсия ва таклифлар келтирилган.

1-боб Иктисодиётни модернизациялаш шароитида хизмат курсатиш инфратузилмасини шакллантиришнинг назарий асослари.

1.1. Хизмат курсатиш инфратузилмасини шакллантиришнинг моҳияти, аҳамияти ва зарурлиги.

Мамлакатимизда олиб борилаётган ижтимоий-иқтисодий ислохотлар натижасида катор ижобий натижаларга эришилмоқда.

Хизмат курсатиш инфратузилмасини шакллантириш бўйича чора-тадбирлар ушбу жараёни жадал ривожлантиришга ёрдам бермоқда.

Хизмат кўрсатиш соҳаси – ижтимоий ишлаб чиқаришнинг моддий-буюмлашган кўринишга эга бўлмаган истеъмол қийматларини яратишга йўналтирилган соҳалари. У ўз ичига моддий хизматлар кўрсатиш (транспорт, алоқа, савдо, маиший хизмат ва бошқалар) ҳамда номоддий хизматлар кўрсатиш (ҳуқуқий маслаҳатлар бериш, ўқитиш, малака ошириш ва бошқалар)ни олади.

Хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш даражасини янада ошириш, аҳолига янги замонавий ва сифатли хизмат турлари кўрсатиш, иқтисодий ўсишни таъминлаш ва аҳоли, биринчи навбатда, қишлоқ жойларида бандлик масаласини ҳал этишда хизматлар кўрсатиш соҳасининг ролини кучайтириш мақсадида бир қатор ишлар амалга оширилмоқда. Бунга Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 21 майда “Ўзбекистон Республикасида 2015 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” қабул қилинган 640-сонли қарорини келтириб ўтишимиз мумкин. Ушбу қарорда Ўзбекистон Республикасида 2015 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга

оид қўшимча чора-тадбирлар, амалга ошириладиган ишлар тўғрисида батафсил тўхталиб ўтилган. Дастур асосида янги иш ўринларини яратиш бўйича ижтимоий муаммолар ҳал этилди. Натижада 2010 йилда хизмат кўрсатиш соҳасида 214.3 минг янги иш ўринлари яратилди, режа бўйича эса 206,8 минг иш ўринлари яратилиши белгиланган эди.

Умумий овқатланиш ва савдо хизматлари даражасининг 115,7% ўсиши, чакана савдо айланмасининг 114,7% га ўсишига, дўконларнинг, айниқса қишлоқ жойлардаги ва аҳоли пунктидан узоқда жойлашган дўконларнинг маҳсулотлар билан таъминланишига, шунингдек, янги савдо инфраструктурасини ташкил этилишига олиб келди.

Тахлил этилаётган жорий йилда 3584 чакана савдо корхоналари ташкил этилди, 821 та башорат қилинган эди. Жумладан, 2062 та корхона қишлоқ жойларда ташкил этилди (башорат бўйича 579 та). 2010 йилда 689 та умумий овқатланиш корхоналари ташкил этилди, шулардан 497 таси қишлоқ жойларда ташкил этилди, 302 та эса башорат қилинган эди.

Комплекс хизматларни ривожлантиришга шарт-шароитлар яратиш мақсадида “Гузар” шаклида 59 та савдо-маиший мажмуалари ташкил этилди, башорат бўйича 31 та эди, шу жумладан 43 та мажмуа қишлоқ жойларда ташкил этилди, башорат бўйича эса 24 та. Бу эса қишлоқ аҳолисининг хизмат кўрсатишга бўлган талаб даражасини янада ошишига олиб келди.

Сервис ва хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастурини бажариш жараёнида республика, вилоят ва вилоятлараро ихтисослаштирилган улгуржи-савдо базаларини ташкил этиш бўйича амалий тадбирлар амалга оширилди, уларнинг фаолияти ва ҳом ашё таъминоти йўлга қўйилди. Республика ихтисослаштирилган улгуржи-савдо базаларига минтақавий (вилоят, вилоятлараро ва туманлараро) базаларни шаклантиришда ва уларга юклатилган вазифаларни бажаришида ёрдам кўрсатилди.

Жумладан, Президент Ислом Каримовнинг 2014йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2015 йилга мўлжалланган

энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасида ҳам ушбу соҳада эришилаётган ютуқларга алоҳида эътибор қаратган.

Барчамизга аёнки, хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётимизни барқарор ривожлантиришнинг энг муҳим манбаи ва омили ҳисобланади. Жаҳон тажрибаси бугун айнан ушбу соҳа ялпи ички маҳсулотни шакллантириш, аҳоли бандлигини таъминлаш, одамларнинг фаровонлигини оширишда етакчи ўрин тутишини кўрсатмоқда.

2014 йилда бозор хизматлари кўрсатиш ҳажми 15,7 фоизга ўсди, уларнинг ялпи ички маҳсулот таркибидаги улуши эса 53 фоиздан 54 фоизга ошди. Бугунги кунда иқтисодиётда банд бўлган аҳолининг 50 фоиздан ортиғи ушбу тармоқда меҳнат қилмоқда. Ҳар йили яратилаётган янги иш ўринларининг, авваламбор, касб-ҳунар коллежлари битирувчилари учун ташкил этилаётган иш ўринларининг учдан бир қисмидан кўпроғи айнан мазкур соҳа ҳиссасига тўғри келмоқда.

Бу борада хизматлар таркиби ҳам тубдан ўзгариб бораётганини таъкидлаш жоиз. Мобиль алоқа, юқори тезликда ишлайдиган интернет, кабелли телевизион алоқа, масофавий банк хизматлари, қишлоқ хўжалиги техникаси, автомобиллар ва технологик ускуналарни таъмирлаш ва уларга хизмат кўрсатиш каби замонавий юқори технологиялар асосидаги хизмат турлари аҳоли ўртасида тобора оммалашиб бормоқда.

Сўнгги беш йилда анъанавий маиший ва коммунал хизматлар улуши 16 фоиздан 9,5 фоизга тушди, юқори технологиялар асосидаги хизматлар улуши эса 21,2 фоизга қадар кўтарилди.

Юқори технологияларга асосланган хизматлар орасида кейинги йилларда алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари бошқа соҳаларга нисбатан жадал ривожланаётганини алоҳида таъкидлаш жоиз. Ушбу хизматлар ҳажми сўнгги беш йилда 3,3 баробар, ўтган йили эса 24,5 фоизга ўсди.

Иқтисодиётимиз ва жамиятимиз ҳаётида ахборот-коммуникация технологияларининг алоҳида ва муҳим ўрин тутишини ҳисобга олиб, 2013

йилда 2013-2020 йилларда Ўзбекистон Республикасининг Миллий ахборот-коммуникация тизимини ривожлантириш комплекс дастури қабул қилинди. Ушбу дастур доирасида амалга оширилаётган лойиҳалар 2014 йилда мамлакатимизда барча автомат телефон станцияларини рақамли тизимга ўтказишни яқунлаш учун замин яратди. Бу эса халқаро ахборот тармоқларидан фойдаланиш тезлигини сезиларли даражада ошириш имконини берди.

Аҳоли, жумладан, мамлакатимизнинг олис ҳудудларида яшаётган аҳолининг ахборот-коммуникация технологиялари хизматларидан фойдаланиш имкониятини кенгайтириш масаласига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Масалан, 2014 йилда юртимизда, хусусан, Қўнғирот, Бойсун, Узун, Мўйноқ каби олис туманларда 2 минг километрдан зиёд оптик толали алоқа тармоқлари барпо этилди.

Мамлакатимизда интернетдан фойдаланувчилар сони йил сайин кўпайиб бормоқда. Бугунги кунда улар 10 миллион 200 минг кишидан ошди ёки мамлакатимиз аҳолисининг учдан бир қисмини ташкил этмоқда. Республикамизда интернетнинг ўтказувчанлик даражаси 4 баробар оширилди, интернетга уланиш тезлиги эса 1,5 марта ортиди. Шу билан бирга, ундан фойдаланиш нархи 2013 йилга нисбатан 11,6 фоизга камайдди.

Ўтган йили 500 дан ортиқ янги базавий мобиль алоқа станциялари ўрнатилиши ҳисобидан алоқанинг ушбу замонавий, юқори технологияларга асосланган тизими абонентлари сони қарийб 20 миллион кишини ташкил этди, уларга кўрсатилаётган хизматлар ҳажми қарийб 26 фоизга кўпайди.

Айни пайтда қишлоқ жойларда хизматлар соҳаси ҳали-бери етарлича ривожланмаганини ҳам айтиш жоиз. Қишлоқда аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар кўрсатиш ҳажми шаҳардагидан ҳали-ҳамон сезиларли даражада ортида қолмоқда. Айни пайтда қишлоқ жойларда алоқа хизмати, банк-молия ва коммунал хизматлар соҳасини ривожлантириш учун катта салоҳият мавжудлигини ҳам унутмаслик даркор.

Ўтган йили хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасида 13,4 фоиз ўсишга эришилди, сўнгги ўн йилда эса аҳолига кўрсатилган пуллик хизматлар ҳажми, киши бошига ҳисоблаганда, қарийб 20 баробар ошди. Биз бу борада мобил алоқа, интернет, видеотелефон тизими, рақамли телевидения, замонавий банк хизматлари, лизинг, суғурта, аудит, инжиниринг ва бошқа замонавий хизмат турларини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратмоқдамиз.

1.2. Хизмат кўрсатиш соҳасини миллий иқтисодиётда тутган ўрни.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов таъкидлаб ўтганларидек, хизмат кўрсатиш соҳасини янги сифат даражасига кўтариш асосида қишлоқ аҳолисини, аввало ёшларни иш билан таъминлаш, фуқароларнинг даромадларини ва турмуш даражасини ошириш давлат дастурининг асосини ташкил этади¹

Кўпчилик хизматлар, масалан, туризм ривожланиши билан комплекс равишда таклиф қилиниши ҳисобга олинади.

Ривожланган хорижий мамлакатларда хизмат кўрсатиш тизимининг ялпи ички маҳсулотдаги ҳиссаси 60-80 фоизга тенг. Фақат шугина эмас. Хизматлар бозорида иқтисодиётда банд аҳолининг салкам 70 фоизи ишласа, аҳолининг истеъмол харажатлари таркибида эса ушбу соҳа 50-60 фоизни ташкил этади. Шунинг учун бизда ҳам мамлакат миқёсида хизмат кўрсатиш ва сервис тармоғини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Кейинги беш йил ичида унинг ялпи ички маҳсулот таркибидаги улуши 38,5 фоиздан ошгани, хусусан, транспорт ва алоқа тармоқлари бўйича хизмати кўрсатиш ҳажми 1,5 баравар, суғурта хизматлари 5 марта, лизинг операциялари қарийб 6 марта, аудиторлик хизмат кўрсатиш, пул билан ҳисоблаганда, 9 марта ўсгани шундан далолат беради. Айниқса, кейинги йилларда телекоммуникация алоқаси ва молия-банк тизимида хизматларнинг янги турлари тез суръатлар билан ривожланаётгани қувонарли ҳолдир.

¹ Б.Ходиев ва бошқалар. «ЖАҲОН МОЛИЯВИЙ-ИҚТИСОДИЙ ИНҚИРОЗИ, ЎЗБЕКИСТОН ШАРОИТИДА УНИ БАРТАРАФ ЭТИШНИНГ ЙЎЛЛАРИ ВА ЧОРАЛАРИ» номли асарини ўрганиш бўйича ЎҚУВ ҚЎЛЛАНМА ТОШКЕНТ 2009й 70 Б.

2006 йил 17 апрелда Президентимизнинг "Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори қабул қилингани айтиш мумкин бўлди. Бу ҳужжатнинг аҳамияти шундаки, унда тармоқдаги кимчиликлар рўй-рост очиб ташланди ҳамда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари аниқ белгилаб берилди. Ушбу йўналишлар куйидагилардан иборат.

Аввало, тармоқда тадбиркорларнинг фаоллиги янада кучайтирилади. Бунинг учун уларга қулай шароитлар яратилиб (тадбиркорларга имтиёзли кредитлар ажратилади, хизматлар кўрсатаётган юридик шахслар эса 2006 йил 1 апрелдан бошлаб уч йил муддатга даромад (фойда) солиғи ва ягона солиқ тўлашдан озод этилади), бу борадаги расмийлик тўсиқларига барҳам берилади. Натижада 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган аҳоли сони 1,6 марта кўпайтирилади, хизматлар ҳажмининг юқори суръатларда ўсишини таъминлаш ҳисобига тадбиркорларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 49 фоизга етказилади.

Белгиланган давр ичида, шунингдек, қишлоқ жойларда коммунал-маиший, уй-жойларни таъмирлаш ва қуриш, сувдан фойдаланиш, ветеринария, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини тайёрлаш ва машина-трактор парклари соҳасидаги хизматлар ҳажми ва турлари ошириб борилади; юридик, консалтинг, банк, молия, суғурта, лизинг ва баҳолаш каби янги истиқболли хизмат турлари жадал ривожлантиралади; мамлакатимиз корхоналарининг халқаро бозордаги хизматлари ва уларнинг сифатини ошириш асосида хизматлар экспорти кўпайтирилади; хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасида ишлайдиган кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш масаласи ҳар томонлама қўллаб-қувватланади.

Бундан ташқари, Қарорга қўра, хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини 2006-2010 йилларда ривожлантириш Дастурининг асосий кўрсаткичлари ва тадбирлари тасдиқланди. Бу Дастурга мувофиқ эса, тармоқ ва ҳудудий дастурлар қабул қилинади.

Республикаимизда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришда янги босқич бошланди. Бу борада белгиланган дастурларнинг ижроси туфайли эса тармоқнинг иқтисодийётадаги улуши янада ортади, унда банд бўлганлар сони кўпаяди, шу асосда аҳоли даромадларини ошириш, ички истеъмол бозорини замонавий, ҳар хил сифатли хизмат турлари билан тўлдириш имкони яратилади.

Мамлакатимизда 2005-2010 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантиришнинг асосий жиҳатлари асосан 5 йил мобайнида хизматларни ўсиш суръати 2,1 бараварни, шу жумладан қишлоқ жойларда 2,4 бараварни, шу соҳада банд бўлган аҳоли қарийб 1,5 марта кўпайишини алоҳида таъкидла жоиздир.

Ф. Котлер хизматларнинг асосий хоссаларига, яъни ҳис қилиб бўлмаслик, ўз манбасидан ажратиб бўлмаслик, сифатининг беқарорлиги ва сақланмаслиги каби хоссаларига ўз эътиборини қаратганлигини сезиш қийин эмас. Бундан ташқари хизмат қуйидаги хусусиятларга эга эканлиги таъкидланади:

- хизматлар уларни ишлаб чиқармайдиган кишилар учун фойдалиликка эгадирлар;
- фаолият турлари билан айирбошлаш жараёнида фойдали бўлади (бу кўпинча товар шаклига эга хизматлар учун тааллуқлидир);
- кўпинча утилитар характерга эга бўлади, яъни кўпинча инсоннинг ҳаёт фаолияти ва ишлаб чиқаришнинг умумий шароитларини таъминлаш билан боғлиқ бўлади.

Хизматларнинг энг сўнгги хусусияти уларнинг иқтисодий табиатини тавсифлашнинг асоси қилиб олинган ва буни М.Стойнова ва М.Стойновлар изоҳли - иқтисодий ва молиявий луғатда қуйидагича таърифлайдилар: *"Бирор бир мулкка мулк ҳукукини бермасдан индивидуал ва жамоа эътиёжларини қондиришга кўмаклашишидир"*. Бунда биринчи бор эътибор берилганда ноаниқликка йўл қўйилади, чунки абсолют қимматдорликка эга бўлган, яъни

Ўз қимматдорлигига эга хизматлар (кўпчилик санъат ва маданият асарлари ва ҳ.к.) эътибордан четда қолдирилади.

