

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/28.02.2022.I.18.01
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ
САМАРКАНДСКОМ ИНСТИТУТЕ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА**

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

РУЗИЕВА НИГИНА БАХТИЁРОВНА

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ИННОВАЦИОННОГО
РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ**

08.00.05. – Экономика отраслей сферы услуг

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ
ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD) ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ НАУКАМ**

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

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

**Content of dissertation abstract of doctor of philosophy (PhD)
in economic sciences**

Рузиева Нигина Бахтиёровна

Совершенствования организационно-экономического механизма
инновационного развития сферы услуг 3

Ruziyeva Nigina Baxtiyorovna

Xizmat ko'rsatish sohaning innovatsion rivojlanishi tashkiliy-iqtisodiy
mexanizmini takomilshtirish 27

Ruziyeva Nigina Bakhtiyorovna

Improving the organizational and economic mechanism for innovative
development of the service sector 49

E'lon qilingan ilmiy ishlar ro'yxati

Список опубликованных работ
List of published works 53

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/28.02.2022.I.18.01
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ
САМАРКАНДСКОМ ИНСТИТУТЕ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА**

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

РУЗИЕВА НИГИНА БАХТИЁРОВНА

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ИННОВАЦИОННОГО
РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ**

08.00.05. – Экономика отраслей сферы услуг

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ
ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD) ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ НАУКАМ**

Тема диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Министерстве высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан за номером B2021.4.PhD/Iqt916
Диссертация выполнена в Самаркандском институте экономики и сервиса.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещен на веб-сайте Научного совета (www.sies.uz) и информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель: **Абдукаримов Баратали Абдукаримович**
кандидат экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Уразов Комил Бахромович**
доктор экономических наук, профессор

Сафаров Боходирхон Шахриёрович
доктор экономических наук, профессор

Ведущая организация: **Самаркандский государственный университет имени Шарофа Рашидова**

Защита диссертации состоится “_____” _____ 2024 года в _____ на заседании научного совета PhD.03/28.02.2022.I.18.01 по присуждению ученой степени при Самаркандском институте экономики и сервиса. Адрес: 140100, г.Самарканд, ул. Амир Темура, 9. Тел: (998 66) 233-19-84; Факс:(998 66) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Самаркандского института экономики и сервиса (зарегистрировано № _____). Адрес: 140100, г.Самарканд, ул. Амир Темура, 9. Тел: (998 66) 233-19-84; Факс:(998 66) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

Автореферат диссертации разослан «_____» _____ 2024 года.
(протокол реестра № _____ от «_____» _____ 2024 года).

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

Ш.О.Кувандиков
Ученый секретарь научного совета по присуждению ученых степеней,
д.э.н., доцент

М.М.Мухаммедов
Председатель научного семинара при научном совете по присуждению ученых степеней,
д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В современном мире экономическая деятельность в сфере услуг характеризуется стремительной трансформацией, обусловленная усложнением и цифровизацией бизнес-процессов, хозяйственных отношений, формированием новых моделей взаимоотношений электронной торговли. Сфера оказания услуг является инновационной сферой, поскольку развитие цифровых и коммуникационных технологий динамично происходит именно в ней. «В экономически развитых странах, доля сферы услуг и сервиса в валовом внутреннем продукте составляет 65-80%, а инвестиции в науку и инновационную деятельность 3,0%¹». На сегодняшний день инновационное развитие сферы услуг, особенно внедрение организационно-экономических механизмов цифровизации и эффективного развития электронной коммерции, считается одной из актуальных проблем.

В мире в целях совершенствования (разработки) эффективных организационно-экономических механизмов инновационного развития сферы услуг на приоритетном уровне рассматриваются исследования в таких направлениях, как цифровизация и развитие технологий искусственного интеллекта, рациональная организация производства и повышение производительности труда в соответствии с клиентоориентированным подходом. В связи с этим все большее значение приобретают исследования на тему углубления социальной направленности отрасли, расширения вида экологических услуг, организации цифровизации и искусственных технологий для повышения качества обслуживания, повышения эффективности инновационного управления хозяйствующими субъектами.

В процессе становления Нового Узбекистана в нашей стране были приняты комплексные меры по повышению качества сферы услуг на новый уровень, росту эффективности и качества производства, внедрению современной системы управления, внедрению в отрасль цифровых технологий. В результате реализованных мер Узбекистан впервые вошел в тройку наиболее передовых стран Центральной и Южной Азии по «Глобальному инновационному индексу 2022 года»². Уже на последующем этапе в рамках достижения 52 цели Стратегии развития Нового Узбекистана определены задачи: “улучшение позиции Узбекистана по низким индикаторам, зафиксированным в Глобальном инновационном индексе, создание широких возможностей по всем направлениям для реализации инновационных проектов, внедрение современных механизмов поддержки исследований и инновационных инициатив»³. В связи с этим целесообразно на приоритетном уровне проведение исследований в направлении совершенствования организационно-экономических механизмов обеспечения

¹ <http://www.worldbank.org/eca/russian/data/>

² <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>

³ Ш.М.Мирзиев. Стратегия Нового Узбекистана. Издательство «Узбекистан», 2021. С.157

инновационного развития субъектов хозяйствования по эффективности управления, применения современных методов управления в сфере, совершенствования методических основ оценки эффективности услуг.

Данная диссертационная работа в определенной степени служит реализации задач, определенных в Указах Президента Республики Узбекистан за № УП-60 от 28 января 2022 года «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы» и № УП-6318 от 30 сентября 2021 года «О дополнительных мерах по поддержке сферы услуг», за УП-165 от 06.07.2022 г. «Об утверждении стратегии инновационного развития республики Узбекистан на 2022 — 2026 годы», Постановлениях Президента Республики Узбекистан № ПП-104 от 27.01.2022 «О дополнительных мерах по развитию сферы услуг» и в других нормативных правовых документах, относящихся к данной области.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Данная диссертация была выполнена в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий Республики Узбекистан I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

Степень изученности проблемы. Теоретико-методологические аспекты разработки организационно-экономического механизма инновационного развития сферы услуг были исследованы многими зарубежными учеными такими, как А.Смит, П.Самуэльсон, Д.Белла, Э.М.Агабабян, Б.М.Ракитский, В.М.Рутгайзер, Г.С.Саркисян, Р.Ф.Гатауллина, В.И.Иноземцева, В.В.Котилко, С.В.Шишкина, И.И.Дюмулена, Д.Львова, Т.Н.Софиной, П.Н.Завлин, Ю.В.Перевалов, И.М.Голова, А.Ф.Суховой, Е.В.Мартынюк, Л.П.Гончаренко, Ю.А. Артуюнов, Л.К.Павлов, Е.В.Силкина⁴ исследованы вопросы инновации, инновационной политики в регионах, управления инновационной деятельностью в условиях рыночной экономики.

Среди отечественных ученых изучению этих проблем посвящены работы М.К.Пардаева, М.Э.Пулатова, М.М.Мухаммедова,⁵ Ж.Р.Зайналова,

⁴ Завлин П.Н. Инновация в рыночной экономике / Гуманитарные науки 1997 №3. С. 3-10; Перевалов Ю.В., Голова И. М., Суховой А. Ф. Инновационная политика в регионе: организационно-правовые аспекты. Препринт Екатеринбург: ИЭ УрО РАН 1996.-50 с.; Мартынюк Е. В. Финансирование инновационной деятельности в России // Предпринимательские и социально-экономические проблемы России: сб.науч.трудов / под общ.ред. Раппорта А.Н.-М.: ЗАО «Изд-во Экономика», 2000.-С.56-70.; Л. П. Гончаренко, Ю. А. Артуюнов. Инновационная политика –М.: КНОРУС, 2009.-352.; Л.К. Павлов. «Инвестиции инновационного типа» Журнал «Экономист» Москва № 7 2008 стр. 34-37.; 50. Е.В. Силкина Белорусский государственный университет, Минск [Материалы международного форума «Инновационные технологии и системы»: — Минск: ГУ «БелИСА», 2006. — 156 с.]

⁵ Пардаев М.К., Исроилов Ж.И., Гаппаров А.К. Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий таҳлили такомиллаштириш муаммолари. Рисола. Самарқанд. «Зарафшон», 2009. - 66 б.- 4,1 б.т.; Пулатов М.Э., Мирзаев Қ.Ж., Султонов Ш.А., Шавқиев Э. Глобал иқтисодий ривожланиш (туризм иқтисодиёти). Ўқув кўлланма.Т.: Фан ва технология, 2018. - 296 б.; Мухаммедов М.М. и др. Экономика торговли. Самарқанд.1998.с.282; Тухлиев И.С., Хайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. – Т.: Фан ва технология, 2014. - 332 б.; Зайналов Д.Р. Услуги и сервис как экономическая категория. // «Сервис» журналы. Самарқанд: 2009, 1-сон. 70-77 бетлар. – 0,6 б.т.; Адукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик, II қисм Т.: «Фан ва технология». 2008.; Асланова Д.Х. Трудоёмкость продукции общественного питания и резервы её снижения: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук- Киев. 1992 – С. 20. Алиева М.Т. Совершенствование менеджмента туристической индустрии в Узбекистане. 2019 г.

К.Ж.Мирзаева, Б.Ш.Сафарова, Б.А.Абдукаримова, Д.Х.Аслановой, Ж.И.Исроилова, М.Т.Алиевой⁶ и других. Однако научно-исследовательская работа по совершенствованию исследований, связанных с внедрением инновационных методов развития, основанных на научно-деловой кооперации (модели S2B) деятельности сервисных организаций в новом сегменте страны HoReCA не ведется на достаточном уровне. Все это стало основанием для выбора темы данной диссертации.

Взаимосвязь диссертационного исследования с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного, где выполнена диссертация. Данное диссертационное исследование выполнено в соответствии с темой плана НИР Самаркандского института экономики и сервиса на 2021-2025 годы «Теоретические и практические проблемы развития сферы услуг в условиях инновационной экономики».

Цель исследования - разработка научных и практических предложений по совершенствованию организационно-экономических механизмов инновационного развития в сфере услуг.

Задачи исследования:

уточнение и разработка авторского определения понятий "инновационное развитие", "инновационная деятельность", "инновационный сервис" на основе анализа экономической значимости и теоретических подходов к инновационному развитию сферы услуг;

определение специфики инновационного развития сферы услуг, организационно-экономического механизма обеспечения инновационного развития сферы услуг и методов оценки его эффективности;

изучение зарубежного опыта инновационного развития сферы услуг в Узбекистане и возможности его использования;

анализ современного состояния и тенденций инновационного развития отраслей сферы услуг в республике;

SWOT анализ инноваций и выявление конкурентных преимуществ на рынке HoReCA;

эконометрический анализ факторов инновационной деятельности ООО «Massa Imprex»;

прогнозирование инновационного развития сферы услуг в Узбекистане;

определение направлений перспективного инновационного развития отдельных видов предпринимательской деятельности в сфере услуг;

⁶ Пардаев М.Қ., Исроилов Ж.И., Гаппаров А.Қ. Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий таҳлилни такомиллаштириш муаммолари. Рисола. Самарқанд. «Зарафшон», 2009. - 66 б.- 4,1 б.т.; Пўлатов М.Э., Мирзаев Қ.Ж., Султонов Ш.А., Шавқиев Э. Глобал иқтисодий ривожланиш (туризм иқтисодиёти). Ўқув кўланма.Т.: Фан ва технология, 2018. – 296 б.; Мухаммедов М.М. и др. Экономика торговли. Самарқанд.1998.с.282; Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. – Т.: Фан ва технология, 2014. - 332 б.; Зайналов Д.Р. Услуги и сервис как экономическая категория. // «Сервис» журналы. Самарқанд: 2009, 1-сон. 70-77 бетлар. – 0,6 б.т.; Адукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик, II қисм Т.: «Фан ва технология». 2008.; Асланова Д.Х. Трудоёмкость продукции общественного питания и резервы её снижения: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук- Киев. 1992 – С. 20. Алиева М.Т. Совершенствование менеджмента туристической индустрии в Узбекистане. 2019 г.

разработка путей совершенствования механизмов обеспечения инновационного развития в отраслях сферы услуг.

Объектом исследования является инновационная деятельность в сфере услуг Республики Узбекистан.

Предметом исследования является совокупность социально-экономических отношений, связанных с управлением организационно-экономическими механизмами инновационного развития в сфере услуг.

Методы исследования. В диссертации используются методы группировки, индукции-дедукции, системного анализа, сравнительного и логического анализа, статистического и факторного анализа, методы стратегического SWOT анализа.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

разработана бизнес-модель «Орзон В2В» в целях управления эффективностью закупок организаций общественного питания, управления платежами и действиями по доставке продукции в соответствии с взаимной выгодой, упрощения выполнения повторных заказов, сбора комиссионных сборов с поставщиков продукции за новые соглашения (контракты);

усовершенствован алгоритм кластеризации торговых организаций по форматам, заданным в кластерной системе, углублению сотрудничества субъектов торговли на основе увеличения объемов оптовой и розничной торговли и по инновационному направлению на основе совместимости В2В, В2С, В2G и системы HoReCa;

обоснованы прогнозные показатели производства продукции по влиянию инновационных факторов на развитие сферы услуг до 2030 года;

усовершенствован маркетинговый подход повышения эффективности инновационной деятельности на основе приоритетности системы закупок-логистики необходимой для производства продукции с учетом специфики сферы услуг.

Практические результаты исследования.

разработано авторское определение инновационного развития организаций в сфере оказания услуг с учетом современных тенденций организации бизнес процессов по модели как S2B;

усовершенствована классификация понятия инновации, основанная на признаках инноваций;

разработана классификация факторов, прямо и косвенно влияющих на развитие сферы услуг, связанных с конъюнктурой рынка и препятствующих развитию инноваций;

уточнены функции в зависимости от видов сферы оказания услуг и целей осуществления.

Достоверность результатов исследования. Достоверность результатов исследования объясняется целесообразностью использованного в исследовании методического подхода и способов, тем, что информация получена из официальных источников, а выводы, предложения и рекомендации проверены на практике, а также полученные результаты используются на практике.

Научная и практическая значимость результатов исследования.

Научная значимость результатов исследования заключается в том, что разработанные выводы и рекомендации служат для разработки классификации составляющих сферы услуг, предложения концептуальной модели инновационной деятельности предприятий отрасли, оценки эффективности работы предприятия, а также служат обогащению научно-теоретической базы научных проектов по данной тематике.

Практическая значимость результатов исследования объясняется тем, что разработанные предложения и рекомендации могут быть использованы для обоснования рекомендаций по эффективному использованию экономических ресурсов предприятий сферы услуг, оптимизации организационно-управленческой структуры предприятий отрасли, для разработки мер по устранению проблем и выполнению поставленных задач.

Внедрение результатов исследования. С помощью полученных научных результатов по совершенствованию организационно-экономических механизмов инновационного развития в сфере услуг:

бизнес-модель «Орзон В2В» в целях управления эффективностью закупок организаций общественного питания, управления платежами и действиями по доставке продукции в соответствии с взаимной выгодой, упрощения выполнения повторных заказов, сбора комиссионных с поставщиков продукции за новые соглашения (контракты) внедрена в деятельность предприятий общественного питания (Справка Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан от 28 августа 2022 года №11/03-15-568). Предложение в определенной степени послужило упрощению обработки заказов по инновационной системе, обеспечению сроков оплаты и доставки продукции согласно контракту, обращению особого внимания интересам мелких производителей, увеличению объемов производства продукции;

усовершенствованный алгоритм кластеризации торговых организаций по форматам, заданным в кластерной системе, углублению сотрудничества субъектов торговли на основе увеличения объемов оптовой и розничной торговли и по инновационному направлению на основе совместимости В2В, В2С, В2G и системы NoReCa в соответствии с рекомендацией Торгово-промышленной палаты внедрен в торговой предпринимательской деятельности, в частности, гипермаркетную деятельность ООО «Massa Imprex» (Справка Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан от 28 августа 2022 года №11/03-15-568). Усовершенствованный алгоритм кластеризации торговых организаций в определенной степени способствовал увеличению размеров объемов розничной торговли регионов и повышению инновационной активности в сфере оказания услуг;

прогнозные показатели производства продукции по влиянию инновационных факторов на развитие сферы услуг до 2030 года опубликованы Торгово-промышленной палатой использованы для дальнейшего улучшения деятельности субъектов предпринимательства (Справка Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан от 28 августа 2022 года

№11/03-15-568). Использование прогнозных показателей послужило в определенной степени повышению уровня точности целевого использования имеющихся ресурсов в сфере, расширению структуры обслуживания с учетом факторов устойчивого развития сферы;

усовершенствованный маркетинговый подход повышения эффективности инновационной деятельности на основе приоритетности системы закупок-логистики необходимой для производства продукции с учетом специфики сферы услуг использованы для дальнейшего улучшения деятельности субъектов предпринимательства (Справка Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан от 28 августа 2022 года №11/03-15-568). Использование предложения позволило обеспечить взаимодействие элементов системы, формируемой по многосторонним отношениям в сфере обслуживания.