Хизматларнинг кенг ва тўлиқ рўйхати берилганда ушбу тушунмовчиликка барҳам берилади. *Хизматларнинг кенг ва тўлиқ рўйхати* куйида келтирилади:

- хонадон хизматлари шаклида бўлган қадимий хизмат тури шахсий хизматга киради ва диверсификациялашган бўлади (сартарошлар);
- махсус билимларни талаб қилувчи меҳнат асосидаги интеллектуал хизматлар;
- соғлиқни сақлаш, маориф ва дам олиш (спектакллар) соҳаларига тааллуқли бўлган хизматлар;
- уй-жойларни фойдаланишга бериш, ушбу тоифага меҳмонхоналар ва ресторанларни ушлаб туриш бўйича фаолиятни ҳам киритиш мумкин;
- алоқа воситалари (транспорт, почта ва телекоммуникацияларнинг ишлаши ва инфраструктураси);
- молиявий хизматлар (кредит, банклар, суғурта ташкилотлари томонидан таклиф этилаётган бошқа хизматлар);
- жамият ҳимоясини таъминловчи ва жамият аъзолари ўртасидаги муносабатларда тартибни сақлаш (мамлакат мудофааси, милиция, маҳаллий ва миллий даражадаги умумий бошқарув) умумий хизматларга киради; «давлат хизматларининг ушбу ядросининг моҳияти шундан иборатки, давлат ҳукумати уларни ташкил этиши, бошқариши ва уларни фаолият кўрсатишини таъминлаши лозим.

В.Д.Маркова хизматларнинг *беши*та турини ажратиб кўрсатади :

1. Ишлаб чиқариш хизматлари - инженеринг, лизинг, ускуналарга хизмат кўрсатиш (таъмирлаш ва ҳ.к.);
2. Тақсимлаш хизматлари - савдо, транспорт, алоқа;
3. Касбий хизматлар - банклар, суғурта, молиявий, маслаҳат, реклама ва бошқа фирмалар;

4. Истеъмол (оммавий) хизматлари уй хўжалиги ва вақтни ўтказиш билан боғлиқ бўлади ;

5. Ижтимоий хизматлар - телевидение, радио, маориф, маданият.

Халқаро савдода хизматларнинг қуйидаги турлари эътиборга олинади:

- фрахт, суғурта, порт йиғимлари ва хизматлари;
- бошқа транспорт хизматлари;
- туризм;
- бошқа хизматлар.

Хизматларнинг шакли ва кўрсатиш услубларининг ассортиментининг доимо янгиланиб бориши натижасида хизматларни изоҳлаб бериш олдиндан истиқболсиз ҳисобланади. Хизматларни туркумлашнинг қуйидаги умумий белгилари, яъни иқтисодий табиати, ишлатилиши, тарқалиш соҳаси, тижоратланиши даражаси, ташкилий шакли, ишлаб чиқариш усули, абстракция даражаси, легитимлиги ва ҳоказолар 1.1.1-жадвалда келтирилган.

1.1.1 -жадвал

Хизматларининг туркумланиши

Туркумлаш белгиси	Хизматлар тури
Иқтисодий табиати	Абсолют Утилитар
Қайси мақсадда ишлатилиши	Шахсий Жамоа
Тарқалиш соҳаси	Ишлаб чиқариш соҳаси Ноишлаб чиқариш соҳаси
Тижоратланиш даражаси	Тижорат Нотижорат
Ташкилий шакли	Давлат Нодавлат
Ишлаб чиқариш усули	Соф Аралаш
Абстракция даражаси	Идеал Реал

Легитимлиги	Легитимли Нолегитимли
Экстернализм	Ижтимоий неъматлар Хусусий неъматлар

Манба: Муаллиф томонидан тайёрланган

Хизматларни абсолют ва утилитар каби турларга фарқлаш уларнинг иқтисодий табиатидан келиб чиқди. У ёки бу хизматнинг ўз қимматдорлиги унга абсолют қимматдорлик характери беради (масалан, аниқ бир артистнинг чиқиши). Шу даврда утилитар хизматлар фақат ишлаб чиқариш эҳтиёжларини (масалан, таъминот, сотиш ва ҳ.к.) ҳамда ноишлаб чиқариш эҳтиёжларини (масалан, уй-коммунал хўжалиги хизматлари ва ҳ.к.) қай даражада қондириши ҳолатидагина зарур бўлади.

Қай мақсадда ишлатилишига кўра хизматлар шахсий ва жамоа хизматларига бўлинади. Бунда равшанки, кўпчилик хизматлар айрим кишилар учун (масалан, аниқ бир кишини ўқитиш бўйича хизматлар) ёки маълум бир жамоа учун (масалан, талабалар аудиториясидаги маърузаси хизматлари) бўлиши мумкин.

Хизматларнинг энг кенг тарқалган соҳалари бўлиб, ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш соҳалари ҳисобланади. Шунинг учун хизматларни ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш соҳаларига туркумланишини кўпроқ учратиш мумкин. Қоидага кўра ишлаб чиқариш соҳасида хизматлар ишлаб чиқариш характериға эға бўлади (юкларни ташиш, хўжалик коммуникациялари ва ҳ.к.).

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида хизматларнинг тижоратлашувига катта эътибор берилади. Бундан келиб чиқиб, хизматларни тижорат ва нотижорат турларига бўлиш мумкин. Тижорат хизматлари товар характериға эға бўлади ва фойда олиш мақсадида ёки бошқа иқтисодий жиҳатдан манфаат олиш мақсадида ишлаб чиқарилади.

Нотижорат хизматлари иқтисодий-сиёсий, ижтимоий-ахлоқий ва бошқа фикрларға асоан тижоратлашувига мумкин эмас. Аҳоли турмуш даражасининг

Ўсиши билан тижорат характеридаги хизматларнинг салмоги ошиб боради, бу эса истеъмолчиларнинг тўловга қодир талабига мос ҳолда хизмат кўрсатиш даражасини табақалаштириш имконини беради.

Ишлаб чиқаришни ташкил этиш шаклига кўра хизматлар шартли равишда икки гуруҳга бўлинади: давлат ва нодавлат хизматлари. Ушбу ҳолда "давлат" атамаси фақат мулк шакли учунгина эмас, балки давлат муассасалари ва корхоналари томонидан хизматларни ишлаб чиқаришнинг ташкилий шакллари ҳам тавсифлайди. Кўпинча давлат хизматларини (масалан, мудофаа, жамоат хавфсизлиги ва бошқалар) давлатдан бошқа ҳеч қайси томон кўрсата олмайди. Буни эътиборга олган ҳолда бошқа барча хизматларни ишлаб чиқарувчиларнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклидан, мулк шаклидан ва хизматларнинг истеъмолчиларидан қатъий назар нодавлат хизматларига киритилади.

Хизматларни ишлаб чиқаришнинг барча маълум бўлган усуллари икки гуруҳга бўлиш мумкин: тоза ва аралаш. Хизматларни тоза ишлаб чиқариш деганда, уларни шундай ташкил этиш тушуниладиги, бунда хизматларни ишлаб чиқариш ишлаб чиқарувчи фаолиятининг мутлақ шакли бўлади (ихтисослашган хизматларни ишлаб чиқариш).

Товар моддий бойликларига ҳамроҳ бўлувчи хизматлар, аниқроқ "реал товарни" "тўлдирилган товарга" айнатирувчи хизматлар аралаш хизматлар дейилади. Бунга мисол қилиб, товарларнинг истеъмол хоссаларини етарлича оширувчи сотишдан олдинги ва сотишдан кейинги хизматларни кўрсатиш мумкин.

Абстракция даражасига кўра хизматлар идеал ва реал турларга бўлинади. Хизматларнинг ушбу туркумланиш белгисида сифатнинг беқарорлиги каби хизматларнинг хоссасини кўриш мумкин.

Фақатгина идеал хизматларгина тўлалигича стандартлаштирилшии мумкин. Реал кўринишдаги хизматлар доимо оригинал бўлади, чунки улар ижрочилар бўйича (ишлаб чиқарувчилар бўйича), истеъмолчилар бўйича (харид

килувчилар), тақсимот каналлари ва бошқалар бўйича индивидуллашган бўлади.

Хизматларнинг легитимлиги даражаси жамиятнинг ижтимоий-сиёсий тузилишига кўпроқ боғлиқ бўлади. Маъмурий буйруқбозлик хўжалик юритишида нолегитим бўлган хизматлар (масалан, тижорат чайқовчилиги) бозор иқтисодиётида легитим бўлади (эркин савдо). Иқтисодий ривожланиш, сиёсий демократлашиш ва аҳолининг ҳуқуқий нги даражаси қанчалик юқори бўлса, нолегитим хизматларнинг тарқалиш соҳалари шунчалик кам бўлади.

Кўпчилик давлат, нотижорат хизматлари экстернамияларга (ташқи таъсир) эга бўлади. Бу ҳолнинг мавжудлиги уларни хусусий неъмат сифатида қарашга йўл қўймайди.

Ижтимоий неъматлар сифатида хизматлар қуйидагича тавсифланади:

- бир бутунлик, яъни уларни айрим шахсларга кўрсатиб бўлмаслик;
- ажратиб бўлмаслик, яъни индивидни ушбу хизматлардан фойдаланиш жараёнидан ажраби бўлмаслик;
- ушбу турдаги хизматларни истеъмол қилишни маъёрлашнинг мураккаблиги.

Юқорида қайд этилган хизматларни туркумлаштириш, гуруҳлаштиришидан ташқари уларни моддий (моддий эҳтиёжларни қондириш билан тўғридан-тўғри ёки билвосита боғланган) ва номоддий (маънавий эҳтиёжларни қондириш билан боғлиқ бўлган, оддий (стандарт) хизмат кўрсатиш ва мураккаб (комплекс хизмат кўрсатиш), фаол ва пасив, кўнгилли ва мажбурий ва ҳоказоларга табақалаштириш мумкин.

Моҳияти бўйича тавсифномаларни, кўплигини эътиборга олган ҳолда хизматларни фойдали самараси буюм шаклида эмас, балки фаолият шаклида инсонга ёки буюмга қаратилган меҳнат маҳсули сифатида қараш мумкин. Бунда хизматларга қуйидагича таърифлар бериш мумкин:

- ҳис қилиб бўлмаслик, манбаидан ажратиб бўлмаслик, сифатиинг беқарорлиги, сақланмаслиги каби ўзига хос хусусиятларга эга бўлган меҳнат маҳсули сифатида;
- инсон ёки буюмга қаратилган фаолият. Бошқача қилиб айтганда, хизмат, уни ишлаб чиқариш жараёнида мавжуд бўлади ва инсон ёки буюм томонидан истеъмол қилинади;
- ўзига хос файдали нарсаларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш жараёни бўлиб, қоидага қўра уларни яратиш табиат буюмини ўзгартириш билан боғлиқ бўлмайди ва шу вақтнинг ўзида инсон ҳаёти фаолияти характериини ҳамда буюмларни фойдалилигини ўзгартира олади.

Бозор муносабатларига ўтиш шароитида ялпи ички маҳсулотни ишлаб чиқаришда хизматларнинг роли юқоридир.

Яқин кунларгача хизматлар соҳасини ноишлаб чиқариш соҳаси билан бир хил деб ҳисоблашар эдилар ва бу соҳага қуйидаги соҳаларни киритишар эдилар:

- уй-жой коммунал хўжалиги ва аҳолига маиший хизмат кўрсатиш;
- ноишлаб чиқариш соҳаси ва аҳолига транспорт ва алоқа хизматини кўрсатиш;
- геология ва ер ости бойликларин қидириш (нефть ва табиий газни чуқур қидириш ва бурғулашдан ташқари);
- соғлиқни сақлаш, жисмоний тарбия ва ижтимоий таъминот;
- маориф;
- маданият ва санъат;
- молия-кредит ва суғурта хизмати;
- бошқариш;
- жамоат ташкилотлари ва ҳоказолар.

Натижада хизматлар соҳасидан юк транспорти ва алоқа, савдо ва умумий овқатланиш, туризм ҳамда меҳмонхона бизнеси чиқариб ташланган эди. Ф.Котлернинг таъкидлашича, *"Хизматлар соҳаси тармоқлари ниҳоятда турли-туман"*. Хизмат кўрсатиш соҳасига давлат сектори ўз судлари, меҳнат

биржалари, касалхоналари, ссуда, милиция, ёнғинга қарши хавфсизлик хизмати, почта, тартибга солиш органлари ва мактаблари билан хусусий нотижорат сектори, ўз музейлари, хайр-эҳсон ташкилотлари, масжидлари, коллежлари, жамғармалари ва касалхоналари билан киради. Хизматлар соҳасига тижорат секторининг авиакомпаниялари, банклари, компютери, хизмат кўрсатиш бюrolари, меҳмонхоналари, суғурта компаниялари, юридик фирмалари, бошқарув бўйича маслаҳат фирмалари, хусусий фаолият юритувчи шифокорлар, кинофирмалар, сантехника таъмири бўйича фирмалар, кўчмас мулкни сотувчи фирмалар ҳам киради.

Хизматлар соҳасини бунчалик кенг тавсифланишига қарамай, Ф.Котлер хизматлар соҳаси фақат юқорида келтирилган соҳалар билан чекланмайди деб таъкидлайди ¹¹.

Хизматлар соҳасини батафсил таърифлашга Ловелок уриниб кўрган ва уни В.Д.Маркова ўз баёнида қуйидагича келтириб ўтган (1.1.2-жадвал).

1.1.2 -жадвал

Хизматларни туркумлаш асослари

<i>Хизматларнинг асосий синфлари</i>	<i>Хизмат соҳалари</i>
1. Инсон танасига йўналтирилган сезилувчи ҳаракатлар	Соғлиқни сақлаш, йўловчи транспорти, гўзаллик салонлари ва сартарошхоналар, спорт муассасалари, ресторан ва қаҳвахоналар
2. Товарларга ва бошқа жисмоний объектларга йўналтирилган сезилувчи ҳаракатлар	Юк транспорти, ускуналарни таъмирлаш ва уларга қараш, қўриқлаш, тозаликни ва тартибни сақлаш, кир ювиш, кимёвий тозалаш, ветеринария хизматлари
3. Инсон онгига йўналтирилган ҳис этиб бўлмайдиган ҳаракатлар	Таълим, радио, телевидение кўрсатуви, ахборот хизматлари, театрлар, музейлар
4. Ҳис қилиб бўлмайдиган активлар билан ҳис қилиб бўлмайдиган ҳаракатлар	Банклар, юридик ва маслаҳат хизматлари, суғурта, қимматбаҳо қоғозлар билан операциялар

Манба: Муаллиф томонидан тайёрланган

1.1.1-расм



Манба: Муаллиф томонидан тайёрланган

1.1.1-расм. Инсоннинг ҳаёт фаолиятида асосий соҳаларининг принципиал модели

Ушбу моделдан қўйидагиларни таъкидлаш мумкин:

- институционал соҳа ҳокимиятининг юқори органларидан тортиб, то қуйи органларини, яъни маҳаллий ўз-ўзини бошқаришгача бўлган барча давлат бошқарув органларини ўз ичига олади;
- ишлаб чиқариш соҳаси моддий неъматларни ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг барча шакллари ўз ичига олади;
- ижтимоий соҳа инсонларнинг ижтимоий эҳтиёжларини қондиришнинг барча турли-туман усуллари ўз ичига олади;
- хизматлар соҳаси турли-туман хизматларни ишлаб чиқаришнинг барча турларини ўз ичига олади.

Шундай қилиб, хизматлар соҳасини турли-туман хизматларни ишлаб чиқиш билан банд бўлган корхоналар, муассасалар, ташкилотлар ва фаолият турлари мажмуаси сифатида аниқлаш мумкин. Бозор иқтисодиётида хизматлар соҳаси бозор ва бозордан ташқари соҳаларни ўз ичига олади. Хизматлар соҳасининг бозор соҳасини хизматлар бозори ташкил этади. Хизматлар соҳасининг бозордан ташқари соҳасини аҳолига давлат ва нотижорат хизматлари тизими ташкил этади.

Е.В.Песоцкаянинг фикрича, хизматлар бозорининг ўзига хос жиҳатлари қуйидагилардан иборатдир:

- хизматлар сифатининг беқарорлиги ва сақланмаслиги каби хусусиятлари билан боғлиқ бўлган бозор жараёнларининг юқори динамиклиги;

- хизматлар соҳаси ишлаб чиқариш фондларини қатъий ҳудудий бириктириб қўйиш билан кўпинча аниқланадиган ҳудудий сегментация (йўллар, омбор мажмуалари ва ҳ.к.);
- хизматларни ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнларининг макон ва замонда узлуксизлиги билан изоҳланадиган, хизматларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилишнинг локал характери в.х.к.
- хизматлар соҳасига инвестиция қилинган капитал тузилмасида айланма капитал ролининг устуворлиги билан аниқланадиган, капиталнинг юқори айланиш тезлиги;
- бозор конъюнктураси ўзгаришларига бўлган юқори сезгирлик. Бу ҳолат хизматларнинг икки хоссаси билан тушунтирилади, яъни, жамланмаслиги ва нисбатан утилитар характери билан (хизматларнинг товар-моддий бойликлар ишлаб чиқаришига боғлиқлиги);
- хизматлар соҳасида кўп микдорда кичик ва ўта кичик корхоналарнинг мавжудлиги билан ифодаланадиган хизматларни ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятлари;
- хизматларни ишлаб чиқарувчилар ва истеъмол қилувчилар орасидаги шахсий алоқалар билан ифодаланадиган хизматлар кўрсатиш жараёнининг ўзига хос хусусиятлари;
- хизматларни ишлаб чиқаришнинг индивидуаллашуви ва истеъмолнинг шахслашуви билан боғлиқ бўлган хизматларнинг юқори даражада табақаланиши;
- хизматлар кўрсатиш бўйича фаолият натижасини ноаниқлиги. Хизматларни кўрсатишнинг давлат сектори соф ижтимоий неъмат бўлган хизматларни ишлаб чиқариш билан чекланмайди. Давлат хизмат кўрсатиш нормативлари ва бошқа хизматларини ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш бўйича тартибга солувчиларни ўрнатиш орқали хизматлар соҳасига фаоли таъсир кўрсатади.

В.Д.Маркова хизматлар соҳасини тартибга солишнинг уч даражсини кўрсатади : миллий, икки томонлама ва кўп томонлама. ЮНКТАД (БМТ нинг

савдо ва ривожланиш бўйича конференцияси) экспертлари миллий иктисодиётни тартибга солишнинг олти асосий йўналишини ажратиб кўрсатишади ва улар қуйидагилардан иборатдир:

1. Мамлакат тўлов балансини яхшилаш мақсадида хорижий валюта билан операцияларни чеклаш бўйича чора-тадбирлар: валюталарни айирбошлашнинг маълум қоидалари, хорижга олиб чиқиладиган суммани чеклаш, хорижий валютадаги тўловларни кечиктириш.
2. Миллий ишлаб чиқарилаётган хизматларни, яъни транспорт, алоқа ва бошқа соҳаларни истеъмолини кенгайтиришга йўналтирилган давлат харид тизими.
3. Ички ва ташқи бозорларда хизматларнинг рақобатбардошлигини ошириш мақсадидаги имтиёзлар (субсидиялар, имтиёзли кредитлар, имтиёзли солиққа тортиш) бериш йўли билан миллий хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантиришни ҳукумат томонидан рағбатлантирилиши.
4. Иқтисодиётнинг маълум бир миллий тармоқларини (суғурта, банк иши, реклама, бухгалтерия ҳисоби, кинолойиҳа ва ҳ.к.) мустахкамлаш мақсадида тўғридан-тўғри хорижий капитал қўйилмаларни чекловчи қоралар.
5. Хорижий фирмаларга хорижий ишчиларни ёллашни чеклаш.
6. Хорижий корхоналарни табақаланган солиққа тортиш.

Икки мамлакат ўртасидаги хизматлар билан халқаро айирбошлашда хизматларни икки томонлама тартибга солиш ўзаро мувофиқлаштирилган чекловларни ўрнатишга (протекционизм) ва ўзаро манфаатли имтиёзларга (фритредерли) асосланади. Бундай келишувлардаги асосий тамойил - икки томонлама хизматларни тартибга солишда иштирок этаётган учинчи томонга зиён етказмасликдир.

Хизматлар соҳасини кўп томонлама тартибга солишда икки йўналиш мавжуддир:

- 1) кенг қамровли халқаро ташкилотлар ХСТ, ЮНКТАД миқёсида келишувларни ишлаб чиқиш;
- 2) махсус ҳукуматлараро ташкилотлар - Халқаро фуқаро авиациси

ташкilotи (ИКАО), Халқаро денгиз ташкilotи (АМО), Халқаро туристик ташкilotи ва ҳоказолар миқёсида келишувлар ва конвенцияларни ишлаб чиқиш.

Хизматлар соҳасининг алоқаси унинг ривожланишининг ҳудудий жиҳатларига қизиқишини янада кучайтиради.

Хизматлар соҳаси, хусусан унинг бозор секторида, бошқаришнинг илғор услуллари, жумладан маркетингга муҳтожлик сезади. П.Друкернинг фикрича: "Хизмат кўрсатиш соҳасига кирувчи институтлар ишлаб чиқариш соҳасидаги корхоналарга нисбатан тадибиркор ва янгиликларни жорий этувчи бўлишлари лозим" .

Битирув малакавий ишининг кейинги бобида корхонада маркетинг хизматининг тузилиши ва уни ташкил этилиши билан яқиндан танишиб чиқамиз.2) махсус ҳукуматлараро ташкилотлар - Халқаро фуқаро авиациси ташкilotи (ИКАО), Халқаро денгиз ташкilotи (АМО), Халқаро туристик ташкilotи ва ҳоказолар миқёсида келишувлар ва конвенцияларни ишлаб чиқиш.

Хизматлар соҳасининг алоқаси унинг ривожланишининг ҳудудий жиҳатларига қизиқишини янада кучайтиради.

Хизматлар соҳаси, хусусан унинг бозор секторида, бошқаришнинг илғор услуллари, жумладан маркетингга муҳтожлик сезади. П.Друкернинг фикрича: "Хизмат кўрсатиш соҳасига кирувчи институтлар ишлаб чиқариш соҳасидаги корхоналарга нисбатан тадибиркор ва янгиликларни жорий этувчи бўлишлари лозим" .

2-боб. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАСИ ФАОЛИЯТИНИНГ ТАХЛИЛИ

2.1. Миллий иктисодиётда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожланиш ҳолати таҳлили.

Хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш даражасини янада ошириш, аҳолига янги замонавий ва сифатли хизмат турлари кўрсатиш, иқтисодий ўсишни таъминлаш ва аҳоли, биринчи навбатда, қишлоқ жойларида бандлик масаласини ҳал этишда хизматлар кўрсатиш соҳасининг ролини кучайтириш мақсадида бир қатор ишлар амалга оширилмоқда. Бунга Ўзбекистон республикаси Президентининг 2007 йил 21 майда “Ўзбекистон республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” қабул қилинган 640-сонли қарорини келтириб ўтишимиз мумкин. Ушбу қарорда Ўзбекистон республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар, амалга ошириладиган ишлар тўғрисида батафсил тўхталиб ўтилган.

2.1.1-жадвал

2011-2014 йилларда Ўзбекистон республикаси минтақалари бўйича савдо ва умумий овқатланиш хизматларини ривожланиш ҳолати (солиштирма нархларда) Ўтган йилга нисбатан %да

Минтақалар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши							
	2011 йил		2012 йил		2013 йил		2014 йил	
	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда
Ўзбекистон Республикаси	16,2	132,5	117,8	126,8	119,0	121,8	121,5	116,9
Шу жумладан:								
Қорақалпоғистон Республикаси	118,4	130,8	118,6	124,6	118,8	119,1	121,0	117,5
Андижон вилояти	113,8	132,0	114,5	120,0	115,5	116,2	118,0	113,0
Бухоро вилояти	117,8	159,4	118,2	123,5	118,8	119,0	121,0	113,5
Жиззах вилояти	114,6	130,6	115,5	108,0	118,0	115,5	120,2	125,0
Қашқадарё вилояти	119,1	123,0	119,2	117,4	119,7	120,8	122,0	113,5
Навоий вилояти	122,0	136,8	122,2	124,5	122,5	130,3	123,0	123,0
Наманган вилояти	122,0	124,5	125,0	126,0	125,0	125,0	132,2	121,0
Самарқанд вилояти	112,9	139,1	113,0	145,2	113,2	122,2	115,4	121,0
Сурхондарё вилояти	120,0	128,8	121,0	131,4	121,5	113,5	122,0	117,0
Сирдарё вилояти	112,0	134,9	115,0	127,6	118,0	120,9	120,0	119,0
Тошкент вилояти	116,5	144,6	116,8	131,0	117,0	128,8	119,2	108,0
Фарғона вилояти	111,6	128,8	120,0	120,0	125,0	124,9	127,1	130,0
Хоразм вилояти	119,4	126,9	124,0	122,6	125,0	125,4	127,6	114,5
Тошкент шаҳри	115,	127,1	116,0	128,2	117,0	119,5	119,0	117,0

Хизматлар ва транспорт.

Транспорт хизматларининг ўсиши башорат бўйича 118,9% белгиланган бўлса, амалда 121,5% ни ташкил этди. Умуман олганда барча минтақаларда транспорт хизматларининг ҳажми ўсиши таъминланди. Транспорт хизматларининг ўсиш суърати асосан транспорт инфратузилмасининг кенгайиши ва йўловчиларни ташиш бўйича янги маршрутли йўналишларни ташкил этилишида номоён бўлди. Йўловчиларни ташиш бўйича маршрутли йўналишларининг сони режага нисбатан анча юқори кўрсаткичга эга. 2011 йил 1 январ ҳолатига кўра республикада йўловчиларни ташиш бўйича 3721 маршрут фаолият кўрсатмоқда (башорат-3687 маршрут). Шаҳар ичидаги маршрутлар 2140 (башорат 2053 та) тани ёки республикадаги умумий маршрутлар сонининг 57,7 фоизини ташкил ташкил этди. Вилоятлар ичидаги шаҳарлараро йўловчи ташиш маршрутлари 351 тани ташкил этди, бу эса режа тўла мос келади. Вилоятлар ўртасидаги шаҳарлараро маршрутлар сони 2011 йил 1 январ ҳолатига кўра 250 тани ташкил этди. Қишлоқ жойлардаги транспорт хизматларининг улуши 44,1% га етди.

2.1.2-жадвал

2011-2014 йилларда Ўзбекистон республикаси минтақалари бўйича транспорт хизматларини ривожланиш ҳолати (солиштирма нархларда)

Ўтган йилга нисбатан %да

Минтақалар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши							
	2011 йил		2012 йил		2013 йил		2014 йил	
	Режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда
Ўзбекистон Республикаси	114,3	117,6	116,9	119,7	119,3	118,6	121,8	124,2
Шу жумладан:								
Қорақалпоғистон Республикаси	114,0	125,3	114,0	120,5	115,5	123,4	116,0	117,0
Андижон вилояти	107,0	130,4	108,8	123,6	110,2	123,5	111,1	130,0
Бухоро вилояти	114,3	115,9	115,5	125,9	125,8	126,4	136,0	120,0
Жиззах вилояти	107,3	118,9	108,0	120,2	109,1	109,1	109,3	133,3
Қашқадарё вилояти	112,4	114,3	114,9	132,6	117,3	117,6	120,0	132,4
Навоий вилояти	118,2	119,4	121,0	123,6	124,0	135,4	125,4	140,1

Наманган вилояти	112,1	127,6	115,0	129,2	120,0	126,7	133,0	133,7
Самарқанд вилояти	114,0	125,9	116,0	124,6	118,0	118,4	120,0	119,0
Сурхондарё вилояти	120,5	146,8	141,0	115,0	143,0	114,6	145,0	121,4
Сирдарё вилояти	110,2	106,9	110,5	125,0	110,8	115,0	113,0	122,0
Тошкент вилояти	124,5	111,8	124,8	131,0	125,5	126,0	125,9	136,4
Фарғона вилояти	112,8	112,2	114,2	115,3	115,9	125,2	117,4	123,1
Хоразм вилояти	118,0	122,6	119,0	121,7	119,5	120,2	122,0	118,0
Тошкент шаҳри	105,0	113,4	105,7	110,1	106,5	110,6	107,0	116,0

Ахборотлаштириш ва алоқа хизматлари.

Республикада замонавий хизмат турларини ривожлантиришга йўналтирилган бир қатор чора тадбирлар қабул қилинган, уларга ахборотлаштириш ва алоқа хизматлари ҳам киради. Тармоқда рақамли технологияларга асосланган янги лойиҳалар амалга оширилмоқда. Натижада ахборотлаштириш ва алоқа хизматларининг 129,0% га ўсишига эришилди.

2014 йил якунида 517 та шаҳар ва 101 қишлоқ почта алоқаларига инфор­мацион технологиялар асосидаги электрон пул ўтказмалари (403 та)хизматлари тадбиқ этилди. Натижада қишлоқ жойларида кўрсатилган ахборотлаштириш ва алоқа хизматларининг улуши 4% ташкил этди.

2.1.3-жадвал

2011-2014 йилларда Ўзбекистон республикаси минтақалари бўйича алоқа ва ахборотлаштириш хизматларини ривожлантириш ҳолати (солиштирма нархларда)

Ўтган йилга нисбатан %да

Минтақалар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши							
	2011 йил		2012 йил		2013 йил		2014 йил	
	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда
Ўзбекистон Республикаси	120,7	151,5	125,2	140,1	130,0	121,6	130,0	101,9
Шу жумладан:								
Қорақалпоғистон Республикаси	114,1	155,2	116,5	134,4	123,0	121,5	126,4	116
Андижон вилояти	117,0	133,2	120,0	121,6	127,5	113,6	128,9	109
Бухоро вилояти	131,5	154,0	132,0	134,3	137,0	125,1	140,0	102
Жиззах вилояти	114,1	236,7	116,0	131,0	125,0	113,6	128,0	102
Қашқадарё вилояти	117,0	160,4	120,0	152,1	130,0	108,4	130,0	117
Навоий вилояти	123,0	133,2	124,0	133,5	130,0	150,3	131,0	116

Наманган вилояти	125,0	177,2	128,0	146,0	130,0	118,9	132,0	109
Самарқанд вилояти	118,0	174,8	127,6	153,7	130,0	103,9	131,0	113
Сурхондарё вилояти	121,0	165,1	125,0	142,9	128,0	183,0	130,0	117
Сирдарё вилояти	117,8	176,3	120,0	124,9	125,0	143,0	128,0	112
Тошкент вилояти	126,0	157,3	130,0	141,4	132,0	145,0	133,0	108
Фарғона вилояти	131,5	167,2	133,0	138,9	135,5	130,0	136,0	116
Хоразм вилояти	122,0	150,2	126,2	130,1	132,0	119,3	135,0	114
Тошкент шаҳри	120,0	145,8	125,0	141,3	129,7	118,8	128,5	96

Молия-банк хизматлари.

2014 йил молия хизматлари 122,6% ни ташкил этди.