Апробация исследования. Результаты исследования обсуждались на 6 международных и 4 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследований. По теме диссертации всего опубликовано 13 научных работ, в том числе 3 статей в научных изданиях, рекомендованных к публикации основных научных результатов докторских диссертаций ВАК, в том числе 3 в республиканских и 1 в зарубежном журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации изложен на 128 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность и необходимость темы диссертации, четко определяются цель и задачи, объект и предмет исследования, соответствие темы научного исследования приоритетным направлениям развития науки и техники республики, широко представлена научная новизна и практические результаты исследования, разъясняется полученная научная и практическая значимость результатов, апробация и внедрение результатов исследования в практику, а также сведения об опубликованных работах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации **«Научно-теоретические основы обеспечения организационно-экономического механизма инновационного развития сферы услуг»** проведено научное исследование сущности, необходимости и социально-экономического значения инновационного развития сферы услуг, ретроспективный анализ экономической значимости и теоретических подходов инновационного развития сферы услуг, особенности инновационного развития сферы услуг на основе анализа данных о научных взглядах ученых относительно усовершенствования некоторых терминов, предложен организационно-экономический механизм инновационного развития предприятий сферы

оказания услуг на основе обобщения понятий, выработано авторское определение.

По нашему мнению, организационно-экономический механизм обеспечения инновационного развития предприятия представляет собой комплекс приемов, методов, инструментов и правил для повышения инновационной активности и стимулирования хозяйственной деятельности с учетом экономических, организационных и юридических факторов для повышения конкурентоспособности предприятия, сферы оказания услуг.



Рис.1. Организационно-экономический механизм инновационного развития предприятий сферы оказания услуг⁷

Организационный механизм состоит из планирования и организации научно-исследовательской деятельности, развития хозяйственной деятельности по модели S2B, формирования каналов распределения и передачи инноваций в процесс оказания услуг. Экономический механизм

⁷ Разработано автором

включает в себя вопросы финансирования и кредитования субъектов, участвующих на всех этапах инновационного развития, налогообложения, страхования, стимулирования развития инновационного процесса, ценообразование на инновационные услуги.

Разработка организационно-экономического механизма, обеспечения инновационного развития предприятия сферы обслуживания, обусловлена усилением конкуренции на рынках. В условиях динамично меняющегося спроса на услуги, в том числе цифровые услуги, развитие которых вызваны расширением электронной торговли, научно-техническим прогрессом, предприятию необходимо постоянно совершенствоваться, внедрять инновации, соответственно, улучшать производственный и организационный процессы.

В странах с развитой рыночной экономикой деловой сектор относительно активен в получении научных результатов, направленных на выполнение и выполнение исследований. То есть в этом секторе экономики приоритет отдается частным исследованиям, которые обеспечат высокую отдачу от инвестиций.

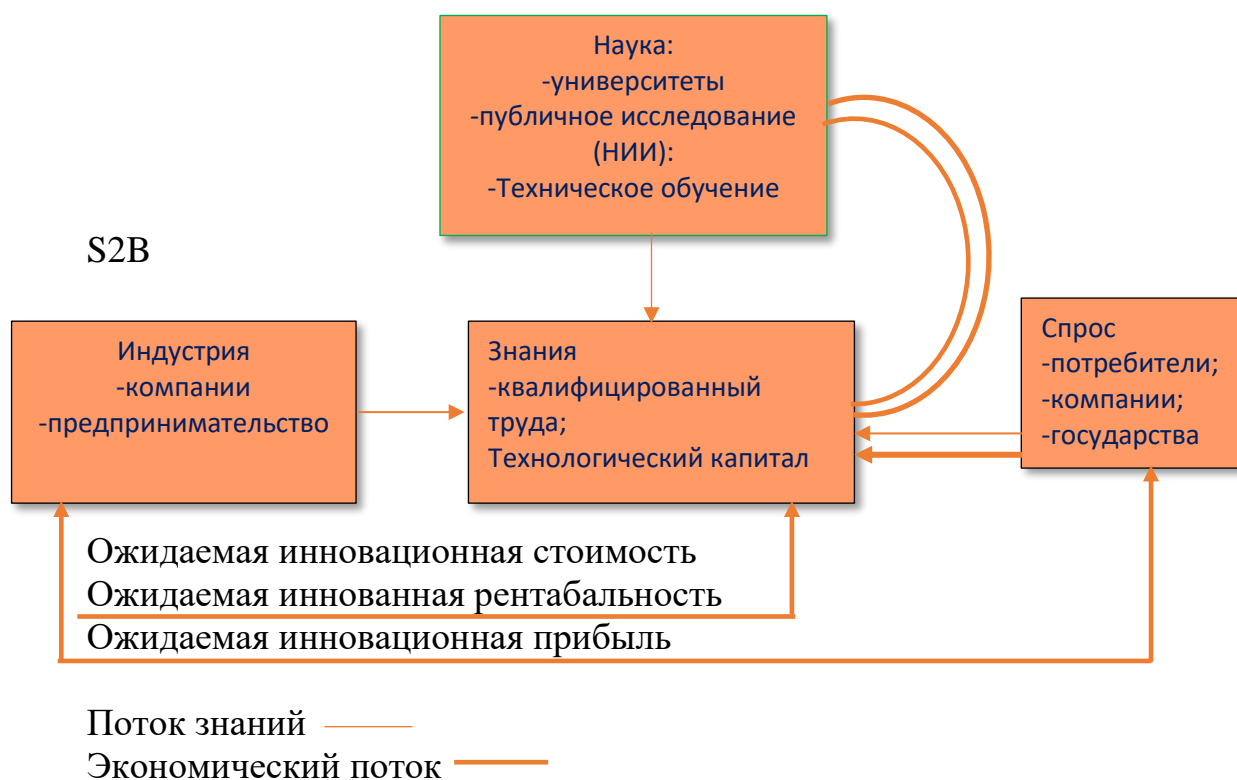


Рис.2. Концептуальные основы инновационного развития⁸

По оценкам экспертов, в развитых странах инновационное развитие характеризуется сильной направленностью, и около 27,0% исследовательских проектов реализуются с высокими экономическими результатами. В целом

⁸ Adapted from (Schmookler, 1962a) and (Kline and Rosenberg, 1986). Note: B2C, business-to-consumer; B2B, business-to-business; B2G, business-to-government

только 0,03% идей и 0,8% проектов, начиная со стадии завершённых НИОКР, имеют положительный финансовый результат.

Изучение зарубежного опыта в области инновационного развития имеет большое практическое значение. Говоря о концепции способов развития инновационной деятельности, следует отметить, что метод - это способ теоретического исследования чего-либо или выполнения этого на практике. Учитывая, что метод - это совокупность действий, применяемых во время реализации деятельности, методы инновационного развития можно описать как систему действий, применяемых для практического осуществления инновационной деятельности. В экономически развитых странах эффективные косвенные методы поддержки инновационной деятельности (налоговые льготы, льготные государственные займы, амортизация) сочетаются с прямыми методами в системе государственного финансирования инновационной деятельности, что является сильным стимулом для развития инновационной деятельности. Этот вид государственной поддержки активно используется во Франции, Австрии, Швеции и подобных странах.

Взаимодействие между заинтересованными сторонами инновационной экосистемы основано на знаниях. Эти потоки знаний накапливаются в инновационной экосистеме и определяют потенциальные инновационные возможности, доступные заинтересованным сторонам, что, в свою очередь, задаёт вектор инноваций. На рис. 2 представлены взаимодействия между компаниями, академическими школами на основе квалифицированного труда и технологического капитала. Научная школа готовит будущих учёных, технологов и предпринимателей, используя знания в университетских или технических образовательных программах, а исследователи вносят новые базовые подходы и применяют эти знания в деятельности компаний, университета или государственного учреждения и их использование способствует увеличению экспериментально-технической базы.

Во второй главе диссертации **«Анализ современного состояния, тенденций и факторов инновационного развития сферы услуг»** рассмотрены и проанализированы состояние и тенденции развития рынка и факторы обеспечения инновационного развития услуг в Узбекистане, рассмотрен потенциал для развития инновационного сегмента рынка услуг для отечественного предпринимателя HoReCa в условиях укрупнения бизнеса, усиления интеграции и кластеризации, создающим новые конкурентные преимущества не только для организаций, но и для сферы оказания услуг, проведен PEST анализ макроокружения организаций, осуществляющих свою деятельность в сегменте HoReCa, разработан алгоритм анализа эффективности своей деятельности на основе внедрения инноваций на предприятиях сферы услуг.

В условиях трансформации экономики сфера услуг претерпевает серьёзные преобразования, которые проявляются в появлении новых не освоенных сегментов рынка, где предпринимательство, консолидируя капитал, диверсифицируя деятельность, перестраивая бизнес-процессы на основе цифровых ресурсов становится драйвером инновационного развития

сферы услуг. Инновационным сегментом рынка для отечественного предпринимателя в условиях укрупнения бизнеса, усиления интеграции и кластеризации, создающим новые конкурентные преимущества не только для организаций, но и для сферы оказания услуг является сегмент HoReCa.

Таблица 1

PEST-анализ ООО «Massa Impex»**

Факторы	Характеристики	Влияние
Политико-правовые факторы	упрощение требований, регулирующих деятельность в сферах общественного питания и розничной торговли	+1
	Не соответствие требований СанПиНа современным требованиям рынка	-1
	Многочисленные необоснованные проверки гос.надзорных органов	-2
Экономический фактор	налоговое бремя и сложное налоговое администрирование	-2
	Конкурентоспособность	
	Нехватка квалифицированных кадров и неофициальный найм	-1
	Рост цен на продовольствие и инфляция	-1
Социокультурные факторы	Рост численности населения	+2
	Рост уровня и качества жизни населения, отдыха и досуга	+1
	Традиция проведения многочисленных торжеств	+1
	Эффективное распределение времени в сторону отдыха вне домашних забот	+1
Технологический фактор	Инновации на рынке HoReCa	+1
	Сложности подключения к инженерно-коммуникационным сетям и перебой в поставках газа, электроэнергии и воды	-2
	Высокая доля импортных комплектующих, продуктов в выполнении заказов в сегменте HoReCa	-1
	Развитие новых рекламных и электронных торговых площадок, мобильных приложений, повышающих эффективность продаж	+3
	Диверсификация оборудования для ресторанов и отелей	+2

В ходе проведенного PEST-анализа было прослежено отрицательное и положительное влияние различных факторов на данный сегмент рынка услуг. По результатам анализа внешней среды предприятия заметно, что сегмент HoReCa развивается, рынок увеличивается, поведение и образ жизни населения меняется, а вместе с тем увеличивается количество конкурентов, что обусловит усиление внимания конкурентной защите.

* разработано автором

Таблица 2.

SWOT анализ ООО «Massa Impex»*

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1. Фокусировка на B2B в сегменте HoReCa обеспечит более высокие доходы; 2. Диверсификация деятельности снижает риски; 3. Высокий уровень обслуживания и уже известный бренд «Орзон»; 4. SMM -продвижение услуг организации; 5. Доверие местного населения уже зарекомендовавшему себя бренду как бюджетный онлайн маркет; 6. Узнаваемость брендов, которые представляла организация в онлайн-маркете	1. SMM-продвижение только продукции, услуг для семьи, новые услуги пока не продвигаются на сайте; 2. Нехватка специалистов в области HoReCa; 3. Неинформированность потребителей услуг HoReCa; 4. Высокая зависимость от импорта комплектующих, составных элементов, входящих в комплекс услуг; 5. Отсутствие регламента и предпочтений по стимулированию развития услуг в сегменте; 6. Наличие конкуренции в столице, которые работают с региональными клиентами.
Возможности (O)	Угрозы (T)
1. В регионе нет конкурентов, работающих в сегменте; 2. Улучшение уровня жизни, платежеспособности, качества отдыха повышает прямой и косвенный спрос на услуги в сегменте; 3. Релокация специалистов, работавших в этом сегменте; 4. Возможность вертикальной диверсификации услуг обеспечит высокую конкурентоспособность.	1. появление новых конкурентов в регионе; 2. пандемия вирусных заболеваний блокирует работу гостиниц; 3. рост цен на импортное оборудование, комплектующие на фоне политического и экономического кризисов; 4. повышение требований клиентов к услугам; 5. Высокая зависимость от поставщиков эксклюзивной продукции.

SWOT-анализ ООО «Massa Impex» показал, что на данном этапе стратегия фокусировки организации на новом для Самаркандского региона сегменте HoReCa позволит переключиться на экономические отношения модели B2B, что безусловно имеет значительные преимущества такие, как большие доходы, возможность клиентоориентированности, снижение рисков работы на рынке онлайн торговли. Организация под уже известным брендом осуществляет переход с рынка B2C, характеризующийся относительной меньшей платежеспособностью, высокой конкуренцией, избирательностью клиентов. Трансфер на модель B2B требует определенных изменений в требованиях к найму работников, пересмотр конкурентных стратегий, больших капиталовложений, слаженной логистики, индивидуализированный подход к клиентам. По отдельным проектам необходимо привлечение специалистов из других областей, которые не всегда бывают доступными и в

* разработано автором

результате требует более высокие оклады. В республике нет отдельных нормативно-правовых актов, регламентирующих и стимулирующих деятельность в сегменте HoReCa, что позволило бы упростить и обеспечить прозрачность операций и привлечь больше клиентов и заказчиков из-за рубежа. Глобальные изменения приводят в приливу международного капитала, в том числе и человеческого, что может расширить и углубить сегмент HoReCa.

К наиболее слабым сторонам ООО «Massa Imprex» мы отнесли: недостаточная представленность на сайт организации услуг на сегменте HoReCa, бренд воспринимается среди конкурентов и клиентов как онлайн гипермаркет, средняя активность интернет аудитории. Обобщая результаты SWOT-анализа оценки влияния факторов микросреды, мы выяснили, что организации необходимо уделить особое внимание таким факторам как конкуренты в новом сегменте, необходимо осуществлять диагностику конкурентов, анализировать эффективность рекламы, качество обслуживания, долю рынка. Также стоит обратить внимание на такой фактор, как потребители, поскольку именно благодаря их покупательской способности происходит прямое влияние на рынок общественного питания. Сайт организации находится в стадии трансформации. Чтобы привлечь новых клиентов на сайт организации необходимо провести праздничные акции на товары гипермаркетов, отправить рассылку уже имеющимся в наличии оптовым клиентам информации о старте работы в новом сегменте. Тем самым мы получим не только переходы на сайт, но и создадим себе базу данных клиентов в системе лояльности заведения. Для повышения конкурентоспособности необходимо разработать оригинальный контент-план, который усилит бренд, благодаря которому организация будет выделяться на фоне своих конкурентов и будет привлекать внимание потенциально новых подписчиков.

При изучении зависимости инновационных услуг и факторов используем линейную форму многофакторных связей не только как наиболее математически обоснованную, но и как форму, предусмотренную программными продуктами. С целью выявления факторов, влияющих на услуги ООО «Massa Imprex», нами были отобраны 20 наиболее популярных услуг, пользующиеся спросом на рынке HoReCa. В основном это услуги на рынке B2B организациям общественного питания, ресторанам и кейтеринговым организациям.

Наибольшие расходы организация несет на технологические инновации, связанные с проектированием гостиничного и ресторанного интерьера, созданием функциональных конструкций, бизнес-процессов, а так же маркетинговые инновации, такие как SMM продвижение услуг на рынке HoReCa. Можно быть уверенным на 95% в том что расходы на технологические инновации приводят к увеличению объема реализованных услуг ООО «Massa Imprex» по меньшей мере на 55.6 тыс.сум (одностороннее значение из t-таблицы для n-k-1- 17 степеней свободы составляет $t=1.746$).