Молия инфратузилмасининг ўсиши, бутун республика бўйлаб ўзига хос кўринишга эгадир. Амалга оширилган тадбирлар натижасида аҳолининг пул қўйилмалари 1,5 баробарга ёки 52%га ўсди ва 4185,0 млрд. сўмни ташкил этди, банкларнинг кредит қўйилмалари эса, 1,3 баробарга кўпайди. 2014 йил кредит қўйилмаларининг умумий ҳажми 11539,3 млрд. сўмни ташкил қилди. Истеъмол кредитларининг ўсиши 1,1 баробар даражада таъминланди. Терминал орқали операцияларнинг ҳажми 2,5 баробарга кўпайди ва 5700,1 млрд. сўмга етди. 7,9 млн. дона пластик карточкалар амалиётга жорий қилинди.

Кичик бизнес субъектларига берилган кредитларнинг ўсиши 1,5 баробарни ташкил этди, режага нисбатан эса 12,8% ўсишга эришилди. Умуман олганда кичик бизнес субъектларига 261,2 млрд. сўм миқдордаги маблағ ажратилди.

2014 йил якунига кўра республикада 848 турдаги суғурта хизматлари жорий қилинди. Қишлоқ жойларда яшовчи аҳоли ва қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчилари учун суғурталашнинг замонавий турлари жорий қилинди (ҳосилни суғурталаш, қорамол, қишлоқ хўжалиги техникаларини суғурталаш ва х.к.). 2014 йил суғурта қилиш хизматлари ҳажми 171,4 млрд. сўмни ташкил этди.

2.1.4-жадвал

**2011-2014 йилларда Ўзбекистон республикаси минтақалари бўйича
молия-банк хизматларини ривожланиш ҳолати (солиштирма нархларда)
Ўтган йилга нисбатан %да**

Минтақалар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши							
	2011 йил		2012 йил		2013 йил		2014 йил	
	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда
Ўзбекистон Республикаси	117,2	123,8	120,5	132,2	123,5	124,7	126,5	121,1
Шу жумладан:								
Қорақалпоғистон Республикаси	117,0	125,6	117,5	106,7	119,0	106,5	124,5	112,9
Андижон вилояти	118,0	122,2	119,5	121,3	122,6	139,2	125,6	109,0
Бухоро вилояти	119,5	153,9	121,0	124,1	125,3	117,5	128,1	105,0
Жиззах вилояти	116,0	115,8	117,9	111,6	120,0	116,7	124,4	135,0
Қашқадарё вилояти	115,0	115,1	117,0	130,2	120,0	110,5	125,5	113,0
Навоий вилояти	117,0	119,9	119,8	123,0	122,0	125,3	125,6	113,0
Наманган вилояти	115,5	107,3	117,9	123,1	121,5	124,0	124,5	12,0
Самарқанд вилояти	120,0	128,6	123,2	179,6	125,0	109,8	129,1	123,0
Сурхондарё вилояти	114,2	114,3	119,0	136,5	121,6	140,2	124,4	115,0
Сирдарё вилояти	114,0	99,6	118,0	119,5	121,0	122,8	124,0	115,0
Тошкент вилояти	122,0	131	123,5	127,2	124,0	116,6	126,0	118,0
Фарғона вилояти	122,0	121,4	125,5	125,6	127,0	119,1	128,5	113,0
Хоразм вилояти	119,8	103,8	122,0	112,6	124,2	111,8	126,0	111,0
Тошкент шаҳри	116,0	131,4	120,5	145,1	124,6	134,0	127,2	127,0

Туристик-экскурсия ва меҳмонхона хизматлари.

Туристик хизматларнинг ўсиш суърати 112,7% ни, кўрсатилган хизматлар ҳажми эса, 46,8 млрд. сўмни ташкил этди. Таҳлил этилаётган даврда туристлар оқими 937,1 минг кишини ёки режага нисбатан 100,4% ни ташкил этди. “Шаҳристон” меҳмонхонасига ташриф буюрган туристлар сони

266 кишини ташкил этди. “Ўзбектуризм” Миллий компанияси инвентари ва махсус меҳмонхона жихозларини ва туристларга хизмат кўрсатишни яхшилаш мақсадида 15 дона транспорт воситаларини сотиб олди, 2014 йилга эса 20 та транспорт воситаси режалаштирилган эди.

Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш хажми 87,4 млрд. сўмни ёки 2013 йилга нисбатан ўсиш даражаси 109,0% ни ташкил этди.

2.1.6-жадвал

2011-2014 йилларда Ўзбекистон республикаси минтақалари бўйича туристик экскурсион хизматларини ривожланиш ҳолати (солиштирма нархларда)

Ўтган йилга нисбатан %да

Минтақалар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши							
	2011 йил		2012 йил		2013 йил		2014 йил	
	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда
Ўзбекистон Республикаси	119,3	122,3	121,3	126,3	123,4	130,4	127,5	110,6
Шу жумладан:								
Қорақалпоғистон Республикаси	109,1	129,3	110,5	167,1	111,3	126,7	113,5	125
Андижон вилояти	115,6	483,6	118,0	138,1	119,5	128,8	120,0	132
Бухоро вилояти	119,0	118,7	120,0	127,2	120,2	101,2	128,0	105
Жиззах вилояти	118,0	218,2	118,5	177,4	120,0	106,2	122,0	125
Қашқадарё вилояти	118,0	123,4	119,5	126	124,0	116,3	130,0	130
Навоий вилояти	122,0	170,5	123,5	139,1	124,0	130,7	125,0	107
Наманган вилояти	115,0	117,7	118,0	0	122,0	127,6	125,0	115
Самарқанд вилояти	118,0	128	122,0	158,4	125,0	141,8	129,0	103
Сурхондарё вилояти	116,0	226,6	116,5	125	118,0	175,2	120,0	115
Сирдарё вилояти	110,0	18,3	120,0	0	130,5	113,1	135,0	2,6
Тошкент вилояти	120,0	127	122,0	177,4	123,5	191,0	125,0	140
Фарғона вилояти	118,0	118,1	119,5	113,2	122,0	123,0	123,0	103
Хоразм вилояти	115,0	126,2	120,0	200	121,1	105,1	130,0	105
Тошкент шаҳри	121,0	124,4	122,0	118,3	123,5	135,3	128,0	115

2.1.7-жадвал

**2011-2014 йилларда Ўзбекистон республикаси минтақалари бўйича
меҳмонхона хизматларини ривожланиш ҳолати (солиштирма нархларда)
Ўтган йилга нисбатан %да**

Минтақалар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши							
	2011 йил		2012 йил		2013 йил		2014 йил	
	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда
Ўзбекистон Республикаси	120,0	133,5	122,5	122,5	125,3	112,3	130,0	118
Шу жумладан:								
Қорақалпоғистон Республикаси	109,5	210,4	111,0	113,7	114,8	113,7	120,0	103
Андижон вилояти	116,2	119,9	119,5	123,6	122,0	126,8	125,0	120
Бухоро вилояти	119,2	142,8	120,1	125,3	124,2	102,7	130,0	106
Жиззах вилояти	118,2	154,2	118,5	132,7	120,5	126,7	122,0	122,1
Қашқадарё вилояти	118,0	121,2	119,8	120,5	124,0	100,6	130,0	120
Навоий вилояти	122,0	138,4	123,5	121,2	124,0	125,4	125,0	116
Наманган вилояти	115,5	149,5	118,5	220	122,2	165,7	125,0	130
Самарқанд вилояти	117,5	133,6	123,6	144	127,0	127,1	134,0	100
Сурхондарё вилояти	116,5	113,5	117,5	104,8	118,0	110,8	122,5	130
Сирдарё вилояти	111,0	104,9	120,0	124,1	128,0	128,3	135,0	65
Тошкент вилояти	120,0	128,5	122,0	161,9	123,5	148,8	125,0	110
Фарғона вилояти	118,5	137,9	120,0	116,2	122,0	146,6	126,0	114
Хоразм вилояти	116,0	127,4	120,2	168	121,5	100,0	130,0	106
Тошкент шаҳри	122,0	143,2	124,5	143,2	127,8	110,0	132,1	122

Маиший-коммунал хизматлар.

Маиший-коммунал хизматларнинг ўсиши 101,5% ни ташкил этди. 2014 йил якунига кўра 4083 та маҳаллий котёллар ўрнатилди, шу жумладан 2730 таси газга, 1353 таси табиий газ ва шунга ўхшаш ёқилғи турларида ишлайди.

2014 йилда аҳолига умумий ҳажми 789,5 млрд. сўмга тенг миқдорда маиший хизматлар кўрсатилди ва 2013 йилга 114,9% ўсишга эришилди.

Қабул қилинган дастурни ривожлантиришга мавжуд имкониятлардан фойдаланиш ўз самарасини берди, шунингдек бозор тузилмаси ҳам ўз таъсирини ўтказди. 2014 йилда 562 та тикувчилик ательелари ва устахоналари, шунингдек қишлоқ жойларда 417 та (режа бўйича 366 ва 264) цехлар ташкил этилди; 442 та оёқ кийимларини таъмирлаш устахоналари, қишлоқ жойларда эса 367 та (режа бўйича 386 ва 323) устахоналар ташкил этилди; 257 дона фотосалон, қишлоқ жойларда эса 182 дона (режа бўйича 211 ва 151) ташкил этилди.

2.1.8-жадвал

2011-2014 йилларда Ўзбекистон республикаси минтақалари бўйича маиший-коммунал хизматларини ривожланиш ҳолати (солиштирма нархларда)

Ўтган йилга нисбатан %да

Минтақалар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши							
	2011 йил		2012 йил		2013 йил		2014 йил	
	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда
Ўзбекистон Республикаси	115,8	111,1	118,7	110,4	122,0	103,1	125,0	103
Шу жумладан:								
Қорақалпоғистон Республикаси	117,0	112,5	118,0	108,1	122,1	108,7	123,4	111,0
Андижон вилояти	114,0	119,6	117,5	111,2	123,8	106,5	125,9	100,0
Бухоро вилояти	112,7	116,0	114,5	108,2	116,9	101,9	119,2	104,0
Жиззах вилояти	118,6	109,1	119,0	102,4	119,2	100,1	119,5	106,0
Қашқадарё вилояти	120,5	110,2	123,1	96,9	125,0	95,2	125,5	101,0
Навоий вилояти	120,0	123,3	124,1	122,3	127,2	105,8	131,4	102,5
Наманган вилояти	117,0	100,9	119,1	97,2	127,2	111,0	136,5	104,5
Самарқанд вилояти	109,0	112,2	110,6	102,6	112,0	103,0	113,0	107,0
Сурхондарё вилояти	128,0	116,3	130,1	103,6	134,0	102,8	135,0	100,0
Сирдарё вилояти	120,7	147,9	120,8	108,2	123,0	115,2	123,5	104,0
Тошкент вилояти	117,0	108,5	118,0	121,2	120,0	109,0	120,2	102,8

Фаргона вилояти	127,0	112,7	128,5	124,2	130,0	101,9	132,5	109,0
Хоразм вилояти	111,0	102,9	117,0	114,7	118,0	106,7	122,0	110,0
Тошкент шаҳри	102,0	102,6	105,0	107,0	106,5	95,1	108,5	97,0

Автомобил ва бошқа техникаларни таъмирлаш бўйича хизмат кўрсатиш хажмининг ўсиши 124,4% ташкил этди, режада эса 123,8% эди.

Хизмат кўрсатиш соҳасида тадбиркорлар ташиббўсини молиялаштириш.

Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарини ташкил этиш “Микрокредитбанк” тижорат банкининг бандликни қўллаб-қувватлаш Фонди ҳисобидан молиялаштирилди. Кредит қўйилмалари ҳажми 15,9 млрд. сўмни ташкил этди, режада эса 14,9 млрд. сўм эди.

2.2. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг фаолиятига иқтисодий тавсифнома.

Мамлакатимиз мустақилликка эришгандан сўнг миллий иқтисодиётни турли мулкчиликка асосланган кўп укладли иқтисодиёт шаклида барқарорлаштиришга алоҳида эътибор қаратилди.

Мамлакатимиз иқтисодиётида турли мулк шакллари ривожлана бориб, хусусий мулк етакчи ўрин эгаллай бошлади.

Мустақилликка эришганимиздан сўнг мамлакат иқтисодиётида хусусийлаштириш жараёни жадал амалга оширилди.

Очиқ акциядорлик жамияти шаклидаги "Наманган-Автотеххизмат" корхонаси минтақадаги тармоқ вакили сифатидан ҳам фаолият кўрсатди.

Мамлакатимиз иқтисодиёти учун янги тармоқ бўлган автосаноатимиз яралганидан сўнг, миллий ишлаб чиқарувчимиз "Асака Автомобил заводи" акциядорлик жамиятини қўллаб қувватлаш мақсадида биринчилардан бўлиб унинг бош дилери сифатидаги фаолиятини бошлади. "Асака Автомобил заводи" акциядорлик жамиятининг ишончли дилери бўлган "Наманган-Автотеххизмат" бутун ўзининг салоҳияти билан қуролланиб мамлакатимиз бўйлаб автомобиллар савдоси тизимини йўлга қўйди. Тизимни

такомиллаштириш жараёнида нисбатан янги бўлган маркетинг хизматларидан фойдаланиш йўлган қўйилди.

Бошқарув тизими ҳам янги шаклга ўтказилди. Янги юзага келган шароит бўйича режалар тизими ишлаб чиқилди. Ҳозирда корхонада 50 киши ишлайди, улардан ўнтаси ўриндошлик асосида фаолият кўрсатадилар. "Наманган-Автотеххизмат" бир йил давомида " Асака Автомобил заводи" томонидан ишлаб чиқарилган автомобилларнинг 2-3 % ини ички бозоримизда сотади. Бундан ташқари автомобиллар техник таъмирлаш ишларини ҳам амалга оширади.

"Наманган-Автотеххизмат" очик акционерлик жамияти юридик шахс ҳисобланиб, ўз номидан шартномалар тузади судда давогар ёки жавобгар шаклида қатнашади.

Корхонанинг "Наманган Автосалон" мустақил юридик шахс ҳисобланган филиали мавжуд бўлиб, у автомобиллар савдоси ва автомобилларга техник хизмат кўрсатиш фаолиятини олиб боради.

"Наманган-Автотеххизмат" очик акционерлик жамияти ихтисослашган тизимда автомобиллар савдоси ва автомобиллар билан боғлиқ комплекс хизматларни амалга оширишга йўналтирилгандир.

"Наманган-Автотеххизмат" очик акционерлик жамияти минтақада автомобиллар савдоси ва автомобилларга техник хизмат кўрсатиш ишларини амалга оширишда ўзаро шартнома асосида хизматлар кўрсатади.

Тизимни бир мақсад йўлида етаклаш эса "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамият зиммасидадир. Унинг акционерлик жамият шаклига ўтишига ҳам бир неча омил таъсир қилди.

Дилерлик корхоналари ўз "буюртмалар портфели"ни аниқ шакллантириши ва мажбуриятларини аниқ бажариши қанчалик муҳим эканлигини ишлаб чиқарувчилар яхши тушунишади. "Наманган-Автотеххизмат" ва " Асака Автомобил заводи" муносабатлари мисолида фикр юритиб кўрайлик. Масалан, "Наманган-Автотеххизмат" истеъмол талабини ўрганишга етарлича эътибор қаратмасдан, талаб этилмаган моделлар ҳамда модификацияларга

буюртма берди ёки ўз имкониятига ортиқча баҳо бериб, буюртма қилинган машиналарни сота олмай қолди, дейлик. Бунинг натижасида биринчи навбатда, унинг ўзи зарар кўради, чунки унинг даромади сотилган автомобилларнинг сонига боғлиқ. Сотувларнинг паст кўрсаткичлари ишлаб чиқарувчига ҳам таъсир кўрсатади. Негаки, бутловчи қисмларни харид қилиш учун йўналтириладиган айланма маблағлар "музлатиб қўйилиши" мумкин. Бугунги кунда бизнес-режага асосан ҳар ойда Асакадаги Асака Автомобил заводи томонидан 8-10 мингта автомобиль ишлаб чиқарилишини ҳисобга олсак, бу маблағлар ойига 60-80 миллион АҚШ долларини ташкил қилади.

Мустақил диёримиз йил сайин жаҳон ҳамжамиятидаги мавқеини мустаҳкамлаб, ўз иқтисодий кўрсаткичларини ошириб бормокда. 2014 йилда Ўзбекистон катта-катта ютуқларга эришди. Кўплаб янги корхоналар ташкил қилинди, миллионлаб чет эл инвестициялари кириб келди. Ташқи иқтисодий муносабатларда ҳам бир қанча силжишлар бўлди. Хусусан халқаро товар айланмаси ҳажми 2012 йилга нисбатан 29,6 % га ошди. Кўплаб давлатлар билан иқтисодий муносабатлар мустаҳкамланди. Экспорт ҳажми ҳам кескин ошди.

Буларнинг асосида кўпгина стратегик аҳамиятга эга корхоналарнинг хизмати катта. Хусусан бу борада Асакадаги Асака Автомобил заводи ҳамда ҳамда аманган шаҳридаги "Наманган-Автотеххизмат" очиқ акционерлик жамиятининг ҳам роли беқиёсдир.

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг асосий фаолияти турлари бу:

- автомобилларни сотиш автотранспорт воситаларини сотиб олиш;
- транспорт воситаларига техник ва таъмирлаш хизматлари, сервис хизмати, шунингдек автомобилларни ювиш шохобчаларини ташкил қилиш;
- савдо-сотиқ ва савдо-воситачилик фаолияти;
- чакана савдо ва улгуржи савдо дўконларини очиш;
- экспорт-импорт операциялари;

- ишлаб чиқаришни ташкил қилиш;
- ташқи иқтисодий фаолият;
- хорижий инвестиция ва технологияларни олиб келиш ва ундан фойдаланиш;
- аҳоли, корхона ва ташкилотларга белгиланган тартибда ўзаро келишилган шартномавий нархларда нақд пулга ва пул ўтказиш йўли билан хизматлар кўрсатиш;
- маркетинг, консалтинг, инженеринг, лизинг, дилер хизматлари;
- ёнилғи-мой ва нефть-газ маҳсулотларини келтириш, ғамлаш, қайта ишлаш, қадоқлаш, сотиш;
- Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги билан тақиқланмаган бошқа ҳамма фаолият турлари билан шугулланиш.

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятнинг таъсисчилари Корхонанинг узоқ муддатли активларининг суммаси низом жамғармасидан бир неча баробар каттадир. Узоқ муддатли активларнинг асосий қисмини моддий техник таъминот объектлари ташкил этади: автосалон биноси, бош офис, омбор хўжалиги, транспорт воситалари ва шу кабилар. Буларнинг барчаси истеъмолчилар билан қулай шароитларда муносабатга киришишда ва таассурот қолдириш, қолаверса асосан савдо тизимини моддий техник таъминотини бажаради. Корхона активлари унинг фаолиятини такомиллаштириш мақсадларига хизмат қилиши лозим.¹

Корхона ўз фаолияти давомида ўсиш суръатларини сусайишига йўл қўймади ва маркетинг функцияларидан фойдаланган ҳолда бу йили, яъни 2014 йил ҳам юқори ўсиш даражасига эришди. Бозорни ўрганганлиги, истеъмолчиларни тушунганлиги "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятига бозорда юзага келган шароитда самарадорликни оширишга кўмак берди. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамият 2014 йилда Асакадаги Асака Автомобил заводи томонидан ишлаб чиқилган ички бозорда сотилган автомобилларнинг қарийб 15% ини истеъмолчиларга

сотди. Ҳозирда бу кўрсаткичларни янада оширишга имкониятлар мавжуд.

Истеъмолчиларни ушлаб туриш ва янгиларини жалб қилиш мақсадида турли ишларни амалга оширмоқда. Масалан, "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамияти томонидан истеъмолчиларини талабини иложи борица кондиришга эришилмоқда. Маҳаллий телевиденияларда берилаётган реклама аҳолини эътиборини ўзига қаратмоқда. Истеъмолчиларни рағбатлантириш мақсадида ҳар бир автомобил харид қилаётган мижозларга уяли телефон совга сифатида тақдим қилинмоқда. Бу эса ўз навбатида рақобатчилардан устунлик қилишда ёрдам бермоқда.

2.3. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг молиявий натижалар таҳлили

Бутун Ўзбекистон ҳудуди бўйича тарқалган автосалонларда аҳоли эҳтиёжини ўша минтақа шароитларини инобатга олган ҳолда қондирилмоқда. Маълумки, бозор иқтисодиётига ўтиш муносабати билан иш сифатини ошириш, мавжуд иқтисодий имкониятлардан оқилона фойдаланиш, асосий фондлардан ва воситалардан фойдаланишнинг самарадорлик даражасини янада кўтариш, меҳнат унумдорлигини ҳар тарафлама ошириш, халқ фаровонлигини янада юксалтирилишини кўзлаб иқтисодий манбалардан оптимал фойдаланиш соҳасидаги вазифаларни хўжалик фаолиятини чуқурроқ таҳлил қилиб, имкониятлардан имкони борица яхшироқ фойдаланишга, сифат кўрсаткичларини яхшилашга эришиш керак.

Корхона самарали фаолият олиб бораяптими ёки бирон ўзгаришлар киритиш керак ёки йўқлигини барча асосий иқтисодий кўрсаткичларини кўриб чиқиб чуқур таҳлил қилгандан сўнг билиш мумкин.

Корхонанинг молиявий натижаларини таҳлил қилиш орқали унинг молиявий барқарорлиги ва унинг тўлов қобилияти ҳақидаги маълумотларга эга бўлиш мумкин. Тадқиқот объекти сифатида ўрганилаётган "Наманган-

Автотеххизмат" акционерлик жамиятнинг молиявий натижалари ҳақидаги маълумотлар билан танишиб чиқамиз.

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятнинг 2012-йилда асосий иқтисодий кўрсаткичлари таҳлили қуйида 2.2.1-жадвалда берилган.

2.2.1 -жадвал

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг 2012 йилдаги асосий иқтисодий кўрсаткичларини таҳлили

Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Ҳақи- қатда	Фарқи	Режанинг бажарилиши, %
Товар айланиши жами (минг сўм)	1251670	1744060	492390	139
Ялпи даромад (минг сўм)	477287	561201	83914	117
Муаомала харажатлари (минг сўм)	310877	401761	90884	129
Фойда (минг сўм)	152078	153758	1680	101
Бюджетга тўловлар ва солиқлар (минг сўм)	24820	26102	1282	105
Соф фойда (минг сўм)	899981	900431	450	101

Манба: "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг бухгалтерия ҳисоб-китоб маълумотлари.

2.2.1-жадвалдан кўриниб турибдики, барча асосий иқтисодий кўрсаткичлар бўйича 2012 йилги белгиланган режадан ўзгаришлар ижобий томонга ўзгарган, яъни салмоқли даражада ошган. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида товар айланиши режадаги 1251670 м сўм ўрнига 1744060 м сўмни ёки режага нисбатан 139% ни ташкил этган. Бу кўрсаткич режадан 492390 м.сўмга кўп демакдир. Табиийки 2012 йилги режалар 2006 йилга нисбатан анча юқори белгиланган, шундай бўлса ҳам ялпи-даромад 117% ни, соф фойда кўрсаткичлари 101% ни ташкил этган. Соф

фойда режага нисбатан ошган, ўтган йилги фойдага нисбатан эса бу кўрсаткич ҳам ижобий натижа билан якунланган.

2.2. 2-жадвал

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг 2013 йилдаги асосий иқтисодий кўрсаткичларини таҳлили

Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Ҳақи- қатда	Фарқи	Режанинг бажарилиши, %
Товар айланиши жами (минг сўм)	1482781	1866071	383290	126
Ялпи даромад (минг сўм)	488398	602303	113905	123
Муаомала харажатлари (минг сўм)	347999	411972	63973	118
Фойда (минг сўм)	160189	161759	1570	101
Бюджетга тўловлар ва солиқлар (минг сўм)	26710	29322	2610	108
Соф фойда (минг сўм)	99807	100752	945	101

Манба: "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг бухгалтерия ҳисоб-китоб маълумотлари.

2.2.2-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, тадқиқот объекти сифатида ўрганилаётган "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида барча асосий иқтисодий кўрсаткичлар бўйича 2013 йилги белгиланган режалар ижобий натижалар билан якунланган. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида товар айланиши режадаги 11482781 м сўм ўрнига 1866071 м сўмни ёки режага нисбатан 126% ни ташкил этган. Бу кўрсаткич режадан 383290 м.сўмга кўп демакдир. Ялпи-даромад режада белгиланган 488398 м.сўм ўрнига 602303 м сўм, режага

нисбатан 123% ни ёки режадан 113905 м.сўмга ортиқ бажарилган,бунга мос равишда муомала харажатларининг ҳам ортиши кузатилган ёки режадан 63973 м.сўм (118%) ни ташкил этган. Корхонада соф фойда кўрсаткичлари режадаги 99807 м.сўм ўрнига 100752 м сўмни ёки режага нисбатан 101% ни ташкил этган. Соф фойда режага нисбатан ошган, ўтган йилги фойдага нисбатан эса бу кўрсаткич ҳам ижобий натижа билан якунланган.

2.2.3-жадвал

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг 2014 йилдаги асосий иқтисодий кўрсаткичларини таҳлили

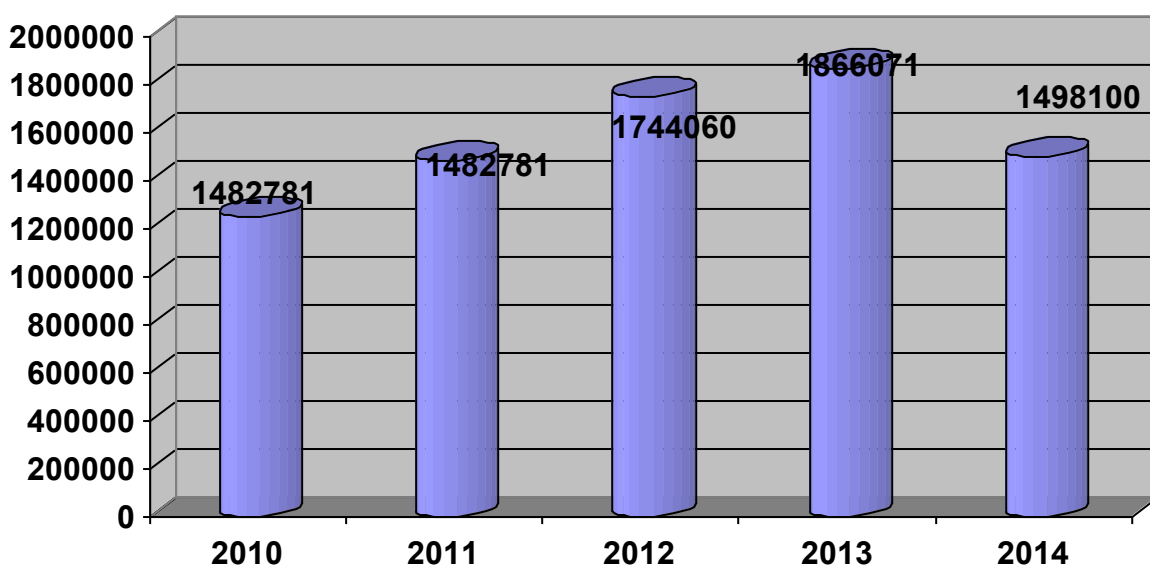
Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Ҳақи-қатда	Фарқи	Режанинг бажарилиши, %
Товар айланиши жами (минг сўм)	1496070	1498100	302030	100.1
Ялпи даромад (минг сўм)	602500	721580	119080	119.7
Муаомала харажатлари (минг сўм)	410800	656921	246121	159.9
Фойда (минг сўм)	125750	131560	5810	104.6
Бюджетга тўловлар ва солиқлар (минг сўм)	22500	23337	837	103.7
Соф фойда (минг сўм)	102000	102583	583	100.5

Манба: "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг бухгалтерия ҳисоб-китоб маълумотлари.

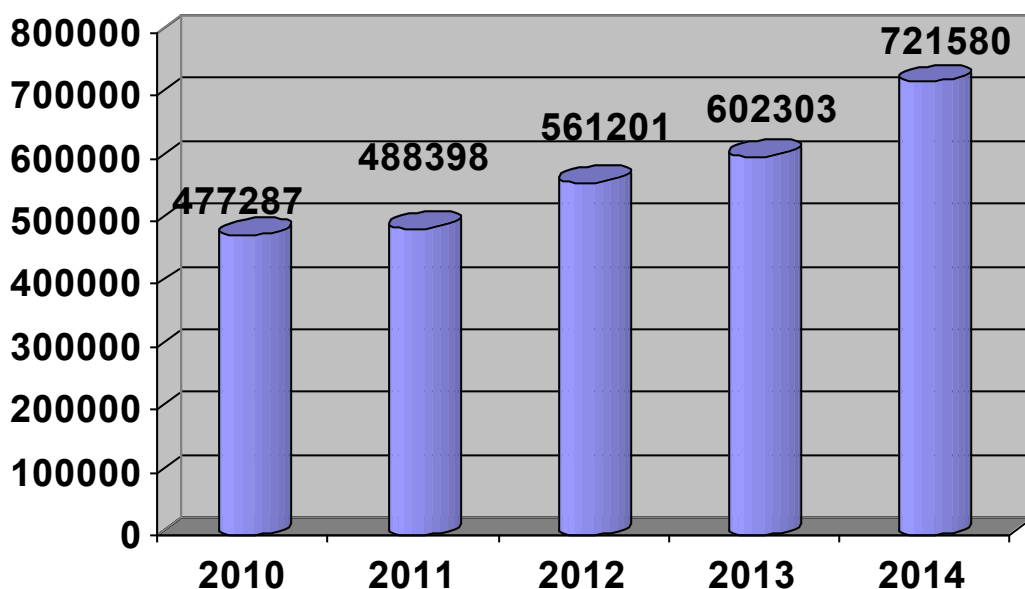
2.2.3-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, тадқиқот объекти сифатида ўрганилаётган "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида барча асосий иқтисодий кўрсаткичлар бўйича 2014 йилги белгиланган режалар ижобий натижалар билан бажарилган. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида товар айланиши режага нисбатан 1498100 м сўмга ёки режага нисбатан 100.1% га бажарилган . Бу кўрсаткич режадан 302030 м.сўмга кўп демакдир. Ялпи-даромад режада белгиланган 602500 м.сўм ўрнига 721580 м сўм, режага нисбатан 119.7% ни ёки режадан 119080 м.сўмга ортиқ бажарилган,бунга мос равишда муомала

харажатларининг ҳам ортиши кузатилган ёки режадан 246121 м.сўм ортиқ бўлиб режага нисбатан 159.9% ни ташкил этган. Корхонада соф фойда кўрсаткичлари режадаги 102000 м.сўм ўрнига 102583 м сўмни ёки режага нисбатан 100.5% ни ташкил этган. Соф фойда режага нисбатан ошган, ўтган йилги фойдага нисбатан эса бу кўрсаткич ҳам ижобий натижа билан якунланган.

**"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида товар
айланишининг 2010-2014 йиллардаги ўзгариш динамикаси (м.сўм)**



**"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида ялпи
даромаднинг 2010-2014 йиллардаги ўзгариш динамикаси (м.сўм)**



"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида хизмат кўрсатиш ҳолати ва унинг таҳлили.