Для определения влияния факторов на объём реализованных услуг нами разработана данная многофакторная модель:

№	Показатель	Вид уравнения	Модель	Вид модели
1	Объём реализованных услуг	$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_n x_n$;	$Y = 235.1 + 55.6 x_1 + 26.5 x_2 + 11.6 x_3$	Многофакторная линейная модель

Наличие зависимости объема реализованных услуг от доли организаций в сегменте HoReCa свидетельствует о необходимости концентрации дополнительных инвестиций в инновационную деятельность организаций сферы обслуживания и совершенствование соответствующей законодательной базой, регулирующий данный бизнес в республике можно добиться мультипликативного эффекта. Увеличению объема реализованных услуг способствует наличие патентов, свидетельств, которые обеспечивают рост конкурентоспособности за счет продвижение бренда организации, которая уже узнаваема и заслужила доверие клиентов.

В третьей главе диссертации **«Приоритетные направления совершенствования организационно-экономического механизма инновационного развития сферы услуг в республики Узбекистан»** научно обоснованы направления совершенствования организационно-экономического механизма инновационного развития сферы услуг в Узбекистане на основе прогнозирования на последующие 5 лет, необходимость модернизации контента уже существующей платформы, SMM продвижению, представлена бизнес модель «Орзон B2B» как цифровой инструмент, направленный на организацию закупок для организаций общественного питания, разработаны торговый кластер и пути внедрения кластеризации в структуру бизнес-процессов торговой организации.

Одной из основных целей предприятия обслуживания в условиях инновационного развития экономики является рациональное использование имеющихся ресурсов и повышение экономической эффективности через социальное и экономическое развитие. Рациональное использование факторов производства (обслуживания) дает возможность достичь социально-экономической эффективности. Необходимо разработать политику по обеспечению экономической стабильности в сфере услуг, прогнозировать социально-экономическое развитие предприятий и организаций на основе критериев и показателей оценки эффективности хозяйственной деятельности.

Особо важным является совершенствование механизмов проведения системного прогнозирования и мониторинга параметров по сферам отраслей развития рынка услуг Республики Узбекистан. Необходимо достичь социально-экономической сбалансированности регионального стратегического развития в республике и решить вопросы различного значения путем выработки прогнозных параметров существующих основных индикаторов сферы услуг.

Таблица 3.

Динамика уровня факторов объема валового продукта, созданного в сфере услуг, в 2011-2021 годах и прогнозные значения на 2023-2027 годы⁹

	Y(t)	X ₁	X ₂	X ₃	X ₅	X ₇	X ₉
2011	35201,4	103321,7	1186,7	19601,0	19662,3	2372	495
2012	44287,0	127101,8	1481,2	24502,3	24904,7	4145,6	538
2013	55796,6	153354,3	1847,4	305024,3	31503,4	5392,7	621
2014	68285,2	186712,8	2219,5	37675,6	40204,7	7028,4	782
2015	78621,3	221401,5	2545,0	44847,8	47275,9	8047,9	897
2016	97217,0	255724,9	3076,3	51301,3	61405,6	10701,4	1746
2017	118389,0	317498,5	3675,4	72164,4	69254,8	18498,5	1975
2018	151254,7	424789,8	4581,7	124231,3	84457,6	28745,4	2678
2019	191254,3	529433,7	5771,7	195987,6	103203,7	26999,7	4378
2020	219978,5	602243,0	6456,2	210254,2	114274,7	31304,0	5331
2021	285014,2	734612,9	8156,3	239657,7	144847,6	39578,3	6658
2022	301245,7	825461,7	9836,4	25411,6	175201,6	49587,4	7458
2023	315298,1	901423,8	10128,1	27658,4	205123,7	48756,6	8974
2024	331278,9	998235,4	10187,5	29658,5	236456,7	57684,2	9468
2025	345198,7	1057258,4	10274,6	32456,8	267654,3	68489,6	10864
2026	362157,4	1127358,3	10457,6	34521,5	297987,6	79658,4	11423
2027	375236,4	1978241,9	10758,4	36458,1	324963,4	87,496,2	12621

Можно предложить использовать эту эконометрическую модель для прогнозирования будущих периодов объема валового продукта, созданного в сфере услуг на основе государственных и региональных программ инновационного развития, направленных на ускорение темпов роста услуг на душу населения, роста объемов инвестиций в основной капитал по в сферу услуг, объемов инновационной продукции (услуг, работ), объемов услуг, созданных в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства, эффективного внедрения технологических инноваций.

Ориентация на новый сегмент, новую модель бизнес-процессов сопряжено с интенсивной цифровизацией внутри отрасли. Если цифровизация предпринимательства с одной стороны сближает участников рынка, государство и общество, с другой стороны способствует зарождению новых бизнес-моделей. Цифровизация обладает двойственным характером по отношению к организациям, которые уже имеет опыт работы в сфере услуг, клиентскую базу, налаженную работу с поставщиками, эффективную логистику. С одной стороны, это достижение.

⁹ Вычислено автором на основании данных Главного управления государственной статистики Республики Узбекистан

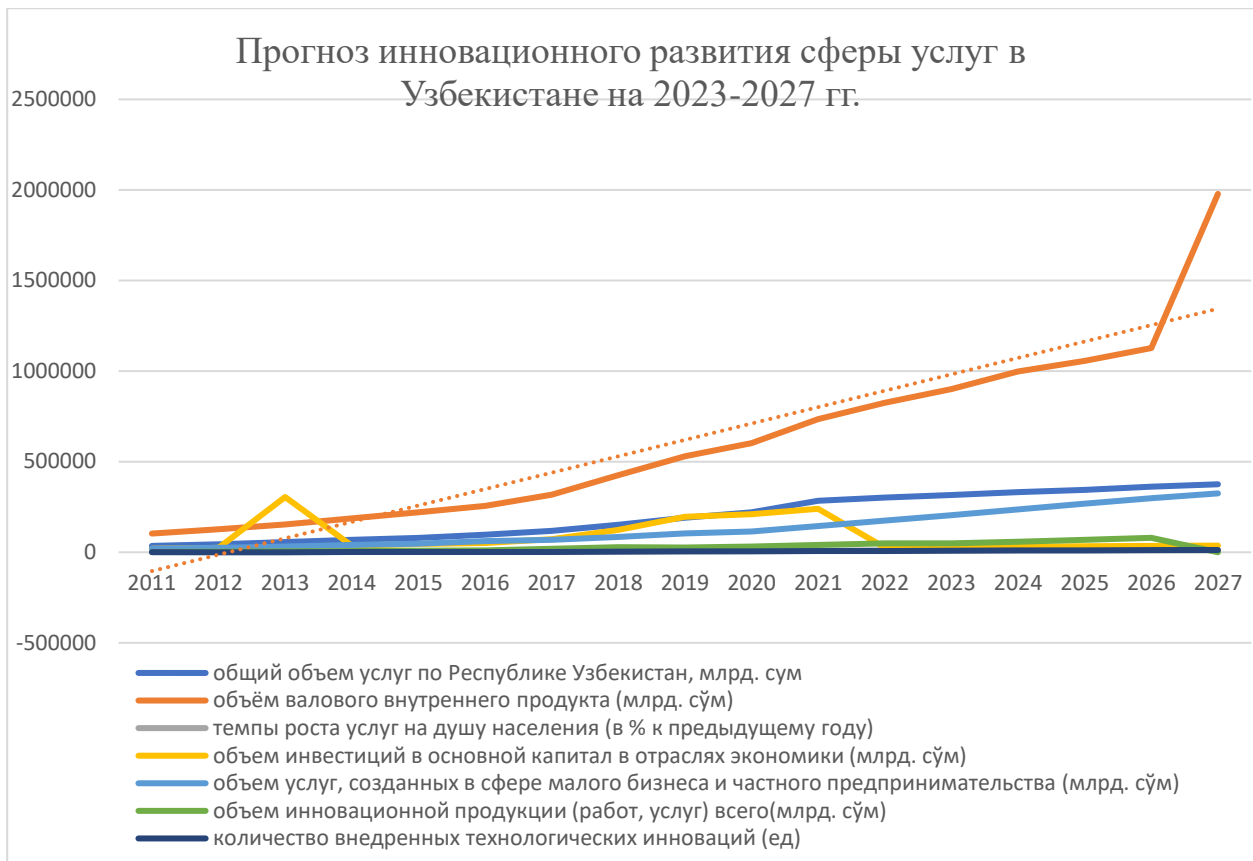


Рис.3. Прогнозирование инновационного развития сферы услуг в Узбекистане на 2023-2027 гг.

Фокусировка на новый сегмент оказания услуг для организаций, работавших в B2C, требует разработки программы трансформации перехода на B2B на основе цифровых технологий.

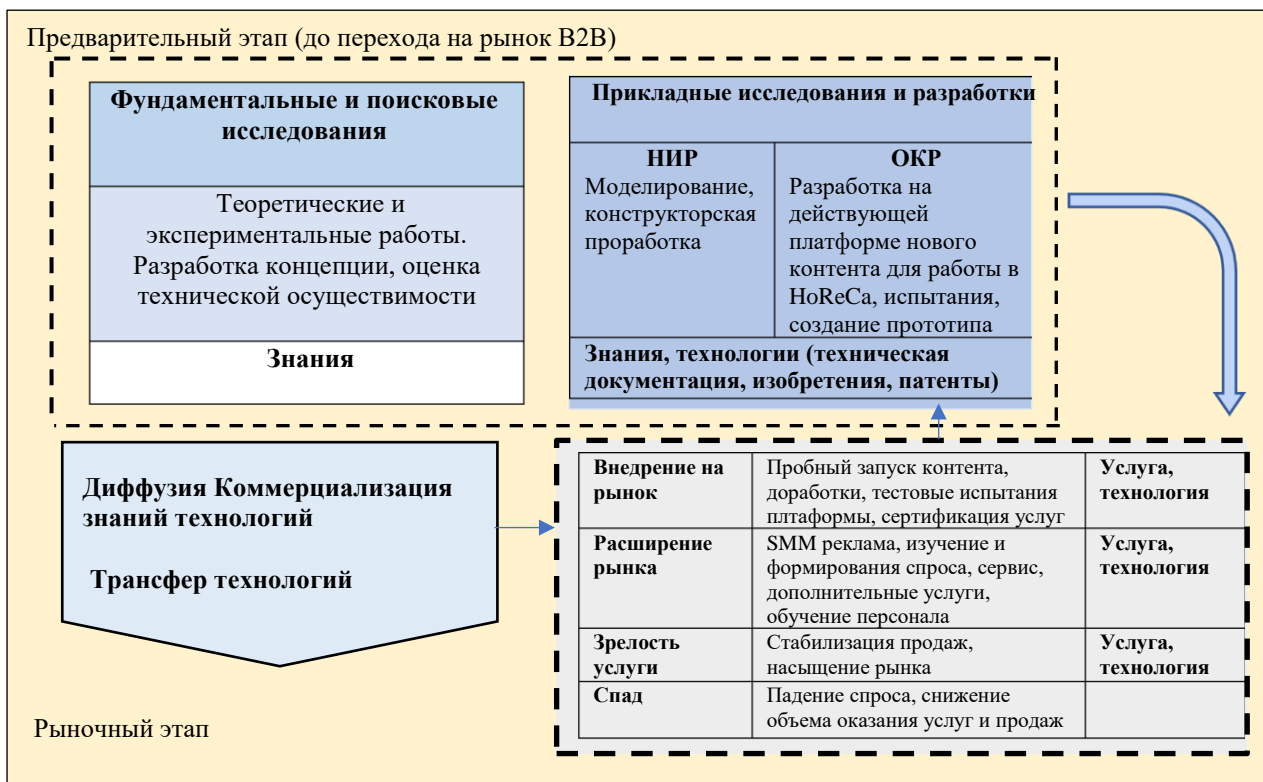


Рис. 4. Этапы трансформации B2C в B2B в сегменте HoReCa

Для организаций, работавших в B2C, трансформация в новый сегмент HoReCa на основе стратегии развития рынка является наиболее выигрышной, благодаря стремительному росту ресторанного и гостиничного бизнеса на фоне расширения туристского потока и повышения уровня жизни населения. Особое внимание необходимо уделить модернизации контента уже существующей платформы, SMM продвижению, программам лояльности.

Организация работы в сегменте HoReCa предполагает разработку операционной модели дистрибуции. Стратегия развития рынка должна предусматривать возможности расширения доли организаций в новом сегменте, при этом сохраняя каналы сбыта на прежнем рынке до тех пор, пока выгоды от нового сегмента не обеспечат устойчивость и конкурентоспособность новых услуг. На следующей схеме нами предлагается новая модель дистрибуции, учитывающая трансформацию из B2C в B2B в HoReCa.

Производители в данной модели включают в себя фермерские хозяйства и производителей продовольственной продукции. Фермерские хозяйства производят продукты сырыми без какой-либо обработки, передают сельскохозяйственную продукцию производителям, которые производят продукцию для потребителей. Для транспортировки продукции необходимы основные средства, капитал и трудовые ресурсы. В сегменте HoReCa организации привлекают продукты питания как от фермерских хозяйств, так и производителей продуктов питания. Безусловно покупку напрямую от производителей дает возможность снизить услуги, обеспечивать устойчивые отношения с ними, избегать посредничества в покупке тех товаров, которые обеспечат большую ценность услуги благодаря дифференциации коммерческого предложения.

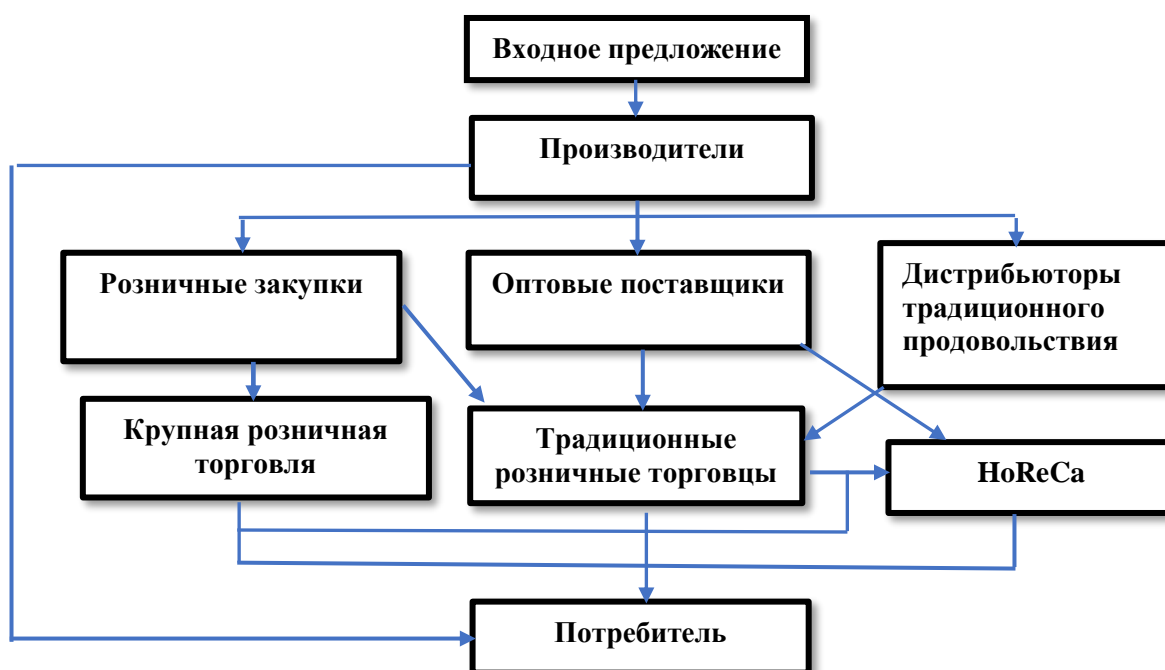


Рис.5. Модель дистрибуции, учитывающая трансформацию из B2C в B2B в HoReCa*.