Энг асосий кўрсаткичлардан бўлган товар айланмасининг ўтган йилга ва белгиланган режага нисбатан амалга оширилган таҳлили корхона қандай аҳволда эканлигини яққол кўрсатади

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг товар айланмасининг бажарилиши таҳлилидан, корхона 2012 йилда юқори ўсиш суръатларига эришганлиги куруниб турибди. 2013 йилги товар айланмаси ҳажми ҳам ўтган йилга нисбатан ортганлигини кўришимиз мумкин.

Корхона маълумотлароидан таҳлилда шу нарса кўринадики, 2013 йилда товар айланмаси ҳажми 2012 йилга нисбатан 6 % га ошган, бу мутлақ суммада 122011 минг сўмни ташкил этган. Юзага келиб қолган қулай вазиятда, яъни дилерлар сони кескин қисқартирилганда бозорга тўғри мослашган "Наманган-Автотеххизмат" 2012 йилга нисбатан 2013 йилда товар айланмаси ҳажмини қарийб 6.5 % га оширди.

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг товар айланмасининг ҳажми 2014 йилда аввалги йиллардагига қараганда камайиши кузатилиши билан бирга, корхонада товар айланиши режадаги 1496070 м.

Сўм ўрнига ҳақиқатда 1498100 м. Сўмни ёки режадан 302030 м.сўмга ортиқни ташкил этган .

Корхонада 2014 йилда товар айланиши 100.1 фоизни ташкил этган. тадқиқот объекти сифатида ўрганилаётган "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида барча асосий иқтисодий кўрсаткичлар бўйича 2014 йилги белгиланган режалар ижобий натижалар билан бажарилган. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида товар айланиши режага нисбатан 1498100 м сўмга ёки режага нисбатан 100.1% га бажарилган (2.3.1-жадвал)

2.3.1-жадвал

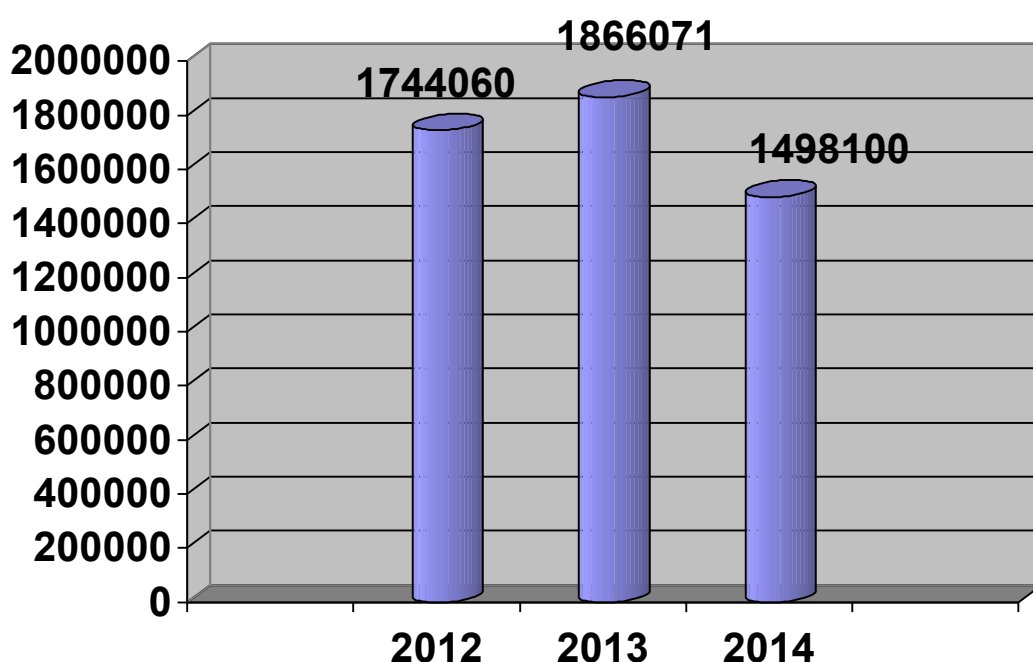
"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг 2014 йилдаги асосий иқтисодий кўрсаткичларини таҳлили

Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Ҳақи-қатда	Фарқи	Режанинг бажарилиши, %
Товар айланиши жами (минг сўм)	1496070	1498100	302030	100.1
Ялпи даромад (минг сўм)	602500	721580	119080	119.7
Муаомала харажатлари (минг сўм)	410800	656921	246121	159.9
Фойда (минг сўм)	125750	131560	5810	104.6
Бюджетга тўловлар ва солиқлар (минг сўм)	22500	23337	837	103.7
Соф фойда (минг сўм)	102000	102583	583	100.5

Манба: "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг бухгалтерия ҳисоб-китоб маълумотлари.

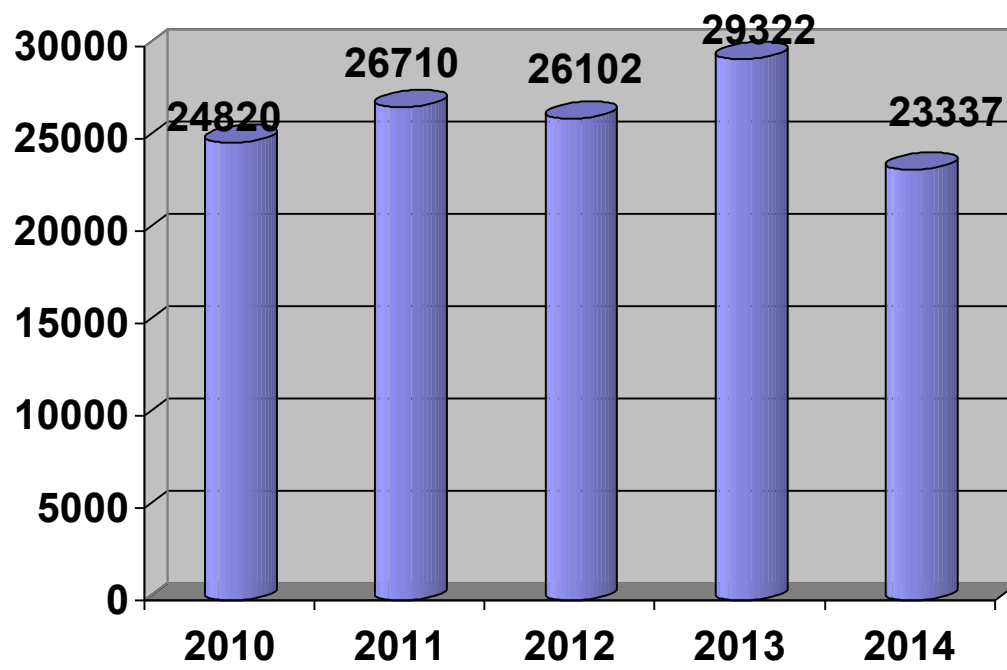
Бу кўрсаткич режадан 302030 м.сўмга кўп демакдир. Ялпи-даромад режада белгиланган 602500 м.сўм ўрнига 721580 м сўм, режага нисбатан 119.7% ни ёки режадан 119080 м.сўмга ортиқ бажарилган,бунга мос равишда муомала харажатларининг ҳам ортиши кузатилган ёки режадан 246121 м.сўм ортиқ бўлиб режага нисбатан 159.9% ни ташкил этган. Корхонада соф фойда кўрсаткичлари режадаги 102000 м.сўм ўрнига 102583 м сўмни ёки режага нисбатан 100.5% ни ташкил этган. Соф фойда режага нисбатан ошган, ўтган йилги фойдага нисбатан эса бу кўрсаткич ҳам ижобий натижа билан якунланган.

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида товар айланишининг 2012-2014 йиллардаги ўзгариш динамикаси (м.сўм)



Аслида, товар айланмаси 2012 йилга қўйилган режада кредитлаш ва нақд пулга сотиш бўйича товар айланмаси ҳажмини ўртача 30% қилиб белгилаган эди. Бошқа турдаги товар айланмалар ҳажмини эса энг ками билан 1,5 баробарга ошириш режалаштирилди. Автомобилларни сотишда, уларни то истеъмолчиларга етказиб бергунга қадар турли харажатлар қилинади. Улар масалан маъмурий харажатлар, транспорт харажатлари, доимий харажатлар моддий техник таъминот харажатлари ва бошқалар. Юқоридагиларни бир ном билан корхонанинг муомала харажатлари дейишимиз мумкин. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида муомала харажатларининг таҳлили келтирилган. Бу жадвал орқали корхона ўз фаолияти давомидаги харажатларини ўрганиб чиқиб, қисқартириш йўллари аниқлаб топиш зарур. Жадвал маълумотларидан маълумки, муомала харажатлари 2012 йилга нисбатан режа юқори белгиланган. Бу ерда автомобил сотув ҳажмининг ортиши ва шу билан бирга унга боғлиқ ҳолда транспорт харажатлари, омбор харажатлари ва айрим ҳолларда маъмурий харажатларнинг кўпайиши мумкинлиги инобатга олинган. Режанинг юқори белгиланган бўлишига қарамай ҳақиқатдаги харажатлар ҳажми 2012 йилда нисбатан 29 % га, 2013 йилда эса режага нисбатан эса 18 % га ортган. Шундай бўлсада, бу кўрсаткичлар ижобий баҳоланмоқда, чунки муомала харажатлари даражаси ўтган йилга нисбатан камайган.

**"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида 2010-2014
йиллардаги бюджетга тўловлари ҳақидаги маълумот (м.сўм)**



2.3.4.жадвал

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг 2012 йилдаги фойда режасининг бажарилиш таҳлили*

Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Ҳақиқатда	Фарқи	Режанинг бажарилиши %
Товар айланиши жами (минг сўм)	1251670	1744060	492390	148,57
Ялпи даромад (минг сўм)	477287	561201	83914	123,08
Уртача ялпи даромад даражаси %				X
Муомала харажатлари (минг сўм)	310877	401761	90884	113,20
Муомала харажатлари ўртача даражаси %				X
Фойда (минг сўм)	152078	153758	1680	134,94
Уртача рентабеллик даражаси %				X

Манба: "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг 2012 йилги бухгалтерия баланси асосида ҳисобланган.

2.3.5-жадвал.

Соф фойдага нисбатан рентабеллик даражаси таҳлили*

Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Ҳақиқатда	Фарқи	Режанинг бажарилиши %
Товар айланиши жами (минг сўм)	1482781	1866071	382290	126
1 Фойда (минг сўм)	160189	161759	1570	101
Бюджетга тўловлар ва солиқлар (минг сўм)	26710	29322	2610	108
Соф фойда (минг сўм)	99807	100752	945	101
Рентабеллик даражаси (соф фойда ва товар айланмасига нисбатан), %				

Манба: "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг 2013 йилги бухгалтерия баланси маълумотлари асосида ҳисобланган.

Фойданинг ўсиши яхши, лекин унга мос ҳолда соф фойданинг ўсишини ҳам таъминланса, яъни солиқлар миқдорини иложи борица камайтиришга ва фавқулотда зарарларга йўл қўйилмаса соф фойда бўйича рентабеллик даражаси ҳам маъқул кўринишда бўлади. 2.7-жадвалдаги рентабеллик даражаси режага нисбатан 0,24% га камайтганини кўришимиз мумкин, аммо корхона режага нисбатан ҳам 34,94% га ўсишда давом этмокда.

Соф фойдага нисбатан рентабеллик даражаси таҳлили*

Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Ҳақиқатда	Фарқи	Режанинг бажарилиши %
Товар айланиши жами (минг сўм)	1482781	1866071	383290	126
1 Фойда (минг сўм)	160189	161759	1570	101
Бюджетга тўловлар ва солиқлар (минг сўм)	26710	29322	2610	108
Соф фойда (минг сўм)	99807	100752	945	101
Рентабеллик даражаси (соф фойда ва товар айланмасига нисбатан), %				

- "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг 2013 йилги бухгалтерия баланси маълумотлари асосида ҳисобланган.

Соф фойда корхона фойдасининг бюджетга тўловлардан кейинги қолган қисми бўлиб, энг асосий кўрсаткич десак муболаға бўлмайди. 2.7-жадвалда икки энг асосий кўрсаткичнинг нисбати таҳлили, яъни соф фойда ва товар айланмаси нисбатидаги рентабеллик даражаси таҳлили келтирилган. 2005 йилда "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятининг атиги 18944 минг сўм соф фойдага эришган эди. 2006 йил режасига эса 97855 минг сўм белгиланган эди. Ҳақиқатда эса 2005 йилга нисбатан 959,2% га, мутлақ суммада эса 162763 минг сўмга ошишга эришилган. Бутун таҳлил давомида айтиб ўтганимиздек, корхона кўрсаткичларида ўсиш суръатлари борлигининг асосий омили бўлиб сотиш тизимининг такомиллашгани, " Асака Автомобил заводи" акциядорлик жамиятининг номига доғ тушураётган дилерлардан бозорнинг бўшаниб қолганидир. Соф фойдага нисбатан рентабеллик

даражаси ҳам 0,29% фарққа эга бўлиб, корхона олдига 2006 йилга 1.15% рентабелликка эришиш мақсади 124,98%га бажарилди.

Иқтисодий таҳлил давомида корхона кўрсаткичларининг ўзгариш сабаблари, воситалари ўрганиб чиқилди ва маркетинг хизматининг ахборот тизими фаолияти иши ижобий баҳоланди. Бу иқтисодий кўрсаткичлари тақлилини маркетингнинг таҳлилий функцияси тизимостиси, яъни корхона нчки муҳити ва имкониятларини ўрганиш ва таҳлил қилиш деб айтсак бўлади. Бу маълумотлар асосида корхонанинг имкониятлари таҳлил қилиниши ва йўналишлар белгилаши мумкин.

2.4. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида сотишни рағбатлантириш ва хизмат кўрсатиш ҳолати таҳлили

"Наманган-Автотеххизмат"нинг ўзи " Асака Автомобил заводи"нинг сотиш канали бўлиб, унда олиб борилаётган ишлар ишлаб чиқарувчининг самарадорлигини оширишга бевосита хизмат кўрсатади. " Асака Автомобил заводи"нинг аҳоли истеъмолчилар билан ўзаро муносабатларининг шакллантириши унинг ҳурматини янада ошишини таъминлади. 1997 йилдан бери " Асака Автомобил заводи"нинг бош дилери сифатида фаолияти кўрсатиб келаётган "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамияти ўз фаолияти давомида бозорнинг турли синовларидан ўтиб ўз фаолиятини такомиллаштириб бормокда.

2006 йилнинг феврал ойида " Асака Автомобил заводи" тизимидаги барча дилерлик корхоналарнинг фаолияти комплекс текширувдан ўтказилган эди. Унда республикамизнинг деярли барча назорат қилувчи органлари: прокуратура, ИИБ, солиқ органлари ва монополияга қарши курашувчи идоралар иштирок этди. Ушбу текшириш натижасида айрим дилерлар томонидан автомобилларни сотиш қоидаларининг бузилишига йўл қўйиш ҳоллари аниқланди. Натижада " Асака Автомобил заводи" акциядорлик жамияти ўз номига доғ туширган бир қатор дилер корхоналар билан ҳамкорликни тўхтатишга мажбур бўлди. Мамлакатимизда ишлаб чиқарилган

янги автомобилларни сотиш қоидаларига амал қилинишини янада қатъий назорат қилиш мақсадида дилерлик тармоги деярли икки марта қисқартирилди. Иил бошида ички бозорди 65 та дилер корхона фаолият кўрсатган бўлса, учинчи чоракда ■ уларнинг сони 35 тани ташкил қилди. "Наманган-Автотеххизмат" тизимидаги корхоналар I эса ўз фаолиятларини барча қонун қоидаларга асосан тўғри ташкил I этганликлари туфайли дилерликларини сақлаб қолдилар. Ўзбекистонда дилер

!| тармоқлари бўйича иккинчи ўринда турган "Наманган-Автотеххизмат" ўз позициясида янада мустахкамроқ ўрнашиши учун имконият яралди. Ички бозорда қолган дилер корхоналар ўз ишини шундай ташкил қилдиларки, пировардда сотув суръатларининг сақланиб қолишига ва 2006 йилга мўлжалланган вазифаларнинг бажарилишига эришилди. Маркетинг функцияларидан айниқса сотиш функциясидан фойдаланаётганда бозорнинг аниқ белгиланган қонун қоидаларига риоя қилиш, каналларни тўғри аниқлаш ва жойлаштириш муҳим аҳамият касб этади. Сотиш функциясининг асосий мақсади бўлиб эса товар айланмасини режалаштириш ва прогнозлаш, товар сотиш усуллари аниқлаш саналади. Умуман олганда сотиш функцияси таҳлилий ва ишлаб чиқариш функцияларининг корхона мақсадларига эришиш йўлидаги мантиқий якун бўлади.