* Разработано автором

Роль данной платформы заключается в обеспечении облегченного обмена ценностями среди участников. Успешность платформенных бизнес-моделей, их конкурентное преимущество зависит от наличия положительных сетевых эффектов, механизмов, с помощью которой утилита, созданная платформой, зависит от количества участников платформы. В сегменте HoReCa возникают двусторонние сетевые эффекты, то есть с одной стороны есть категория производители, с другой стороны категория потребители. Двусторонний сетевой эффект имеет место, когда количество пользователей, принадлежащих одной стороне, могут воздействовать на обе стороны рынка. На основе модели Marketplace можно разработать бизнес-модель «Орзон B2B»

Таблица 4.

Бизнес-модель «Орзон B2B»*

Ключевые партнеры	Основные виды деятельности	Предложение	Отношения клиентов	Сегменты клиентов
Коммерческие партнеры (производители и традиционные дистрибьюторы общепита)	<ul style="list-style-type: none"> разработка и продвижение веб сайта/мобильного приложения; отбор производителей продуктов питания; координация логистики; онлайн/офлайн маркетинг; управление платежами; 	1) производители/ дистрибьюторы <ul style="list-style-type: none"> прозрачность сделок на рынке; легкость оформления заказа; цифровые счета и договора; бизнес инсайт; 2) операторы HoReCa <ul style="list-style-type: none"> улучшенный опыт покупок; упрощение принятия управленческих решений; 	<ul style="list-style-type: none"> социальные сети; общественные мероприятия; обслуживание клиентов по телефону; телефонные звонки с дистрибьюторами общепита; 	<ul style="list-style-type: none"> деятельность в сегменте HoReCa высокого и среднего класса; инновационные операторы HoReCa; производители продуктов (малый и средний бизнес); традиционные дистрибьюторы общепита (малый и местный бизнес)
	Ключевые ресурсы <ul style="list-style-type: none"> информационные технологии человеческие ресурсы 	<ul style="list-style-type: none"> бизнес инсайт; управление запасами; доступ к низшей и высококачественной продукции. 	Каналы клиентов <ul style="list-style-type: none"> веб сайт электронной коммерции; мобильное приложение электронной коммерции 	
Структура расходов <ul style="list-style-type: none"> управление платежами; комиссионный сбор за сделки кредитной картой; развитие и обслуживание платформы; маркетинг; человеческие ресурсы (продажи, административная поддержка) 		Поток доходов <ul style="list-style-type: none"> авансовые платежи поставщиков; взносы премиальных клиентов; 5% ный комиссионный сборы с поставщиков на новые сделки. 		

Внедрение кластеризации в бизнес-процессы торговых организаций обеспечит эффективную трансформацию деятельности в B2B, который

* разработано автором

включает в себя широкую сеть взаимосвязанных элементов на основе омниканальности продаж. Кластеризация торговой деятельности в сегменте HoReCa осуществляется на основе вертикальной и горизонтальной диверсификации. С одной стороны рассматривая в качестве объекта исследования организация осуществляет продажи товаров для семьи посредством онлайн маркета, одновременно открывая новое направление деятельности в сегменте HoReCa на основе модели B2B, что открывает возможности закупать товары для нового сегмента из прежнего онлайн маркета, в то же время специальные товары, оборудования для сегмента HoReCa в открытом доступе для клиентов онлайн маркета, тем самым торговая организация повышает уровень омниканальности, когда с двух сегментов рынка поступают заказы. В перспективе организация может по такому же принципу работу оказывать услуги не только оптовым и розничным клиентам, но и государственным органам на основе аутсорсинга или государственно-частного партнерства (ГЧП). Но в целях горизонтальной диверсификации в сторону B2G необходимо иметь длительную историю продаж в сегменте HoReCa, значительные капиталовложения и навыки работы с государственными заказами.

Торговые организации, применяющие тактику освоения новых сегментов, на основе диверсификации и внедрения инновационных процессов организации продаж могут усилить позиции на рынке за счет преобразования в торговый кластер, характерными особенностями которого являются:

1. функциональная взаимосвязанность игроков рынка (в нашем случае единое виртуальное пространство в форме платформы, веб сайта);
2. единый профиль элементов торгового кластера (онлайн, оффлайн торговли и оказание услуг);
3. сложность и многоканальность элементов кластера (B2B, B2C, B2G);
4. высокий уровень конкуренции и интегрированности;
5. социальная и экологическая эффективность;
6. инновационность и уникальность.

Ядром торгового кластера является – торговая организация, где участники работают не только в обозначенных форматах, но и ведут сотрудничество на основе B2S с научно-исследовательскими институтами, вузами, хокимиятами.

Развитие торговых кластеров в регионе создает преимущества не только бизнес субъекту, но и местным органам власти, разрешая социально-экономические проблемы региона (РВП, занятость, налоговые платежи в региональный бюджет), местных сообществ, вовлекая население в бизнес.

Главным звеном в торговом кластере является торговля в B2C, поскольку он непосредственно и повсеместно удовлетворяет потребности в товарах и услугах населения. Торговый кластер обладает ячейко-матричной структурой. На рис.7. представлена модель торгового кластера и применения методов кластеризации бизнес-процессов на основе организации омниканальных продаж.

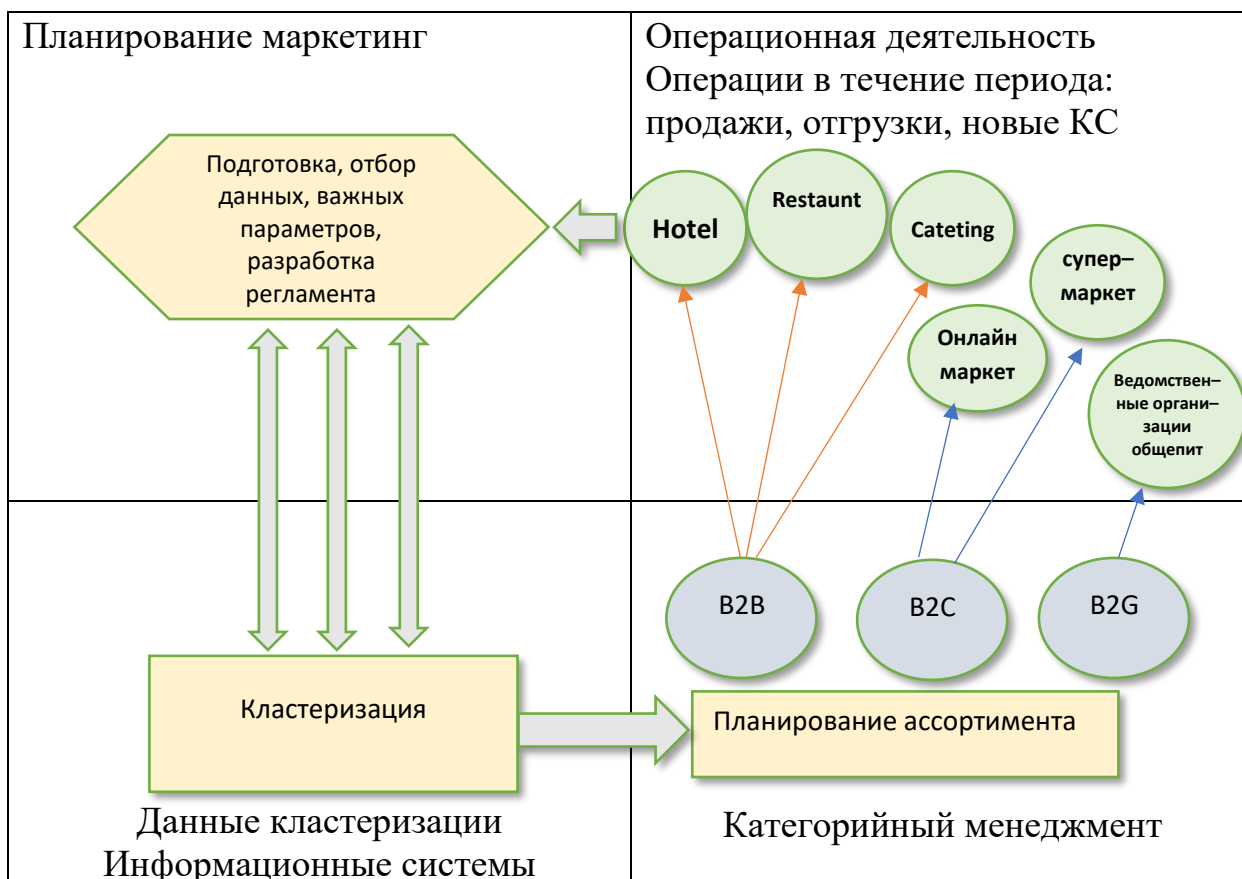


Рис. 6. Торговый кластер и внедрение кластеризации в структуру бизнес-процессов торговой организации

Особенностью кластера является то, что между участниками кластера существует внутренняя конкуренция. Внутри торгового кластера взаимоотношения всех игроков беспорядочное, непредсказуемое но экономически обоснованно стремлением захватить свой сегмент, получить максимальную маржу.

В республике можно стимулировать развитие торговых кластеров на основе комплекса мероприятий:

- стимулирование коммерческой деятельности торговых кластеров посредством размещения государственных заказов, тем самым развивая бизнес-модель B2G;
- на базе торгового кластера запускать программы ДПО (дополнительного профессионального образования), переподготовки кадров, повышение квалификации, тем самым обеспечивая бесповную занятость выпускников вузов;
- повышение привлекательности регионов, республики на основе целевых программ по обеспечению инновационной активности и инвестиционной привлекательности региона и страны в целом.

Таким образом, торговые кластеры географически и виртуально локализованы на определенной территории и пространстве, и их дальнейшее развитие обусловлено внутрорегиональными и страновыми условиями. Концепция кластерного развития торговли в отличие от производственных кластеров не требует максимальной мобилизацию ресурсов, поскольку эта

форма организации бизнеса обладает высокой инновационности и может легко перестроена и запущена в интернет пространстве в едином портале и уже в последствие, если это будет экономически оправдано рассматривается в тесной привязке к региону.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе представлены пути совершенствования организационно-экономического механизма инновационного развития сферы услуг в республике Узбекистан на основе на основе ценностно-логистического взаимодействия, которое основывается на теоретическом обобщении концептуально новых теоретико-методологических подходах и научно-практических положениях, что позволило сформулировать следующие выводы:

1. В диссертации разработано авторское определение сущности и содержания категорий «инновационная деятельность», «инновационное развитие» и «инновационная услуга» как научной основы развития сферы услуг. По нашему мнению, инновационное развитие представляет собой экономическую категорию, характеризующую социально-экономические отношения, направленные на повышение эффективности и конкурентоспособности на основе нововведений. В то время как инновационная услуга является непосредственным результатом взаимодействия исполнителя и потребителя и представляет собой общественно-экономические отношения, реализующиеся в эффективной деятельности исполнителя, направленной на удовлетворение спроса потребителя.

2. На основе ретроспективного анализа экономической значимости и теоретических подходов инновационного развития сферы услуг выявлены особенности инновационного развития сферы услуг, определена структурная схема группы инноваций в сфере услуг

3. Разработаны принципы целенаправленного развития сервисных предприятий и организаций, соответствия конечных результатов услуг, соответствия спроса и предложения на рынке услуг, непрерывного роста производительности труда.

4. Был разработан организационно-экономический механизм, обеспечения инновационного развития предприятий сферы услуг. Организационный механизм состоит из планирования и организации научно-исследовательской деятельности, развития хозяйственной деятельности по модели S2B, формирования каналов распределения и передачи инноваций в процесс оказания услуг. Экономический механизм, включает в себя вопросы финансирования и кредитования субъектов, участвующих на всех этапах инновационного развития, налогообложения, страхования, стимулирования развития инновационного процесса, ценообразование на инновационные услуги.

5. Разработана классификация методов оценки эффективности предприятий сферы услуг, основанная на удовлетворении потребностей населения, рентабельности предприятия сферы услуг при относительном уровне затрат, социальных показателях, характеризующих условия и характер труда, эффективности основных и оборотных фондов, а также экономические показатели, направленные на эффективность фонда всех затраченных ресурсов.

6. Именно посредством развития отраслей сферы оказания услуг можно за короткий срок добиться высоких темпов развития в силу специфики организации бизнес-процессов в данной сфере, где не требуется объемных материалозатрат, капиталозатрат, трудозатрат, сложной технологической инфраструктуры производства. Региональные программы социально-экономического развития в последние годы сосредоточены на реализации высокодоходных отраслей экономики, учитывающие специфику ресурсной составляющей региона, объемы финансирования.

7. Современное предприятие сферы HoReCa это сложный бизнес объект, многофункциональный бизнес-центр, который отличается многообразием сложных бизнес процессов управления закупочно-логистической деятельностью, производством, маркетингом, продажами, финансами и т. П. Эффективность деятельность такого предприятия существенно зависит от того насколько четко и ясно работники организации представляют себе миссию и цель организации, т.к. большинство организаций этой сферы занимаются контактным обслуживанием клиентов, соответственно на первое место среди факторов конкурентоспособности выходит уровень квалификации персонала.

8. Наличие зависимости объема реализованных услуг от доли организаций в сегменте HoReCa свидетельствует о необходимости концентрации дополнительных инвестиций в инновационную деятельность организаций сферы обслуживания и совершенствование соответствующей законодательной базой, регулирующий данный бизнес в республике можно добиться мультипликативного эффекта. Увеличению объема реализованных услуг способствует наличие патентов, свидетельств, которые обеспечивают рост конкурентоспособности за счет продвижение бренда организации, которая уже узнаваема и заслужила доверие клиентов.

9. Прогнозирование инновационного развития сферы услуг в Узбекистане на последующие 5 лет продемонстрировал значительное влияние на его ускорение объема услуг, созданных в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства, которая характеризуется стремительным ростом.

10. Для организаций, работавших в B2C, трансформация в новый сегмент HoReCa на основе стратегии развития рынка является наиболее выигрышной, благодаря стремительному росту ресторанного и гостиничного бизнеса на фоне расширения туристского потока и повышения уровня жизни населения. Особое внимание необходимо уделить модернизации контента уже существующей платформы, SMM продвижению, программам лояльности.

11. Бизнес модель «Орзон B2B» это цифровой инструмент, направленный

на организацию закупок для организаций общественного питания. Эта модель упрощает отношения поставщиков и рестораторов, при этом офлайн канал коммерческих отношений сохраняется. Использование платформы управления позволяет осуществлять повторные заказы, снижая управленческую нагрузку за счет планирования и агрегирования платежей, получать счет-фактуры в цифровом формате и постоянно контролировать и оптимизировать закупки. В данной платформе имеются аналитические инструменты отслеживания активности, движения товаров для премиум клиентов.

12. Внедрение кластеризации в бизнес-процессы торговых организаций обеспечит эффективную трансформацию деятельности в B2B, который включает в себя широкую сеть взаимосвязанных элементов на основе омниканальности продаж. Кластеризация торговой деятельности в сегменте HoReCa осуществляется на основе вертикальной и горизонтальной диверсификации.

**SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
PhD.03/28.02.2022.I.18.01 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

RUZIYEVA NIGINA BAXTIYOROVNA

**XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI INNOVATSION
RIVOJLANTIRISHNING TASHKILY-IQTISODIY MEKANIZMINI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.05. – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti

**IQTISODIYOT FANLARI BO'YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD)
DISSERTATSIYASI AVTOREFERATI**

Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar Vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasida B2021.4.PhD/Iqt916.raqami bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Samarqand iqtisodiyot va servis institutida bajarilgan.
Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume)) Ilmiy kengash veb – sahifasi (www.sies.uz) va «Ziyonet» Axborot-ta'lim portaliga (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar: **Abdukarimov Baratali Abdukarimovich**
Iqtisodiyot fanlar nomzodi, professor

Rasmiy opponentlar: **Urazov Komil Bahromovich**
Iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Safarov Boxodirxon Shaxriyorovich
Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Yetakchi tashkilot: **Sharof Rashidov nomidagi Samarqand Davlat universiteti**

Dissertatsiya himoyasi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi PhD.03/28.02.2022.I.18.01 raqamli ilmiy kengashning 2024 yil « ____ » _____ kuni soat ____dagi majlisida bo'lib o'tadi. Manzil: 140100, Samarqand shahri, Amir Temur ko'chasi, 9-uy. Tel: (99866) 233-19-84; Faks: (99866) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

Dissertatsiya ishi bilan Samarqand iqtisodiyot va servis institutining Axborot resurs markazida tanishish mumkin (____ raqam bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 140100, Samarqand shahri, Amir Temur ko'chasi, 9-uy. Tel.: (99866) 233-19-84; Faks: (99866) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

Dissertatsiya avtoreferati 2024 yil « ____ » _____ kuni tarqatildi
(2024-yil « ____ » _____dagi ____ raqamli reestr bayonnomasi).

M.E.Po'latov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash asosida bir martalik ilmiy kengash raisi, i.f.d., professor

Sh.O.Quvondiqov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash ilmiy kotibi, i.f.d., dotsent

M.M.Muhammedov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash qoshidagi bir martalik ilmiy seminar raisi, i.f.d., professor

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahonda xizmat ko'rsatish sohasidagi iqtisodiy faoliyat biznes-jarayonlarning, iqtisodiy munosabatlarning murakkablashishi va raqamlashtirilishi, elektron tijorat munosabatlarining yangi modellarining shakllanishi tufayli jadal o'zgarish bilan tavsiflanadi. Xizmat ko'rsatish sohasi innovatsion sohadir, chunki unda raqamli va kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi jadal rivojlanmoqda. "Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda yalpi ichki mahsulotda xizmat ko'rsatish va xizmat ko'rsatish sohasining ulushi 65-80 foizni, ilm-fan va innovatsiyalarga investitsiyalar esa 3,0 foizni tashkil etadi".¹⁰ Bugungi kunda xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirish, ayniqsa raqamlashtirish va elektron tijoratni samarali rivojlantirishg tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarining joriy qilinishi dolzarb muammolardan biri hisoblanmoqda.

Jahonda xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning samarali tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (ishlab chiqish) bo'yicha iste'molchiga individual yondashuvga ko'ra raqamlashtirish va sun'iy intellekt texnologiyalarini rivojlantirish, ishlab chiqarishni rasional tashkil qilish va unumdorlikni oshirish kabilar yo'nalishdagi tadqiqotlarga ustuvor darajada qaralmoqda. Bu borada sohaning ijtimoiy yo'naltirilganligini yanada chuqurlashtirish, ekologik xizmatlar turini kengaytirish, raqamlashtirish va sun'iy texnologiyalarni xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga ko'ra tashkil qilish, xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni innovatsion boshqarish faoliyati samaradorligini oshirish mavzusidagi tadqiqotlar muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Mamlakatimizda Yangi O'zbekistonni barpo etish jarayonida xizmat ko'rsatish sohasini sifat jihatdan yangi pog'onaga ko'tarish, ishlab chiqarish sifati va samaradorligini oshirish, boshqaruvning zamonaviy tizimini joriy qilish va sohaga raqamli texnologiyalarni joriy qilish bo'yicha keng qamrovli chora-tadbirlar amalga oshirildi. "2022 yilg global innovatsion indeksi" bo'yicha O'zbekiston birinchi marta Markaziy va Janubiy Osiyoning eng ilg'or uchta mamlakati qatoriga kirganini amalga oshirilgan chora-tadbirlarning natijasidir¹¹. Bu borada keyingi bosqichda "Yangi O'zbekistonni rivojlantirish Strategiyasi"ning 52-maqsadiga erishish doirasida "Global innovatsion indeksida qayd etilgan past ko'rsatkichlar bo'yicha O'zbekistonning mavqeini yaxshilash, barcha sohalarda keng ko'lamli imkoniyatlar yaratish, innovatsion loyihalar, tadqiqot va innovatsion tashabbuslarni qo'llab-quvvatlashning zamonaviy mexanizmlarini joriy etish" vazifalar belgilandi¹².

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-son "Yangi O'zbekistonning 2022-2026 yillarga mo'ljallangan rivojlanish strategiyasi to'g'risida", 2021 yil 30 sentyabrdagi PF-6318-son "xizmat ko'rsatish sohasini qo'llab-quvvatlashga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida", 2022-yil 6

¹⁰ <http://www.worldbank.org/eca/russian/data/>

¹¹ <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>

¹² Sh.M.Mirziyoyev. Yangi O'zbekiston Strategiyasi. "O'zbekiston" nashriyoti, 2021. B.157

iyuldagi PF-165-son "O'zbekiston Respublikasining 2022-2026-yillarga mo'ljallangan innovasion rivojlanish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Famonlari, 2022-yil 27-yanvardagi PQ-104 "xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" va maazkur sohaga oid boshqa nomatvi hujjatlarda"qarorida hamda mazkur sohaga oid boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga ushbu dissertasiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishi-ning ustuvor yo'nalishlariga mosligi. Dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. «Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy-ahloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish» ustuvor yo'nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini rivojlantirishning nazariy-metodologik jihatlari ko'plab xorijlik olimlar¹³, jumladan: A. Smit, P. Samuelson, D. Bella, E. M. Agababiy, B. M. Rakitskiy, V. M. Rutgayzer, G. S. Sarkisyan, R. F. Gataullina, V. JI. Inozemseva, V. V. Kotilko, S. V. Shishkina, I. I. Dyumulena, D Lvova, T.N. Sofino, P.N.Zavlin, Yu.V.Perevalov, I.M.Golova, A. F. Suxovey, Ye.V.Martnyuk, L. P. Goncharenko, Yu.A. Artuyunov, L.K. Pavlov, Ye.V. Silkina boshqalar tomonidan tadqiq qilingan. Ushbu muammolarni o'rganishga O'zbekistonlik olimlardan¹⁴ M.K.Pardayev, M.E.Pulatov, M.M.Muxammedov, J.R.Zaynalov, K.J.Mirzayev, B.Sh.Safarov,

¹³ Завлин П.Н. Инновация в рыночной экономике / Гуманитарные науки 1997 №3. С. 3-10; Перевалов Ю.В., Голова И. М., Суховой А. Ф. Инновационная политика в регионе: организационно-правовые аспекты. Препринт Екатеринбург: ИЭ УрО РАН 1996.-50 с.; Мартынюк Е. В. Финансирование инновационной деятельности в России // Предпринимательские и социально-экономические проблемы России: сб.науч.трудов / под общ.ред. Раппорта А.Н.-М.: ЗАО «Изд-во Экономика», 2000.-С.56-70.; Л. П. Гончаренко, Ю. А. Артунов. Инновационная политика –М.: КНОРУС, 2009.-352.; Л.К. Павлов. «Инвестиции инновационного типа» Журнал «Экономист» Москва № 7 2008 стр. 34-37.; 50. Е.В. Силкина Белорусский государственный университет, Минск [Материалы международного форума «Инновационные технологии и системы»: — Минск: ГУ «БелИСА», 2006. — 156 с.]

¹³ Пардаев М.К., Исроилов Ж.И., Гаппаров А.К. Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий таҳлилни такомиллаштириш муаммолари. Рисола. Самарқанд. «Зарафшон», 2009. - 66 б.- 4,1 б.т.; Пулатов М.Э., Мирзаев Қ.Ж., Султонов Ш.А., Шавқиев Э. Глобал иқтисодий ривожланиш (туризм иқтисодиёти). Ўқув кўлланма.Т.: Фан ва технология, 2018. - 296 б.; Мухаммедов М.М. и др. Экономика торговли. Самарқанд.1998.с.282; Тухлиев И.С., Хайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. – Т.: Фан ва технология, 2014. - 332 б.; Зайналов Д.Р. Услуги и сервис как экономическая категория. // «Сервис» журналы. Самарқанд: 2009, 1-сон. 70-77 бетлар. – 0,6 б.т.; Адукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик, II қисм Т.: «Фан ва технология». 2008.; Асланова Д.Х. Трудоёмкость продукции общественного питания и резервы её снижения: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук- Киев. 1992 – С. 20. Алиева М.Т. Совершенствование менеджмента туристической индустрии в Узбекистане. 2019 г.

¹⁴ Пардаев М.К., Исроилов Ж.И., Гаппаров А.К. Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий таҳлилни такомиллаштириш муаммолари. Рисола. Самарқанд. «Зарафшон», 2009. - 66 б.- 4,1 б.т.; Пулатов М.Э., Мирзаев Қ.Ж., Султонов Ш.А., Шавқиев Э. Глобал иқтисодий ривожланиш (туризм иқтисодиёти). Ўқув кўлланма.Т.: Фан ва технология, 2018. - 296 б.; Мухаммедов М.М. и др. Экономика торговли. Самарқанд.1998.с.282; Тухлиев И.С., Хайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. – Т.: Фан ва технология, 2014. - 332 б.; Зайналов Д.Р. Услуги и сервис как экономическая категория. // «Сервис» журналы. Самарқанд: 2009, 1-сон. 70-77 бетлар. – 0,6 б.т.; Адукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик, II қисм Т.: «Фан ва технология». 2008.; Асланова Д.Х. Трудоёмкость продукции общественного питания и резервы её снижения: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук- Киев. 1992 – С. 20. Алиева М.Т. Совершенствование менеджмента туристической индустрии в Узбекистане. 2019 г.

B.A.Abdukarimov, D.X.Aslanova, J.I.Isroilov, M.T.Aliyeva va boshqalarning ilmiy ishlari bag'ishlangan. Ammo, bevosita mamlakat uchun HoReCA yangi segmentdagi xizmat ko'rsatish tashkilotlari faoliyatining ilmiy va tadbirkorlik hamkorligi (S2B modellari) asosida innovatsion yo'nalishlari, innovatsion rivojlantirish usullarini joriy etish bilan bog'liq tadqiqotlarni takomillashtirish bo'yicha ilmiy-tadqiqot ishlari yetarli darajada olib borilmagan. Shu tufayli, bularning barchasi mazkur dissertatsiya ishi mavzusining tanlanishiga asos bo'ldi.

Dissertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti Samarqand iqtisodiyot va servis instituti ilmiy-tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq "Innovatsion iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish sohasi tarmoqlarini rivojlantirishning nazariy va amaliy muammolari" mavzusidagi ilmiy loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi - xizmatlar sohasida innovatsion rivojlanishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy takliflar va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyati va nazariy yondashuvlarini tahlil qilish asosida "innovatsion rivojlanish", "innovatsion faoliyat", "innovatsion xizmat" tushunchasini mualliflik ta'rifini aniqlashtirish va ishlab chiqish;

xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlarini, xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishni ta'minlashning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini va uning samaradorligini baholash usullarini aniqlash;

O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning xorijiy tajribasini va undan foydalanish imkoniyatlarini o'rganish;

respublikada xizmat ko'rsatish sohasi tarmoqlarining zamonaviy holati va innovatsion rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilish;

SWOT innovatsiyalarni tahlil qilish va HoReCA bozorida raqobatdosh ustunliklarini aniqlash;

"Massa Impex" MChJning innovatsion faoliyat omillarini ekonometrik tahlil qilish;

O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohasining innovatsion rivojlanishini bashorat qilish;

xizmat ko'rsatish sohasida tadbirkorlikning ayrim turlarini istiqbolli innovatsion rivojlantirish yo'nalishini aniqlash;

xizmat ko'rsatish sohalarida innovatsion rivojlanishni ta'minlash mexanizmlarini takomillashtirish yo'llarini ishlab chiqish.

Tadqiqotning ob'ekti sifatida O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasining innovatsion faoliyati olingan.

Tadqiqotning predmetini xizmat ko'rsatish sohasida innovatsion rivojlanishning tashkiliy va iqtisodiy mexanizmlarini boshqarish bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar majmui tashkil qiladi.

Tadqiqotning usullari. Dissertatsiyada tizimli tahlil, guruhlash, induksiya-deduksiya, mantiqiy va qiyosiy tahlil, abstrakt-mantiqiy fikrlash, statistik va faktor tahlil usullari, SWOT strategik tahlil qilish usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

umumiy ovqatlanish tashkilotlari xaridi samaradorligini to'lovlar va mahsulotlarni etkazib berish harakatlarini o'zaromanfaatlarga ko'ra boshqarish, takroriy buyurtmalarni amalga oshirishni soddalashtirish, yangi kelishuv (shartnoma)lar uchun mahsulot etkazib beruvchilardan komission yig'uvlarni (sbor) undirishga ko'ra "orzon B2B" biznes modeli ishlab chiqilgan;

savdo tashkilotlarini klasterlash algoritmi Klaster tizimida belgilangan formatlar bilan bir qatorda savdo sub'ektlari hamkorligini ulgurji va chakana savdo hajmini oshirish asosida chuqarlashtirish hamda innovasion yo'nalishda B2B, B2C, B2G va HoReCa tizimlari uyg'unligiga ko'ra takomillashtirilgan;

xizmat ko'rsatish sohalari rivojlanishiga innovasion omillarning ta'siriga ko'ra 2030 yilga qadar mahsulotlar ishlab chiqarishning prognoz ko'rsatkichlari asoslangan;

xizmat ko'rsatish sohasining o'ziga xos xususiyatlariga ko'ra innovasion faoliyat samaradorligini oshirishning marketing yondashuvi ishlab chiqarish uchun zarur mahsulotlar xarid-logistikasi tizimiga ustuvorlik berishga asosida takomillashtirilgan;

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

S2B modeli bo'yicha biznes-jarayonlarni tashkil etishning zamonaviy tendentsiyalarini hisobga olgan holda xizmat ko'rsatish sohasidagi tashkilotlarning innovatsion rivojlanishining mualliflik ta'rifi ishlab chiqilgan;

innovasiya belgilariga asoslangan holda innovasiya tushunchasining tasnifi takomillashtirilgan;

xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishiga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatadigan, bozor sharoitlari bilan bog'liq va innovasiyalarning rivojlanishiga to'sqinlik qiladigan omillar tasnifi ishlab chiqilgan;

xizmat ko'rsatish sohasi turi va amalga oshirish maqsadlariga ko'ra funktsiyalari aniqlashtirilgan

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi. Tadqiqot natijalarining ishonchliligi tadqiqotda qo'llanilgan uslubiy yondashuv va usullarning maqsadga muvofiqligi, ma'lumotlarning rasmiy manbalardan olingani hamda xulosa, taklif va tavsiyalarining amalda sinovdan o'tgani, shuningdek, olingan natijalarining amaliyotda foydalanilgani bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati tadqiqotda ishlab chiqilgan xulosa va tavsiyalar xizmat ko'rsatish sohasi tarkibiy qismlarining tasnifini ishlab chiqish, xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining innovatsion faoliyatining kontseptual modelini taklif qilish, korxonalar samaradorligini baholash mavzu bo'yicha ilmiy loyihalarning ilmiy-nazariy asoslarini boyitishga xizmat qilishi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalardan xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining iqtisodiy resurslaridan samarali foydalanishda, xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining tashkiliy va

boshqaruv tuzilmasini optimallashtirishda mo'ljallangan vazifalarini bajarish yuzasidan chora-tadbirlarni ishlab chiqishda va amaliy tadbirlarda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Xizmatlar sohasida innovatsion rivojlanishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari takomillashtirish bo'yicha olingan ilmiy natijalar asosida:

umumiy ovqatlanish tashkilotlari xaridi samaradorligini to'lovlar va mahsulotlarni etkazib berish harakatlarini o'zaromanfaatlarga ko'ra boshqarish, takroriy buyurtmalarni amalga oshirishni soddalashtirish, yangi kelishuv (shartnoma)lar uchun mahsulot etkazib beruvchilardan komission yig'imlarni undirishga ko'ra "Orzon B2B" biznes modeli savdo-sanoat palatasi tavsiyasiga ko'ra umumiy ovqatlanish sub'ektlari faoliyatiga joriy qilingan (O'zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasining 2022 yil 28 avgustdagi №11/03-15-568-sonli ma'lumotnomasi). Taklif buyurtmalarni innovasion tizimga ko'ra soddalashtirishga holda rasmiylashtirish, to'lov muddati va mahsulotlarni shartnomaga ko'ra etkazib berishni ta'minlash, kichik ishlab chiqaruvchilar manfaatlarini alohida e'tiborga olish va mahsulotlar ishlab chiqarish hajmini oshirishga muayyan darajada xizmat qilgan.

savdo tashkilotlarini klasterlash algoritmi Klaster tizimida belgilan-gan formatlar bilan bir qatorda savdo sub'ektlari hamkorligini ulgurji va chakana savdo hajmini oshirish asosida chuqarlashtirish hamda innovasion yo'nalishda tizimlar uyg'unligiga ko'ra takomillashtirilgan taklif savdo-sanoat palatasi tavsiyasiga ko'ra savdo tadbirkorlik sub'ektlari, jumladan "Massa Impex" MCHJ gipermarket faoliyatiga joriy qilingan (O'zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasining 2022 yil 28 avgustdagi №11/03-15-568-sonli ma'lumotnomasi). Savdo tashkilotlarini klasterlashning takomil-lashtirilgan algoritmi mintaqa chakana savdo sektori hajmini oshishiga va xizmat ko'rsatishda innovasion faollikni oshirishga muayyan darajada xizmat qilgan;

xizmat ko'rsatish sohalari rivojlanishiga innovasion omillarning ta'siriga ko'raa 2030 yilga qadar mahsulotlar ishlab chiqarishning prognoz ko'rsatkichlari savdo-sanoat palatasi tomonidan foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasining 2022 yil 28 avgustdagi №11/03-15-568-sonli ma'lumotnomasi). Prognoz ko'rsatkichlaridan foydalashi sohada mavjud resurslardan maqsadli foydalanish, xizmat ko'rsatish tarkibini kengayti-rish, sohani barqaror rivojlantirishda omillarini e'tiborga olish aniqlik darajasini oshirishga muayyan darajada xizmat qilgan;

xizmat ko'rsatish sohasining o'ziga xos xususiyatlariga ko'ra innovasion faoliyat samaradorligini oshirishning marketing yondashuvi ishlab chiqarish uchun zarur mahsulotlar xarid-logistikasi tizimiga ustuvorlik berishga asosida takomillashtirish taklifisavdo-sanoat palatasi tomonidan foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasining 2022 yil 28 avgustdagi №11/03-15-568-sonli ma'lumotnomasi). Taklifdan foydalanish xizmat ko'rsatish sohasidagi ko'p tomonlama munosabatlarga ko'ra hosil bo'lgan tizim elementlari o'rtasidagi o'zaro ta'sirni ta'minlashga imkon bergan;

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Tadqiqot natijalari 6 ta xalqaro va 4 ta respublika ilmiy-amaliy konferentsiyalarida muhokama qilingan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinishi. Dissertasiya mavzusi bo'yicha jami 13 ta ish, shu jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestasiya komissiyasi tomonidan tavsiya etilgan nashrlarda 3 ta ilmiy maqola respublika va 1 ta maqola xorijiy jurnallarda chop etilgan.