"Наманган-Автотеххизмат"нинг ўзи бир сотиш бўғини бўлиб, унинг минтақавий бўлинмалари мавжуд. 2.2-расмда "Наманган-Автотеххизмат"нинг " Асака Автомобил заводи" акциядорлик жамияти дилерлари структурасидаги бўғинлари кўрсатилган. Дилерликда асосан маркетингнинг сотиш ва аналитик функциялари қўлланилади. Ҳар бир маҳсулот бозордаги силжитишга муҳтож, бу эса товар сотувини таъминловчи турли хил акциялар, оригинал рекламанинг зарурлигини англатади. Бунга қўшимча ҳолда кенг сотув тармоғига ҳам эга бўлиши мақсадга мувофиқ. Фақат шуларни бажарибгина сотиш бўйича ижобий натижаларга эришишни кутиш мумкин.

Автосалонлардаги муҳитнинг инсон онгига таъсири, унда қабул қилиниши лозим бўлган қарорларнинг қандайлигини ҳам белгилаши мумкин. Ҳозирда "Наманган-Автотеххизмат" тизимида 20 дан ортик автосалонлар фаолият олиб бормокда.

3-боб. Хизмат курсатиш соҳасини ривожлантириш йўналишлари.

3.1. Хизмат кўрсатиш корхоналарида маркетингни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари

(Ҳар қандай корхонанинг иш фаолиятини бошқариш, энг аввало унинг ишлаб чиқариши лозим бўлган товарларга ёки хизматларига харидорларнинг эҳтиёжи уларнинг имкониятлари, келажак истиқболли тизимли ва ҳар томонлама ёндошилади ва ўрганилади. Бу эса мураккаб ахборот тўплаш, уни қайта ишлаш ва таҳлил қилиш, илмий тадқиқотлар ўтказиш, товарлар ва хизматлар ассортиментини режалаштириш, реклама ишларини бошқариш каби ишлар билан шуғулланувчи махсус маркетинг хизматини ташкил этишни тақозо қилади.

Дилерлик фаолиятида ҳам маркетингнинг роли бекиёсдир. Уларнинг рақобат муҳити бошқа фаолиятдаги рақобатдан бирмунча фарқ қилади. Бир тизим остида дилерлик қилаётган корхоналар табиийки бир бирларига рақобатчи саналадилар. Ваҳоланки, уларнинг мақсадлари, йўналишлари ишлаб чиқарувчи манфаатлари билан бевосита боғлиқ. Бундай мураккаб рақобат тизимида, ишлаб чиқарувчи номига доғ тушурмай, самарали фаолият олиб бориш катта маҳоратни талаб қилади. Маркетинг функцияларидан бирида, яъни таҳлилий функцияда "бозорни фирмалари тузилишини ўрганиш" вазифаси мавжуд. Бу эса ўз навбатида бозорда мавжуд инфратузулмани ўрганишни талаб қилади, рақобатчилар хизмат кўрсатувчи фирмалар (реклама агентликлари, консалтинг хизматлари), контрагент фирмалар ёки субъектлар (харидор корхона, турли юридик шахслар) ва бошқа шу кабилар. Маркетинг функциялари ва концепциялари умуман олганда корхона фаолиятини ривожлаштириш ва такомиллаштиришга қаратилган бўлиб, улар корхонанинг бошқа функциялари амалга оширмайдиган барча вазифаларни бажарадилар. Рақобатчи корхоналар фаолиятини таҳлил қилиш ҳам табиийки маркетинг функциялари томонидан амалга оширилади. Бу таҳлилда рақобатчининг кучли, кучсиз томонлари, афзалликлари ва камчиликлари аниқланади ва унга қарши ишлар стратегияси ва тактикаси

тузилади. Яна бир хихат, дилерликда икки хил юридик шахс бир корхона ишлаб чиқарган бир хил махсулотни сотади, яъни асосий рақобатчи куч бўлиб муҳит ва сервис хизмат кўрсатиш даражаси юзага чиқади. Автомобил дилерлари ўртасида эса автомобил маркасининг айтилиши дамда мавжудлиги ёки мавжуд эмаслиги, зарур модификация ва рангдаги автомобилнинг борлиги ва истеъмолчиларга географик жойлашув жиҳатларидан қулайлиги ҳам асосий омил саналади. Юқоридаги шартларни бажариш эса чуқур маркетинг тадқиқотларини ва ишлаб чиқарувчи режаларини тўғри қўллай билишни ташкил этиш лозим.

Масалан, бирон бир "Асака Автомобил заводи" акциядорлик жамияти дилери

№х1а автомобилнинг реклама ролигини танлади. Реклама материали сифатида қизил оддий кўриниши берилган "Асака Автомобил заводи" эса ҳудуд шундай *рангни ва типни конвейердан* чиқармай қўйди. Бу рекламадан тесқари реакциянинг юзага келишига олиб келади. Чунки кўпчилик харидорлар айнан рекламада кўрсатилган автомобил харид қилиш истагидалар, айнан ўша билан таъсирландилар, лекин автосалонларда ва ҳатто заводда ҳам ундай автомобил мавжуд эмас. Бу ҳол дилер корхона ва ишлаб чиқарувчи номига доғ тушишига олиб келади. Бошқа маркадаги автомобил харид қилишлари ёки умуман бошқа автосалонга муносабат қилиш ҳоллари ҳам бўлиши мумкин.

Рақобатчилар томонидан бўлган хавф турлича кўринишда бўлиши мумкин. Бошқа томондан қараганда "Наманган-Автотеххизмат"га барча автомобил сотаётган субъектлар рақобатчи ҳисобланадилар. Ҳатто "Асака Автомобил заводи"нинг ўзи ҳам "Наманган-Автотеххизмат"нинг рақобатдаги ўрнини белгилаши мумкин. Масалан ишлаб чиқарувчи автосалонларга автомобилларни бир неча кун кечроқ етказиб берди. Бу ҳол ҳам корхона яъни, "Наманган-Автотеххизмат" имижига катта таъсир кўрсатади. Бунинг таъсири билан харидор кейинги харидини бошқа автосалондан амалга ошириши мумкин. Барчамизга яхши таниш бўлган "Роҳат" автосалонини

олайлик. "Автотеххизмат" тизимига тегишли ушбу автосалон замонавий, турли стендлар билан бойитилган, рекламалар қилиниб борилади ва ҳоказо, лекин шаҳар марказидан анча узоқда жойлашган. У ерга аридор автомобил учун аниқ маблағни йиғиб қатъий қарорга келгандан сўнг боради. У автосалоннинг керакли бўлган автомобилни топиб бермасликка ҳаққи йўқ.

"Наманган-Автотеххизмат" автосалони аҳоли гавжум туманда, ҳар бир йўловчи юриб савдо ва кредит шартлари билан танишиш имкони бор ҳудудда жойлашмаган. Эҳтиёжни бевосита қондирилган талабга айлантириш ■имкониятлари ҳам мавжуд.

Автосалондаги сервис юқори даражада бўлиши ва мижозлар доимо кўнгли тўқ ҳолда тарк этишларининг асосий шarti бу автосалон персонали вадизайнидир. "Наманган-Автотеххизмат" тизимидаги сервисни гапирганимизда бевосита

автомобилларга кўрсатилаётган техник хизматни ҳам назарда тутиш лозим.

Замонавий компьютер диагностикаси жиҳозлари билан қуролланган,

"Наманган-Автотеххизмат" кафолатли хизмат кўрсатиш техник маркази моҳир авточилангарлари ҳар бир ҳайдовчининг кўнглига йўл топа оладилар.

Корхона асосий фаолияти, аслида автомобилларга техник хизмат кўрсатиш бўлган эди. Ҳозирда дилерлик томон оғиб кетган ва товар айланмасининг асосини томобиллар сотишдан тушган маблағлар ташкил қилади.

Корхона ривожланиши босқичида таъмирлаш устахоналар сонини купайтирса ва улар иш сифатини рақобатчиларникидан паст бўлмаган даражада ташкил қилсалар, тизимга бўлган ишонч ва ҳурмат янада кўпроқ бўлар эди. Корхоналардаги сервис уларнинг кўрсатаётган хизматлари ёки сотаётган маҳсулотларига қараб турлича бўлади. Автомобиллардаги сотувдан кейинги сервислар яъни:

- мунтазам техник кўрикдан ўтиш;

Истеъмолчиларга қулайлик сифатида Давлат йўл назорати инспекцияси инспекторларининг автосалоннинг ўзида давлат рақамини

зеришларини ташкил этиш оврагарчиликларни анча камайтирган бўлар эди. ШСервис даражасини ошириш элементи бўлиб харидорларга турл сувенирларни улашишни ҳам айтсак бўлади.

3.2. "Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамиятида маркетинг фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш йўллари

Маркетинг амалиётида мамлакатимиз иқтисодий салоҳиятини ошириш борасида янги соҳа - хизмат кўрсатиш маркетинги тобора кенг қулоқ ёймоқда.

Ривожланган хорижий мамлакатларда хизмат кўрсатиш тизимининг ялпи ички маҳсулотлардаги ҳиссаси 60-80 %га тенг. Фақат шугина эмас. Хизматлар бозорида иқтисодиётда банд аҳолининг салкам 70 %и ишласа, аҳолининг истеъмол харажатлари таркибида эса ушбу соҳа 50-60% ни ташкил этади. Шунинг учун бизда ҳам мамлакат миқёсида хизмат кўрсатиш ва сервис тармоғини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда .

Кейинги 5 йил ичида унинг ялпи ички маҳсулот таркибидаги улуши 38,5% дан ошгани хусусан, транспорт ва алоқа тармоқлари бўйича хизмат кўрсатиш ҳажми 1,5 баробар, суғурта хизматлари 5 марта, лизинг операциялари қарийб 6 марта, аудиторлик хизмат кўрсатиш пул билан ҳисобланганда, 9 марта ўсгани шундан далолат беради. Айниқса, кейинги йилларда телекоммуникация алоқаси ва молия, банк тизимида хизматларнинг янги турлари тез суръатлар билан ривожланаётгани қувонарли ҳолдир.

Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 апрелдаги "Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори муҳим ўринга эгадир. Қарорда кўрсатилишича, хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш учун қулай шароит яратиш, унинг иқтисодиётдаги улушини ошириш, хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларида банд бўлганлар сонини кўпайтириш ва шу асосда аҳоли даромадларини

ошириш ҳамда ички истеъмол бозорини замонавий, сифатли турли-туман хизмат турлари билан тўлдириш мақсадида:

- хизматлар кўрсатиш соҳасида тадбиркорларнинг фаоллигини янада кўпайтириш учун қулай шароитлар яратиш, жумладан, бу борадаги расмийлик тўсиқларини бартараф этиш ва шу асосда хизматлар хажмининг юқори суръатларда ўсишини таъминлаш ҳамда 2010 йилгача уларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини 49 фоизга етказиш;
- 2006-2010 йилларда хизматлар кўрсатиш соҳасида банд бўлган аҳоли сонини 1,6 марта кўпайтириш;
- мамлакатимиз корхоналарининг халқаро бозордаги хизматлари даражаси ва сифатини ошириш ҳамда шу асосда хизматлар экспортини кўпайтириш хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришнинг асосий йўналишларидан бири ҳисобланади.

Президентимиз таъкидлаганидек, - "...бизда ҳали ишга туширилмаган катта имкониятлар мавжуд. Буни аниқса, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳалари ривожининг орқада қолаётганида кўришимиз мумкин. Узингиз таққослаб кўринг, хизмат кўрсатиш соҳасининг улуши тараққий топган мамлакатларнинг ялпи ички маҳсулоти таркибида, масалан, Америка Қўшма Штатларида 80 фоизга, Буюк Британия, Канада, Францияда 70 фоиздан зиёд, Германия, Италия, Японияда 68 фоизга тенг бўлса, Ўзбекистонда бу ■кўрсаткич улардан деярли икки баробар кам" .

Қуйидаги чора-тадбирлар ушбу хизматлар соҳасини ривожлантиришга ■имкон бермоқда, яъни:

- 1992-2005 йилларда соғлиқни сақлаш, таълим, болалар спортини ■ривожлантириш, компьютерлаштириш ва ахборот коммуникация технологиялари, коммунал хизматлар, уй-жой қурилиш, қишлоқ инфратузилмасини ривожлантириши билан бандликнинг минтақавий дастурлари, кичик бизнесни ривожлантириш, банк соҳасини ислоҳ қилиш ва 1 бошқа тармоқ дастурларини амалга ошириш;

- депозитар тизим, аудиторлик, лизинг, реклама, адвокат, консалтинг, суғурта фаолиятлари, микромолиялаштириш ва кредит уюшмаларини ташкил этиш каби янги бозор институтларининг ҳуқуқий ва ташкилий асосларини яратишга йўналтирилган чора-тадбирлар;
- транспорт коммуникацияси, телефон алоқа станциялари ва линияларини ривожлантириш бўйича хорижий инвестицияларни жалб қилиш, меҳмонхоналар тармоғини, туризмни ривожлантириш, қишлоқ аҳоли масканларини ичимлик суви ва газ билан таъминлаш дастурларини амалга ошириш бўйича амалий чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ва ҳоказолар.

Ўзбекистон Республикасида 2005-2010 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантиришнинг давлат дастури ишлаб чиқилган бўлиб, унинг асосий кўрсаткичлари таҳлили шуни кўрсатадики, хизматлар умумий ҳажмининг ялпи ички маҳсулотдаги салмоғи 2005 йилдаги баҳолашга кўра 24,5% дан 2010 йилгача 42,3% га ўсишини таъминлаш кўзда тутилган (3.1-жадвал). Республика ҳудудларида қўшимча тарзда 12,8 мингта маиший хизмат кўрсатиш корхоналари тармоғини ташкил этиш ва 2010 йилда уларнинг сони 20 мингтага етказиш мўлжалланган.

Аҳолига кўрсатиладиган транспорт хизматлари ҳажми 2010 йил охирига бориб 2,1 баробар ошириш, шу жумладан, қишлоқ жойларда 1,8 баробарга ошириш кўзда тутилган.

Молия ва банк хизматларининг умумий ҳажмини йилда 2005 йилга нисбатан 1,8 баробарга ошириш ва уларнинг ялпи ички маҳсулотдаги (салмоғини 1,5% га ошириш режалаштирилади.

Аҳолининг банк хизматларидан фойдаланишини таъминловчи банклар, уларнинг филиаллари ва мини-банклар, махсус жамғарма кассалари тармоғини кенгайтириш мўлжалланади.

Хизматлар соҳасида банд бўлган ишчилар сонини (барча хизмат турларини қўшган ҳолда) 2010 йилга бориб 2005 йилга нисбатан 59,8% ошириш ва 3643

минг кишига етказиш режалаштирилади. Бунда қишлоқ жойларда хизматлар соҳасида банд бўлган аҳоли сони нисбатан тез суръатлар билан ўсиши кўзда тутилган.