Dissertasiyaning hajmi va tuzilishi. Dissertasiya kirish, 3 ta bo'lim, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertasiya hajmi 128 sahifada bayon etilgan.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida o'tkazilgan tadqiqotlarning dolzarbligi va zarurati asoslangan, tadqiqotning maqsadi va vazifalari, ob'ekti va predmeti tavsiflangan, respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi ko'rsatilgan, tadqiqotning ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon qilingan, olingan natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyati ochib berilgan, tadqiqot natijalarini amaliyotga joriy qilish, nashr etilgan ishlar va dissertasiya tuzilishi bo'yicha ma'lumotlar keltirilgan.

Dissertasiyaning "Xizmat ko'rsatish sohasini innovasion rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini ta'minlashning ilmiy-nazariy asoslari" deb nomlangan birinchi bobida xizmat ko'rsatish sohasini innovasion rivojlantirishning mohiyati, zaruriyati va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatini ilmiy o'rganish, xizmat ko'rsatish sohasini innovasion rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyati va nazariy yondashuvlarini retrospektiv tahlil qilish, ayrim atamalarni takomillashtirish bo'yicha olimlarning ilmiy qarashlari to'g'risidagi ma'lumotlarni tahlil qilish asosida xizmat ko'rsatish sohasini innovasion rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari, xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarini innovasion rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi tushunchalar, muallifning ta'rifi ishlab chiqilgan.

Bizning fikrimizcha, korxonaning innovatsion rivojlanishini ta'minlashning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi-bu korxonaning, xizmat ko'rsatish sohasining raqobatbardoshligini oshirish uchun iqtisodiy, tashkiliy va huquqiy omillarni va iqtisodiy faoliyatni rag'batlantirish usullari, vositalari va qoidalari majmuini hisobga olgan holda innovatsion faollikni oshirish lozim.

Xizmatlarni ko'rsatish jarayoniga tashkiliy mexanizm ilmiy-tadqiqot faoliyatini rejalashtirish va tashkil etish S2B modeli bo'yicha iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish, tarqatish kanallarini shakllantirish va innovatsiyalarni o'tkazishdan iborat. Iqtisodiy mexanizm innovatsion rivojlanishning barcha bosqichlarida ishtirok etuvchi sub'ektlarni moliyalashtirish va kreditlash, soliqqa tortish, sug'urta qilish, innovatsion jarayonni rivojlantirishni rag'batlantirish, innovatsion xizmatlarga narxlarni belgilash masalalarini o'z ichiga oladi.

Tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni ishlab chiqish, xizmat ko'rsatish korxonasining innovatsion rivojlanishini ta'minlash bozorlarda raqobatning kuchayishi bilan bog'liq. Xizmatlarga, shu jumladan elektron tijoratning kengayishi, ilmiy-texnik taraqqiyot tufayli rivojlanishi natijasida yuzaga keladigan raqamli xizmatlarga bo'lgan talabning jadal o'zgarishi sharoitida korxonada doimiy ravishda

takomillashtirilishi, innovatsiyalarni joriy qilishi, shunga mos ravishda ishlab chiqarish va tashkiliy jarayonlarni yaxshilashi kerak.

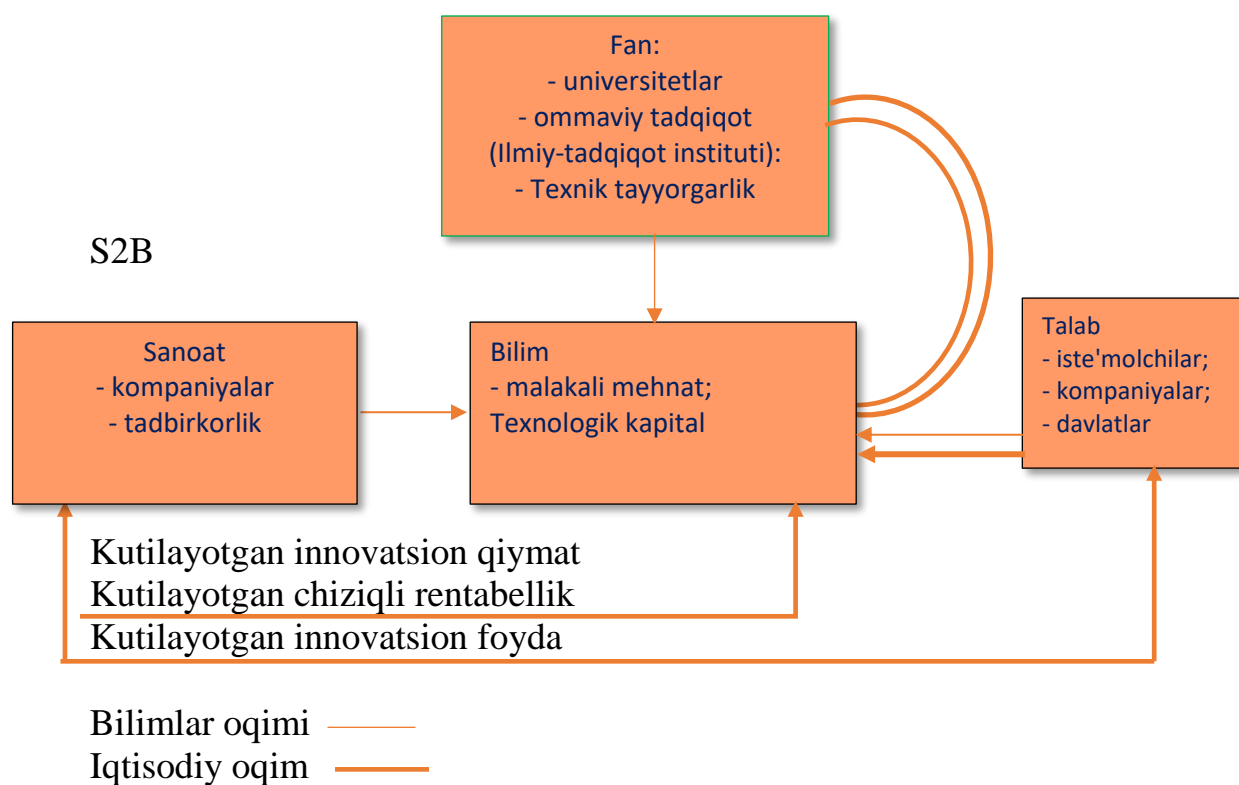


1-rasm. Xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalarni innovatsion rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi¹⁵

Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda biznes sektori tadqiqotlarni amalga oshirish va amalga oshirishga qaratilgan ilmiy natijalarni olishda nisbatan faoldir. Ya'ni, iqtisodiyotning ushbu sektorida investitsiyalardan yuqori daromad keltiradigan xususiy tadqiqotlarga ustuvor ahamiyat beriladi.

Mutaxassislar fikriga ko'ra, rivojlangan mamlakatlarda innovatsion rivojlanish kuchli e'tibor beriladi va tadqiqot loyihalarining taxminan 27,0 foizi yuqori iqtisodiy natijalar bilan amalga oshiriladi. Umuman olganda, tugallangan ilmiy-tadqiqot bosqichidan boshlab g'oyalarning atigi 0,03% va loyihalarning 0,8% ijobiy moliyaviy natijalarga ega.

¹⁵ Adapted from (Schmookler, 1962a) and (Kline and Rosenberg, 1986). Note: B2C, business-to-consumer; B2B, business-to-business; B2G, business-to-government



2-rasm: Innovatsion rivojlanishning kontseptual asoslari ¹⁶

Innovatsion rivojlanish sohasidagi xorijiy tajribani o'rganish katta amaliy ahamiyatga ega. Innovatsiyalarni rivojlantirish usullari kontseptsiyasi haqida gapirganda, shuni ta'kidlash kerakki, usul biror narsani nazariy o'rganish yoki uni amalda bajarish usulidir. Usul faoliyatni amalga oshirish jarayonida qo'llaniladigan harakatlar to'plami ekanligini hisobga olsak, innovatsion rivojlanish usullarini innovatsiyalarni amaliy amalga oshirish uchun qo'llaniladigan harakatlar tizimi deb ta'riflash mumkin. Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlashning samarali bilvosita usullari (soliq imtiyozlari, imtiyozli davlat kreditlari, amortizatsiya) innovatsiyalarni davlat tomonidan moliyalashtirish tizimidagi to'g'ridan-to'g'ri usullar bilan birlashtirilgan bo'lib, bu innovatsiyalarni rivojlantirish uchun kuchli rag'batdir. Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning ushbu turi Frantsiya, Avstriya, Shvetsiya va shunga o'xshash mamlakatlarda faol qo'llanilmoqda.

Innovatsion ekotizimning manfaatdor tomonlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlar bilimga asoslangan. Ushbu bilim oqimlari innovatsion ekotizimda to'planib, manfaatdor tomonlar uchun mavjud bo'lgan potentsial innovatsion imkoniyatlarni aniqlaydi, bu esa o'z navbatida innovatsiyalar vektorini belgilaydi. 2-rasmda malakali mehnat va texnologik kapitalga asoslangan kompaniyalar, akademik maktablar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar ko'rsatilgan. Ilmiy maktab universitet yoki texnik ta'lim dasturlarida bilimlardan foydalangan holda kelajakdagi olimlar, texnologlar va tadbirkorlarni tayyorlaydi va tadqiqotchilar yangi asosiy yondashuvlarni kiritadilar va ushbu bilimlarni kompaniyalar, universitet yoki davlat

¹⁶ Adapted from (Schmookler, 1962a) and (Kline and Rosenberg, 1986). Note: B2C, business-to-consumer; B2B, business-to-business; B2G, business-to-government

muassasalari faoliyatida qo‘llaydilar va ulardan foydalanish tajriba-texnik bazani oshirishga yordam beradi.

Dissertatsiyaning «**Xizmat ko‘rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning hozirgi holati, tendentsiyalari va omillarini tahlil qilish**» deb nomlangan ikkinchi bobida O‘zbekistonda bozor rivojlanishining holati va tendentsiyalari hamda xizmatlarning innovatsion rivojlanishini ta' minlash omillari ko'rib chiqildi va tahlil qilindi, mahalliy tadbirkor HoReCa uchun xizmatlar bozorining innovatsion segmentini biznesni yiriklashtirish, integratsiya va klasterlashni kuchaytirish sharoitida rivojlantirish salohiyati ko‘rib chiqildi, bu nafaqat tashkilotlar, balki xizmatlar ko'rsatish sohasi uchun ham yangi raqobatdosh ustunliklarni yaratadi, tashkilotlar makroiqtisodiyotining PEST tahlili o‘tkazildi, HoReCa segmentida o‘z faoliyatini amalga oshiradi, xizmat ko‘rsatish sohasidagi korxonalarda innovatsiyalarni joriy etish asosida o‘z faoliyati samaradorligini tahlil qilish algoritmi ishlab chiqilgan.

Iqtisodiyotning o‘zgarishi sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasi jiddiy o‘zgarishlarni boshdan kechirmoqda, bu bozorning yangi o‘zlashtirilmagan segmentlari paydo bo‘lishida namoyon bo‘ladi, bu erda tadbirkorlik kapitalni birlashtirish, faoliyatni diversifikatsiya qilish, raqamli manbalarga asoslangan biznes jarayonlarini qayta qurish xizmat ko‘rsatish sohasini innovatsion rivojlantirish haydovchisiga aylanadi. HoReCa segmenti nafaqat tashkilotlar, balki xizmat ko‘rsatish sohasi uchun ham yangi raqobatdosh ustunliklarni yaratadigan biznesni kengaytirish, integratsiya va klasterlashni kuchaytirish sharoitida mahalliy tadbirkor uchun innovatsion bozor segmentidir.

1-jadval

"Massa Impex" MCHJ PEST tahlili¹⁷

Omillar	Xususiyati	Ta'siri
Siyosiy va huquqiy omillar	umumiy ovqatlanish va chakana savdo sohasidagi faoliyatni tartibga soluvchi talablarni soddalashtirish	+1
	SanPiN talablarining zamonaviy bozor talablariga mos kelmasligi	-1
	Davlat nazorat organlarining ko‘plab asossiz tekshiruvlari	-2
Iqtisodiy omil	solliq yuki va murakkab solliq ma'muriyati	-2
	Raqobatbardoshlik	
	Malakali kadrlar etishmasligi va norasmiy yollash	-1
	Oziq-ovqat narxining ko‘tarilishi va inflyatsiya	-1
Ijtimoiy-madaniy omillar	Aholi sonining o‘sishi	+2
	Aholining turmush darajasi va sifatining o‘sishi, dam olish va dam olish	+1
	Ko‘plab bayramlarni o‘tkazish an'anasi	+1
	Uydan tashqarida dam olish uchun vaqtni samarali taqsimlash	+1
Texnologik omil	HoReCA bozoridagi innovatsiyalar	+1
	Muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanishning murakkabligi va gaz, elektr energiyasi va suv ta'minotidagi uzilishlar	-2
	HoReCA segmentida buyurtmalarni bajarishda import qilinadigan tarkibiy qismlarning, mahsulotlarning yuqori ulushi	-1
	Savdo samaradorligini oshiradigan yangi reklama va elektron bozorlarni, mobil ilovalarni ishlab chiqish	+3
	Restoran va mehmonxona jihozlarini diversifikatsiya qilish	+2

¹⁷ Muallif ishlanmasi

PEST tahlili davomida turli omillarning xizmatlar bozorining ushbu segmentiga salbiy va ijobiy ta'siri kuzatildi. Korxonaning tashqi muhitini tahlil qilish natijalariga ko'ra, HoReCa segmentining rivojlanishi, bozor o'sishi, aholining xulq-atvori va turmush tarzi o'zgarishi va shu bilan birga raqobatchilar soni ko'payishi, bu esa raqobatbardosh himoyaga e'tiborni kuchayishiga olib keladi.

2-jadval

"Massa Impex" MCHJ SWOT tahlili¹⁸

Kuchli tomonlar (S) zaif tomonlar (W)	Kuchli tomonlar (S) zaif tomonlar (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. HoReCa segmentida B2B ga e'tibor qaratish yuqori daromad keltiradi; 2. Faoliyatni diversifikatsiya qilish xavflarni kamaytiradi; 3. Yuqori darajadagi xizmat va allaqachon taniqli orzon brendi; 4. SMM-tashkilot xizmatlarini targ'ib qilish; 5. Mahalliy aholining byudjet onlayn-bozori sifatida allaqachon tashkil etilgan brendga ishonchi; 6. Onlayn bozorda tashkilot vakili bo'lgan brendlarning tan olinishi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. SMM-faqat mahsulotlarni reklama qilish, oila uchun xizmatlar, yangi xizmatlar hali saytda targ'ib qilinmagan; 2. HoReCa mutaxassislarining yetishmasligi; 3. HoReCa xizmatlari iste'molchilarining ma'lumotlari; 4. Xizmatlar majmuasiga kiritilgan tarkibiy qismlar, tarkibiy qismlar importiga yuqori bog'liqlik; 5. Segmentda xizmatlarni rivojlantirishni rag'batlantirish bo'yicha reglament va preferensiyalarning mavjud emasligi; 6. Mintaqaviy mijozlar bilan ishlaydigan poytaxtda raqobatning mavjudligi.
Imkoniyatlar (O)	Tahdidlar (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mintaqada segmentda ishlaydigan raqobatchilar yo'q; 2. Turmush darajasi, to'lov qobiliyati, dam olish sifatini yaxshilash segmentdagi xizmatlarga to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita talabni oshiradi; 3. Ushbu segmentda ishlagan mutaxassislarni qayta tiklash; 4. Xizmatlarni vertikal ravishda diversifikatsiya qilish qobiliyati yuqori raqobatbardoshlikni ta'minlaydi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mintaqada yangi raqobatchilarning paydo bo'lishi; 2. Virusli kasalliklar pandemiyasi mehmonxonalarning ishlashiga to'sqinlik qilmoqda; 3. Siyosiy va iqtisodiy inqirozlar fonida import qilinadigan uskunalalar, butlovchi qismlar narxining oshishi; 4. Mijozlarning xizmatlarga bo'lgan talablarini oshirish; 5. Eksklyuziv mahsulotlarni etkazib beruvchilarga yuqori darajada bog'liqlik.

¹⁸ Muallif ishlanmasi

“Massa Impex” MChJning SWOT tahlili shuni ko‘rsatdiki, ushbu bosqichda Samarqand viloyati tashkilotlari uchun yangi HoReCa segmenti B2B modelining strategiyasiga e‘tibor qaratish katta daromad, mijozlarga yo‘naltirish imkoniyati, onlayn savdo bozorida ishlash xavfini kamaytirish, katta foyda keltirish imkonini beradi. Korxonani taniqli brend ostida B2C bozoridan o‘tishni amalga oshiradi, bu esa nisbatan kam to‘lov qobiliyati, yuqori raqobat va mijozlarning selektivligi bilan tavsiflanadi. B2B modeliga o‘tish ishchilarni yollash talablarida muayyan o‘zgarishlarni, raqobatbardosh strategiyalarni qayta ko‘rib chiqishni, katta investitsiyalarni, muvofiqlashtirilgan logistikani, mijozlarga individual yondashuvni talab qiladi. Alohida loyihalar uchun har doim ham mavjud bo‘lmagan va natijada yuqori maosh talab qiladigan boshqa sohalardan mutaxassislarni jalb qilish kerak. Respublikada HoReCa segmentidagi faoliyatni tartibga soluvchi va rag‘batlantiruvchi alohida me‘yoriy-huquqiy hujjatlar mavjud emas, bu operatsiyalarni soddalashtirish va shaffofligini ta‘minlash hamda chet eldan ko‘proq mijozlar va mijozlarni jalb qilish imkonini beradi. Global o‘zgarishlar HoReCa segmentini kengaytirishi va chuqurlashtirishi mumkin bo‘lgan xalqaro kapitalning, shu jumladan inson kapitalining ko‘payishiga olib keladi.

Biz "Massa Impex" MChJning eng zaif tomonlariga quyidagilarni kiritdik: HoReCa segmentida xizmatlarni tashkil etish veb-saytida taqdim etishning yetarli emasligi, brend raqobatchilar va mijozlar orasida onlayn gipermarket, Internet auditoriyasining o‘rtacha faolligi sifatida qabul qilinadi. Mikro muhit omillarining ta‘sirini baholashning SWOT tahlili natijalarini umumlashtirib, biz tashkilot yangi segmentdagi raqobatchilar kabi omillarga alohida e‘tibor qaratishi, raqobatchilarni tashxislashi, reklama samaradorligini, xizmat ko‘rsatish sifatini, bozor ulushini tahlil qilishi kerakligini aniqladik. Iste‘molchilar kabi omilga ham e‘tibor qaratish lozim, chunki ularning xarid qobiliyati tufayli umumiy ovqatlanish bozoriga bevosita ta‘sir ko‘rsatiladi. Korxonaning sayti transformatsiya bosqichida. Korxonani veb-saytiga yangi mijozlarni jalb qilish uchun gipermarketlar tovarlari uchun bayram aksiyalarini o‘tkazish, yangi segmentda ishning boshlanishi to‘g‘risida mavjud bo‘lgan ulgurji mijozlarga axborot yuborish kerak. Shunday qilib, biz nafaqat saytga o‘tishlarni olamiz, balki muassasaning sodiqlik tizimida mijozlar ma‘lumotlar bazasini yaratamiz. Raqobatbardoshlikni oshirish uchun brendni kuchaytiradigan original kontent rejasini ishlab chiqish kerak, buning natijasida tashkilot raqobatchilardan ajralib turadi va potentsial yangi obunachilarning e‘tiborini tortadi.

Innovatsion xizmatlar va omillarning bog‘liqligini o‘rganishda biz ko‘p omilli ulanishlarning chiziqli shaklini nafaqat matematik jihatdan, balki dasturiy mahsulotlar tomonidan taqdim etilgan shakl sifatida ham ishlatamiz. "Massa Impex" MChJ xizmatlariga ta‘sir etuvchi omillarni aniqlash uchun biz HoReCa bozorida talab qilinadigan eng mashhur 20 ta xizmatni tanladik. Bu asosan B2B bozoridagi xizmatlar, umumiy ovqatlanish korxonalari, restoranlar, ovqatlanish tashkilotlaridan tashkil topgan.

Korxonani mehmonxona va restoran interyerini loyihalash, funktsional tuzilmalar, biznes-jarayonlarni yaratish, shuningdek, SMM kabi marketing innovatsiyalari bilan bog‘liq texnologik yangiliklarga eng katta xarajatlarni o‘z

zimmasiga oladi. "Massa Impex" MCHJ tomonidan texnologik innovatsiyalar xarajatlari amalga oshirilgan xizmatlar hajmining kamida 55,6 ming so‘mga oshishi 95% ishonchliligi n-k-1-17 uchun erkinlik darajalari bir tomonlama qiymati $t=1.746$ tashkil etadi.

Shunday qilib, amalga oshirilgan xizmatlar hajmiga omillarning ta'sirini aniqlash uchun biz quyidagi ko‘p faktorli modelni ishlab chiqdik:

№	Ko‘rsatkich	tenglama turi	Model	model turi
1	Amalga oshirilgan xizmatlar hajmi	$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_n x_n;$	$Y = 235.1 + 55.6 x_1 + 26.5 x_2 + 11.6 x_3$	Ko‘p faktorli chiziqli model

Xizmat ko‘rsatish sohasidagi HoReCa segmentidagi amalga oshirilgan xizmatlar hajmining korxonalar ulushiga bog‘liqligi, innovatsion faoliyatiga qo‘shimcha investitsiyalarni jamlash va respublikada ushbu biznesni tartibga soluvchi tegishli Qonunchilik bazasini takomillashtirish multiplikativ ta'sirga erishish mumkinligini ko‘rsatadi. Xizmatlar hajmining o‘shishi patentlar, sertifikatlar mavjud bo‘lishiga yordam beradi, bu esa o‘z navbatida allaqachon taniqli va mijozlar ishonchini qozongan korxonalar brendini ilgari surishga, raqobatbardoshlikning o‘shishini ta'minlaydi.

Dissertatsiyaning «**O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirishning ustuvor yo‘nalishlari**» deb nomlangan uchinchi bobida, O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini keyingi 5 yil uchun prognozlashtirish asosida takomillashtirish yo‘nalishlari ilmiy asoslangan, mavjud platforma tarkibini modernizatsiya qilish zarurati, SMM targ‘iboti, "Orzon B2 B " biznes modeli umumiy ovqatlanish tashkilotlari uchun xaridlarni tashkil etishga qaratilgan raqamli vosita sifatida taqdim etilgan, savdo klasteri va klasterlashni joriy etish, savdo tashkilotining biznes jarayonlarining tuzilishi yo‘llari ishlab chiqilgan..

Iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi sharoitida xizmat ko‘rsatish korxonasining asosiy maqsadlaridan biri mavjud resurslardan oqilona foydalanish va ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirishdir. Ishlab chiqarish (xizmat ko‘rsatish) omillaridan oqilona foydalanish ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlikka erishishga imkon beradi. Xizmat ko‘rsatish sohasida iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash siyosatini ishlab chiqish, xo‘jalik faoliyati samaradorligini baholash mezonlari va ko‘rsatkichlari asosida korxonalar va tashkilotlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini prognoz qilish zarur.

O‘zbekiston Respublikasi xizmatlar bozorini rivojlantirish tarmoqlari bo‘yicha parametrlarni tizimli prognozlash va monitoring qilish mexanizmlarini takomillashtirish alohida ahamiyatga ega. Respublikada mintaqaviy strategik rivojlanishning ijtimoiy-iqtisodiy muvozanatiga erishish va xizmat ko‘rsatish sohasining mavjud asosiy ko‘rsatkichlarining prognoz parametrlarini ishlab chiqish orqali turli ahamiyatga ega bo‘lgan masalalarni hal qilish zarur.

3-jadval

2011-2021 yillarda xizmat ko'rsatish sohasida yaratilgan yalpi mahsulot hajmi omillari darajasi dinamikasi va 2023-2027 yillarga mo'ljallangan prognoz qiymatlari

	Y(t)	X ₁	X ₂	X ₃	X ₅	X ₇	X ₉
2011	35201,4	103321,7	1186,7	19601,0	19662,3	2372	495
2012	44287,0	127101,8	1481,2	24502,3	24904,7	4145,6	538
2013	55796,6	153354,3	1847,4	305024,3	31503,4	5392,7	621
2014	68285,2	186712,8	2219,5	37675,6	40204,7	7028,4	782
2015	78621,3	221401,5	2545,0	44847,8	47275,9	8047,9	897
2016	97217,0	255724,9	3076,3	51301,3	61405,6	10701,4	1746
2017	118389,0	317498,5	3675,4	72164,4	69254,8	18498,5	1975
2018	151254,7	424789,8	4581,7	124231,3	84457,6	28745,4	2678
2019	191254,3	529433,7	5771,7	195987,6	103203,7	26999,7	4378
2020	219978,5	602243,0	6456,2	210254,2	114274,7	31304,0	5331
2021	285014,2	734612,9	8156,3	239657,7	144847,6	39578,3	6658
2022	301245,7	825461,7	9836,4	25411,6	175201,6	49587,4	7458
2023	315298,1	901423,8	10128,1	27658,4	205123,7	48756,6	8974
2024	331278,9	998235,4	10187,5	29658,5	236456,7	57684,2	9468
2025	345198,7	1057258,4	10274,6	32456,8	267654,3	68489,6	10864
2026	362157,4	1127358,3	10457,6	34521,5	297987,6	79658,4	11423
2027	375236,4	1978241,9	10758,4	36458,1	324963,4	87,496,2	12621

Ushbu ekonometrik modeldan aholi jon boshiga xizmatlarning o'sish sur'atlarini tezlashtirishga, asosiy kapitalga investitsiyalar hajmining o'sishiga qaratilgan davlat va mintaqaviy innovatsion rivojlanish dasturlari asosida xizmat ko'rsatish sohasida yaratilgan yalpi mahsulot hajmining kutilayotgan davrlarini bashorat qilish uchun foydalanishni taklif qilish mumkin. xizmatlar sohasiga, innovatsion mahsulotlar (xizmatlar, ishlar) hajmi, xizmatlar hajmi, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida tashkil etilgan, texnologik innovatsiyalarni samarali joriy etish.

Yangi segmentga e'tibor qaratish, biznes jarayonlarining yangi modeli sanoat ichida intensiv raqamlashtirish bilan bog'liq. Agar tadbirkorlikni raqamlashtirish bir tomondan bozor ishtirokchilarini, davlat va jamiyatni yaqinlashtirsa, boshqa tomondan yangi biznes modellarining paydo bo'lishiga yordam beradi. Raqamlashtirish allaqachon xizmat ko'rsatish sohasida tajribaga ega bo'lgan tashkilotlarga, mijozlar bazasiga, etkazib beruvchilar bilan yaxshi yo'lga qo'yilgan ishlarga, samarali logistikaga nisbatan ikki tomonlama xususiyatga ega. Bir tomondan, bu yutuq.



3-rasm. 2023-2027 yillarda O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasining innovatsion rivojlanishini prognozi

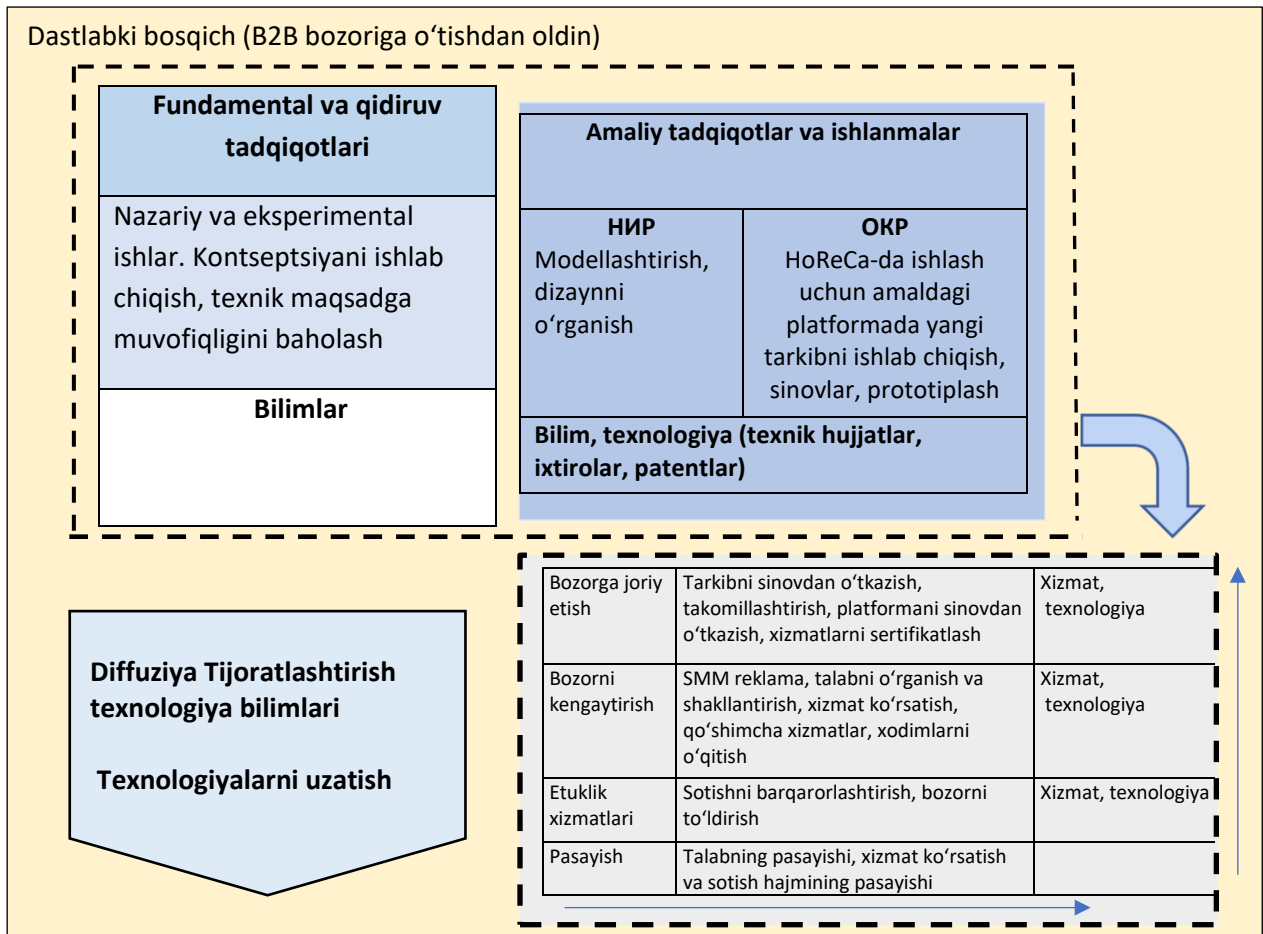
B2C-da ishlaydigan tashkilotlar uchun xizmatlarni taqdim etishning yangi segmentiga e'tibor qaratish raqamli texnologiyalar asosida B2B-ga o'tishni o'zgartirish dasturini ishlab chiqishni talab qiladi.