Ушбу чора-тадбирларни амалга ошириш иқтисодий ўсишни таъминлаши билан бир қаторда аҳоли турмуш даражасини кўтаришга кенг имкониятлар беради.

Корхонада маркетингнинг асосий мақсади берилган вақт чегарасида ва фаолияти маблағлар билан таъминланиши доирасида рентабелликни таъминлаш ва белгиланган хўжалик ҳисобидаги фойдани олишдан иборат.

Маркетингнинг тан олинган етакчиларининг асосий мақсадлари қуйидагилардан иборат³¹:

- сотиш ҳажми;
- ўсиш (сотиш ва фонда ҳажмининг) суръати;
- бозордаги улуш;
- режалаштирилган фойда, у фойда миқдори, фойдани сотиш ҳажмига нисбати, бутун сармояга фойданинг меъёри, фойданинг ҳиссадорлик сармояга муносабати ва ҳ.к.да акс эттирилиши мумкин;
- сармоянинг таркиби, яъни ёрдамга берилган сармояларни активларнинг умумий миқдорига нисбати.

Қўйилган мақсадларга мувофиқ маркетингнинг бозор вазиятларини кўпроқ, илмий-техник тараққиёт томонидан аниқланадиган талабнинг тўлов қобилияти ва товарнинг ўз таркибидаги тенденцияларини башорат қилишга мўлжалланганлини қўллаб-қувватлаш даркор.

Корхоналарда маркетингни тадбиқ этишнинг мамлакатимиз ва хориж тажрибаси шуни кўрсатадики, маркетингни ташкил қилиш - бу махсус расмий ажратилган бўлинма бўлмай, унга топширилган белгиланган вазифаларни, одатда корхонада ҳозирги вақтгача бажармаганлар ёки қисқача бажарганлар.

Ҳаммадан аввал, бу корхона фаолиятини бозорга қайтадан мўлжаллаштириш, ишлаб чиқариш талабларига анъанавий қайтадан мўлжаллаштиришдан бозор

талабларига мўлжаллаштиришга ўтиш. Бу, албатта, муқобил тушунча эмас. Улар ўзаро яқиндан боғланган, бозорга мўлжаллаштириш - корхона фаолиятидаги энг юқори поғона, қачонки у илғор технологияда қолган ҳолда, унинг талабларига қўшилмай, балки унинг якуний мақсади - бозор талабига кирганида.

Мамлакатимиз тажрибаси кўрсатишича маркетинг хизматларини қуриш турли хил тартибда амалга оширилиши мумкин. Аммо таъкиддаш керакки, бундай хизмат, қоидага кўра, босқичма-босқич, корхонанинг турли хил бўлинмаларига тарқатиб юборилган маркетингнинг барча асосий турларида, балки қўйилган талаблар (асосий ўлчамлар ёки таърифловчи маркетинглар) даражаларида ўрганишни аниқлашдан бошланади. Шунга мувофиқ, маркетинг ўз ичига корхонани унинг асосий вазифаларига жавоб берувчи белгиланган тузилмасини қуриш ва корхонанинг асосий мақсадларига эришиш учун турли хил бўлинмаларни мувофиқлаштиришни таъминлаш ишларини ўз ичига олади. Маркетинг фаолиятининг тажрибаси кўрсатадики, маркетинг хизматлари директорларининг ҳуқуқдари доираси ва роли турли хил корхоналарда бутунлай бир бирига ўхшамайди. Бирларида, маркетинг-директорлар сотиш хизматига раҳбарлик қилиш, рекламага ва бозорнинг тадқиқоти бўйича ишни ташкил қилишга маблағларни тақсимлаш билан чекланадилар. Бошқасида, маҳсулотлар навларини аниқлаш ва режалаштириш, нархларни белгилаш, сотиш тизимини қайта ташкил қилишда иштирок этадилар.

Корхоналарда маркетингни тадбиқ этишнинг мамлакатимиз ва хориж тажрибаси шуни кўрсатадики, маркетингни ташкил қилиш - бу махсус расмий ажратилган бўлинма бўлмай, унга топширилган белгиланган вазифаларни, одатда корхонада ҳозирги вақтгача бажармаганлар ёки қисқача бажарганлар.

Ҳаммадан аввал, бу корхона фаолиятини бозорга қайтадан мўлжаллаштириш, ишлаб чиқариш талабларига анъанавий қайтадан мўлжаллаштиришдан бозор талабларига мўлжаллаштиришга ўтиш. Бу, албатта, муқобил тушунча эмас.

Улар ўзаро яқиндан боғланган, бозорга мўлжаллаштириш - корхона фаолиятидаги энг юқори поғона, қачонки у илғор технологияда қолган ҳолда, унинг талабларига қўшилмай, балки унинг якуний мақсади - бозор талабига кирганида.

Мамлакатимиз тажрибаси кўрсатишича маркетинг хизматларини қуриш турли хил тартибда амалга оширилиши мумкин. Аммо таъкиддаш керакки, бундай хизмат, қоидага кўра, босқичма-босқич, корхонанинг турли хил бўлинмаларига тарқатиб юборилган маркетингнинг барча асосий йўналишларини қамраб олиши керак. "Наманган-Автотеххизмат"

акционерлик жамиятда маркетинг хизматини яратишда босқичма-босқич қуриш мақсадга мувофиқ.

Маркетинг хизматини яратишнинг биринчи босқичида корхонадаги бошқарувнинг мавжуд тартибини тубдан ўзгартирмасдан, балки фақат маркетинг хизматини ажратиб, қайта қуришни амалга ошириш лозим.

"Наманган-Автотеххизмат" акционерлик жамият фаолиятининг маркетинг хизматлари бўйича тахлили кўрсатадики, бажарилаётган вазифаларнинг асосий қисми тижорат хизматлари бўлинмалари зиммасига юклатилган.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Битирув малакавий иши юзасидан хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, миллий иқтисодиётда хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантириш орқали мамлакат ялпи ички маҳсулот ҳажмини оширишга аҳолининг иш билан бандлигини таъминлашга ҳамда мамлакат аҳолисининг реал даромадларини кескин оширишга эришилади.

Хизмат кўрсатиш соҳаси ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар ҳамда бозор иқтисодиётига ўтаётган мамлакатларнинг иқтисодиётида муҳим ўрин эгаллайди.

Хизмат кўрсатиш корхоналарнинг ривожланиши миллий иқтисодиётда аҳолининг иш билан бандлигини таъминлаш ва хизмат кўрсатиш ҳажмини ошириш орқали аҳолининг турмуш даражасини янада яхшилашга ижобий таъсир кўрсатади.

Ҳозирги пайтда хизмат кўрсатиш корхоналарини молиявий аҳволини яхшилаш уларда бошқарув жараёнини ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш масалалари муаммоли масалалар ҳиобланади. Бу муаммоли масалалар хизмат кўрсатувчи корхоналарнинг хўжалик фаолиятини самарали юритиш йўлида турган асосий назарий ва амалий муаммо ҳисобланади.

Мамлакатимиз Президенти И.Каримов ўзларининг чиқишларида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратиб, "Биз иқтисодиётимиз таркибида хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратишимиз лозим.

Бугунги кунда мазкур соҳа ялпи ички маҳсулотнинг 2013 йилда 43.3 фоизи яратилганлиги ҳамда ушбу соҳада иқтисодиётда банд бўлган меҳнатга лаёқатли аҳолининг қарийб 58 фоизидан ортиғи фаолият юритаётганлиги фикримизнинг далилидир².

Ривожланган хорижий мамлакатларда хизмат кўрсатиш тизимининг ялпи ички маҳсулотдаги ҳиссаси 60-80 фоизга тенг. Фақат шугина эмас. Хизматлар бозорида иқтисодиётда банд аҳолининг салкам 70 фоизи ишласа,

² И.А.Каримов "Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида....." Т."Ўзбекистон" 70.б.

аҳолининг истеъмол харажатлари таркибида эса ушбу соҳа 50-60 фоизни ташкил этади. Шунинг учун бизда ҳам мамлакат миқёсида хизмат кўрсатиш ва сервис тармоғини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Кейинги беш йил ичида унинг ялпи ички маҳсулот таркибидаги улуши 38,5 фоиздан ошгани, хусусан, транспорт ва алоқа тармоқлари бўйича хизмати кўрсатиш ҳажми 1,5 баравар, суғурта хизматлари 5 марта, лизинг операциялари қарийб 6 марта, аудиторлик хизмат кўрсатиш, пул билан ҳисоблаганда, 9 марта ўсгани шундан далолат беради. Айниқса, кейинги йилларда телекоммуникация алоқаси ва молия-банк тизимида хизматларнинг янги турлари тез суръатлар билан ривожланаётгани қувонарли ҳолдир.

2006 йил 17 апрелда Президентимизнинг "Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори қабул қилингани айни муддао бўлди. Бу ҳужжатнинг аҳамияти шундаки, унда тармоқдаги кимчиликлар рўй-рост очиб ташланди ҳамда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари аниқ белгилаб берилди. Ушбу йўналишлар куйидагилардан иборат.

Аввало, тармоқда тадбиркорларнинг фаоллиги янада кучайтирилади. Бунинг учун уларга қулай шароитлар яратилиб (тадбиркорларга имтиёзли кредитлар ажратилади, хизматлар кўрсатаётган юридик шахслар эса 2006 йил 1 апрелдан бошлаб уч йил муддатга даромад (фойда) солиғи ва ягона солиқ тўлашдан озод этилади), бу борадаги расмийлик тўсиқларига барҳам берилади. Натижада 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган аҳоли сони 1,6 марта кўпайтирилади, хизматлар ҳажмининг юқори суръатларда ўсишини таъминлаш ҳисобига тадбиркорларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 51 фоизга етказилади.

Белгиланган давр ичида, шунингдек, қишлоқ жойларда коммунал-маиший, уй-жойларни таъмирлаш ва қуриш, сувдан фойдаланиш, ветеринария, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини тайёрлаш ва машина-трактор парклари соҳасидаги хизматлар ҳажми ва турлари ошириб борилади; юридик,

консалтинг, банк, молия, суғурта, лизинг ва баҳолаш каби янги истиқболли хизмат турлари жадал ривожлантиралади; мамлакатимиз корхоналарининг халқаро бозордаги хизматлари ва уларнинг сифатини ошириш асосида хизматлар экспорти кўпайтирилади; хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасида ишлайдиган кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш масаласи ҳар томонлама қўллаб-қувватланади.

Бундан ташқари, Қарорга кўра, хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини 2006-2010 йилларда ривожлантириш Дастурининг асосий кўрсаткичлари ва тадбирлари тасдиқланди. Бу Дастурга мувофиқ эса, тармоқ ва ҳудудий дастурлар қабул қилинади.

Республикамизда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришда янги босқич бошланди. Бу борада белгиланган дастурларнинг ижроси туфайли эса тармоқнинг иқтисодиётдаги улуши янада ортади, унда банд бўлганлар сони кўпаяди, шу асосда аҳоли даромадларини ошириш, ички истеъмол бозорини замонавий, ҳар хил сифатли хизмат турлари билан тўлдириш имкони яратилади.

Мамлакатимизда 2005-2010 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантиришнинг асосий жиҳатлари асосан 5 йил мобайнида хизматларни ўсиш суръати 2,1 бараварни, шу жумладан қишлоқ жойларда 2,4 бараварни, шу соҳада банд бўлган аҳоли қарийб 1,5 марта кўпайишини алоҳида таъкидлаш жоиздир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2009. – 56 б.
2. Каримов И.А. Энг асосий меъзон – ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш. Т.: Ўзбекистон, 2009. – 24 б.
3. Каримов И.А. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислоҳот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2010. – 64 б.
4. Каримов И.А. Ўзбекистоннинг 16 йиллик мустақил тараққиёт йўли. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2014. – 48 б.
5. Каримов И.А. Демократик ҳуқуқий давлат, эркин иқтисодиёт талабларини тўлиқ жорий этиш, фуқаролик жамияти асосларини қуриш – фаровон ҳаётимизнинг гаровидир. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2014. – 64 б.
6. Каримов И.А. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2013. – 60 б.
7. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2012. – 96 б.
8. Каримов И.А. Эришилган марраларимизни мустаҳкамлаб, ислоҳотлар йўлидан изчил бориш – асосий вазифамиз. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2004. – 64 б.
9. Каримов И.А. Ўзбекистон ХХI асрга интилмоқда. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2000. – 352 б.
10. Каримов И.А. Ўзбекистон буюк келажак сари. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 1998. – 686 б.
11. Каримов И.А. Биз келажакимизни ўз қўлимиз билан қурамиз. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 1996. – 410 б.

12. Каримов И.А. Ўзбекистон: миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат мафкура. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 1996. 364 б.
13. Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 1995. – 269 б.
14. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2010 . – 40 б.
15. Ўзбекистон Республикасининг Солиқ Кодекси. Расмий нашр. – Тошкент: “Адолат”, 2010 . – 692 б.
16. Ўзбекистон Республикасининг «Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида»ги қонуни, 2000 йил 25 май.
17. Ўзбекистон Республикасининг “Мулк тўғрисида”ги қонуни, 1994 йил 31 октябрь.
18. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик ва тадбиркорлик фаолияти кафолатлари тўғрисида”ги қонуни, 1999 йил 14 апрель.
19. Ўзбекистон Республикасининг «Хусусий корхона тўғрисида»ги қонуни, 2003 йил 11 декабрь.
20. Ўзбекистон Республикасининг «Кредит уюшмалари тўғрисида»ги қонуни, 2002 йил 4 апрель.
21. Алимардонов М.И. Тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришга солиқ тизимининг таъсири. – Тошкент Молия институти, 2003. - 233 б.
22. Абдурахманов О.К. Налоговая система зарубежнўх стран. Монография. – М.: Изд-во «Палеотип», 2012. – 356 с.
23. Акрамов Э.А. Корхоналарнинг молиявий ҳолати таҳлили. –Тошкент: Молия, 2003. - 224 б.
24. Александров И.М. Налоговўе системў России и зарубежнўх стран. – М.: Бератор-пресс, 2002. – 192 с.
25. Белоусова С.В. Оптимизация и минимизация налогообложения. – М.: Вершина, 2013. – 123 с.
26. Бусўгин А. В. Предпринимательство: Основной курс. - М.: Инфра-М, 1999. - 608 с.

- 27.Веснин В.Р. Основы финансового анализа и финансового менеджмента на предприятии в условиях рынка. Ч-1, -М.: Знание, 2001. - 64 с.
- 28.Вилкен П.Х. Предпринимательство: история и современность. Нью-Йорк: 1998. -342 с.
- 29.Маликов Т. Солиқлар ва солиққа тортишнинг долзарб масалалари. – Тошкент: “Академия”, 2002. – 204 б.
30. Маликов Т.С. Солиқ юкининг оғирлигини кескин камайтириш керакми? – Тошкент: Алишер Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси нашриёти, 2013. – 32 б.
31. Мехерякова О. Налоговые системы развитых стран мира: справочник. – М.: «Правовая культура», 2003. – 240 с.
32. Тошмуродова Б. Солиқлар воситасида иқтисодиётни бошқариш механизми. – Тошкент: “Янги аср авлоди”, 2002. – 128 б.
33. Тошмуродова Б. Солиқ муносабатларини оптималлаштириш – Тошкент Молия институти, 2012. – 265 б.
- 34.Уилсон П. Финансовый менеджмент в малом бизнесе. «Аудит» ЮНИТИ. М.1995.
35. Яхёев Қ.А. Солиққа тортиш назарияси ва амалиёти. – Тошкент: Тошкент Молия институти, 2003. – 247 б.
36. Ҳайдаров Н.Ҳ. Солиқлар ва солиққа тортиш масалалари: Ўқув қўлланма. – Тошкент: “Akademiya”, 2014. – 256 б.