B2C-da ishlaydigan tashkilotlar uchun bozorni rivojlantirish strategiyasiga asoslangan HoReCa-ning yangi segmentiga o'tish sayyohlik oqimining kengayishi va aholi turmush darajasining oshishi fonida restoran va mehmonxona biznesining jadal o'sishi tufayli eng foydali hisoblanadi. Mavjud platformaning tarkibini modernizatsiya qilish, SMM reklama, sodiqlik dasturlariga alohida e'tibor berilishi kerak.

HoReCa segmentida ishlarni tashkil etish tarqatish operatsion modelini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. Bozorni rivojlantirish strategiyasi tashkilotlarning yangi segmentdagi ulushini kengaytirish imkoniyatlarini ta'minlashi kerak, shu

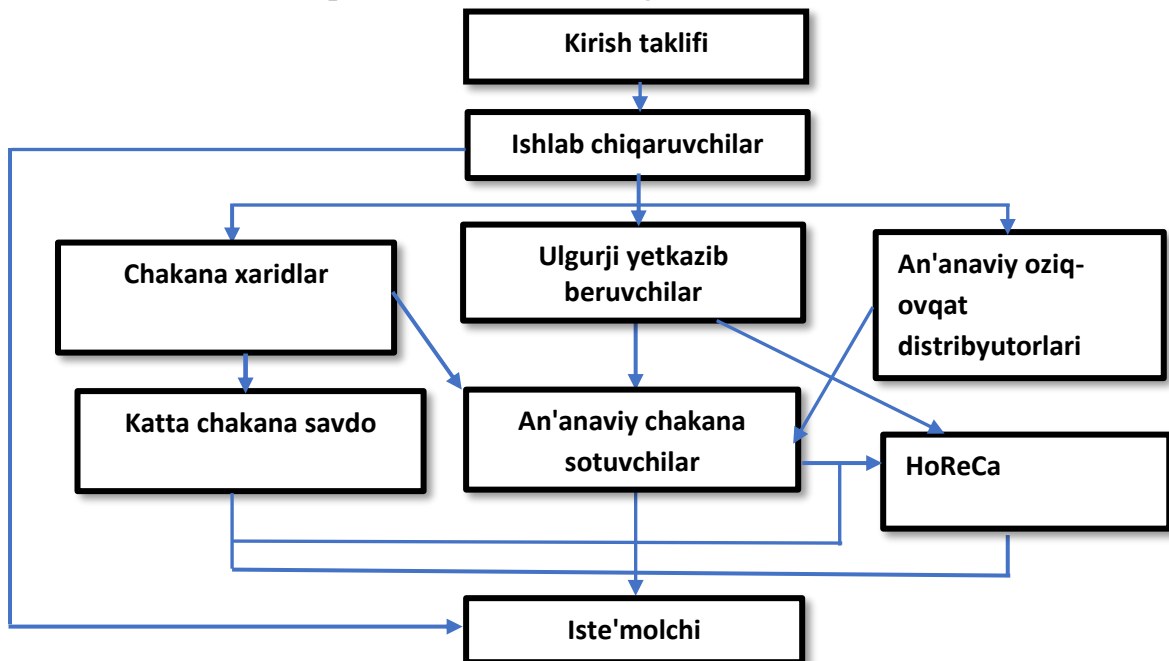
bilan birga yangi segmentning foydalari yangi xizmatlarning barqarorligi va raqobatbardoshligini ta'minlamaguncha oldingi bozorda tarqatish kanallarini saqlab turishi kerak.

Quyidagi diagrammada biz B2C dan B2B dan HoReCa ga o'tishni hisobga olgan holda yangi tarqatish modelini taklif qilamiz.



4-rasm. HoReCa segmentida B2C ni B2B ga aylantirish bosqichlari

Ushbu modeldagi ishlab chiqaruvchilar fermer xo'jaliklari va oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilarni o'z ichiga oladi.



5-rasm. B2C dan B2B ga HoReCa ga o'tishni hisobga olgan holda tarqatish modeli¹⁹.

¹⁹ Muallif ishlanmasi

Fermer xo'jaliklari xom ashyoni hech qanday ishlov bermasdan ishlab chiqaradi, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini iste'molchilar uchun mahsulot ishlab chiqaradigan ishlab chiqaruvchilarga o'tkazadi. Mahsulotlarni tashish uchun asosiy vositalar, kapital va mehnat resurslari talab qilinadi. HoReCa segmentida tashkilotlar fermer xo'jaliklari va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilardan oziq-ovqat mahsulotlarini jalb qilishadi. Albatta, to'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqaruvchilardan sotib olish xizmatlarni kamaytirishga, ular bilan barqaror munosabatlarni ta'minlashga, tijorat takliflarini farqlash tufayli xizmatning katta qiymatini ta'minlaydigan tovarlarni sotib olishda vositachilikdan qochishga imkon beradi.

4-jadval

«Orzon B2B» biznes modeli²⁰

Asosiy hamkorlar	asosiy faoliyat	taklif	mijozlar munosabatlari	mijozlar segmentlari
Tijorat sheriklari (oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar va an'anaviy distribyutorlar)	<ul style="list-style-type: none"> veb-sayt/mobil ilovani ishlab chiqish va targ'ib qilish; oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarini tanlash; logistikani muvofiqlashtirish; onlayn / oflayn marketing; to'lovlarni boshqarish; 	1)ishlab chiqaruvchilar/distribyutorlar <ul style="list-style-type: none"> bozordagi bitimlarning shaffofligi; buyurtma berish qulayligi; raqamli hisoblar va shartnomalar; biznes haqida ma'lumot; 2)HoReCa operatorlari <ul style="list-style-type: none"> xarid qilish tajribasi yaxshilandi; boshqaruv qarorlarini qabul qilishni soddalashtirish; 	<ul style="list-style-type: none"> ijtimoiy tarmoqlar; ijtimoiy tadbirlar; telefon orqali mijozlarga xizmat ko'rsatish; umumiy ovqatlanish distribyutorlari bilan telefon qo'ng'iroqlari; 	<ul style="list-style-type: none"> HoReCa yuqori va o'rta sinf segmentidagi faoliyat; HoReCa innovatsion operatorlari; mahsulot ishlab chiqaruvchilari (kichik va o'rta biznes); an'anaviy ovqatlanish distribyutorlari (kichik va mahalliy biznes)
	Asosiy manbalar *axborot texnologiyalari *inson resurslari	soddalashtirish; <ul style="list-style-type: none"> biznes haqida ma'lumot; inventarizatsiyani boshqarish; past va yuqori sifatli mahsulotlarga kirish. 	Mijozlar kanallari <ul style="list-style-type: none"> elektron tijorat veb-sayti; elektron tijorat mobil ilovasi 	
Xarajatlar tarkibi <ul style="list-style-type: none"> to'lovlarni boshqarish; kredit karta operatsiyalari uchun to'lov; platformani rivojlantirish va texnik xizmat ko'rsatish; marketing; inson resurslari (sotish, ma'muriy yordam) 		Daromad oqimi <ul style="list-style-type: none"> yetkazib beruvchilarning avans to'lovlari; premium mijozlarning hissalarini; Yangi bitimlar uchun etkazib beruvchilardan 5% komissiya to'lovi. 		

Ushbu platformaning vazifasi ishtirokchilar o'rtasida osonlashtirilgan qiymat almashinuvini ta'minlashdan iborat. Platformali biznes modellarining muvaffaqiyati, ularning raqobatbardosh ustunligi ijobiy tarmoq samarasi

²⁰ Muallif ishlanmasi

mavjudligiga, platforma tomonidan yaratilgan yordamchi dastur platforma ishtirokchilari soniga bog‘liq bo‘lgan mexanizmlarga bog‘liq. HoReCa segmentida ikki tomonlama tarmoq effektlari paydo bo‘ladi, ya‘ni bir tomondan ishlab chiqaruvchilar toifasi, boshqa tomondan iste‘molchilar toifasi mavjud. Ikki tomonlama tarmoq effekti, bir tomonga tegishli foydalanuvchilar soni bozorning har ikki tomoniga ham ta‘sir qilishi mumkin. Marketplace modeli asosida "Orzon B2B" biznes modelini ishlab chiqish mumkin.

Savdo tashkilotlarining biznes jarayonlariga klasterlashni joriy etish B2B-da faoliyatning samarali o‘zgarishini ta‘minlaydi, bu savdo omnikanalligiga asoslangan o‘zaro bog‘liq elementlarning keng tarmog‘ini o‘z ichiga oladi. HoReCa segmentida savdo faoliyatini klasterlash vertikal va gorizontal diversifikatsiya asosida amalga oshiriladi. Bir tomondan, tadqiqot ob‘ekti sifatida ko‘rib chiqib, tashkilot oila uchun tovarlarni onlayn bozor orqali sotadi, shu bilan birga B2B modeli asosida HoReCa segmentida yangi faoliyat yo‘nalishini ochadi, bu esa yangi segment uchun tovarlarni oldingi onlayn bozordan sotib olish imkoniyatini ochadi, shu bilan birga maxsus mahsulotlar, HoReCa segmenti uchun uskunalar. mijozlar uchun ochiq kirish onlayn bozor, shu bilan savdo tashkiloti bozorning ikki segmentidan buyurtmalar kelib tushganda omnikanallik darajasini oshiradi. Kelajakda tashkilot xuddi shu printsip asosida nafaqat ulgurji va chakana mijozlarga, balki davlat organlariga outsorsing yoki davlat-xususiy sheriklik (DXSH) asosida xizmat ko‘rsatishi mumkin. Ammo B2G tomon gorizontal diversifikatsiya qilish uchun HoReCa segmentida uzoq muddatli savdo tarixi, katta kapital qo‘yilmalar va davlat buyurtmalari bilan ishlash ko‘nikmalariga ega bo‘lish kerak.

Sotishni tashkil etishning innovatsion jarayonlarini diversifikatsiya qilish va joriy etish asosida yangi segmentlarni o‘zlashtirish taktikasini qo‘llaydigan savdo tashkilotlari savdo klasteriga aylantirish orqali bozordagi mavqeyini mustahkamlashi mumkin, ularning o‘ziga xos xususiyatlari quyidagilardan iborat:

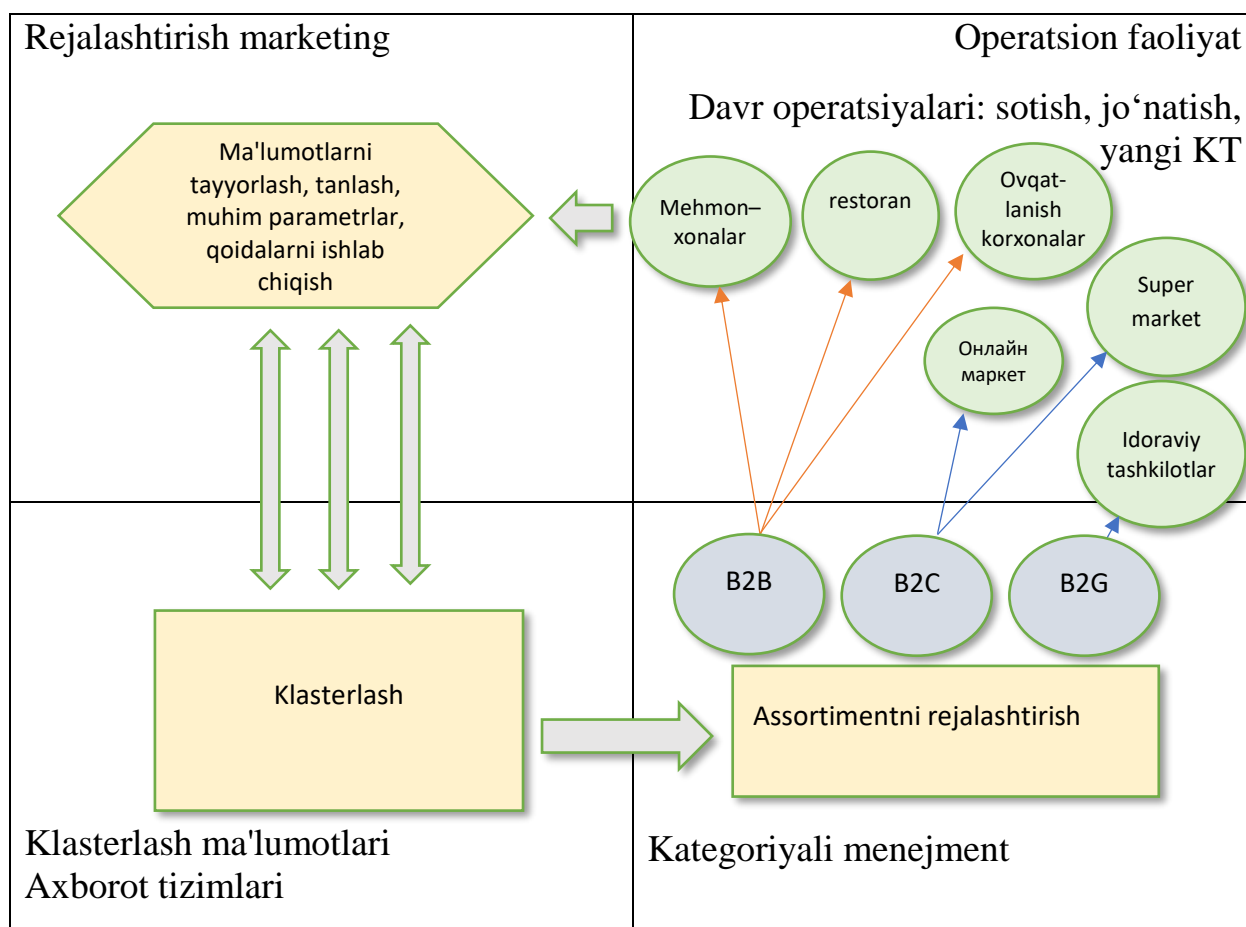
1. Bozor o‘yinchilarining funksional o‘zaro bog‘liqligi (bizning holatlarimizda platforma, veb-sayt ko‘rinishidagi yagona virtual maydon);
2. Savdo klasteri elementlarining yagona profili (onlayn, oflayn savdo va xizmat ko‘rsatish);
3. Klaster elementlarining murakkabligi va ko‘p kanalli (B2B, B2C, B2G);
4. Raqobat va integratsiyaning yuqori darajasi;
5. Ijtimoiy va ekologik samaradorlik;
6. Innovatsiya va jozibadorlik.

Savdo klasterining yadrosi savdo tashkiloti bo‘lib, unda ishtirokchilar nafaqat belgilangan formatlarda ishlaydi, balki B2S asosida ilmiy-tadqiqot institutlari, oliy o‘quv yurtlari, hokimliklar bilan hamkorlik qiladi.

Mintaqadagi savdo klasterlarining rivojlanishi nafaqat biznes sub'ektiga, balki mahalliy hokimiyat organlariga ham foyda keltiradi, mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini (RVP, bandlik, mintaqaviy byudjetga soliq to‘lovlari), mahalliy jamoalarni hal qiladi, aholini biznesga jalb qiladi.

Savdo klasterining asosiy bo‘g‘ini B2C-dagi savdo hisoblanadi, chunki u aholining tovarlari va xizmatlariga bo‘lgan ehtiyojni bevosita va hamma joyda qondiradi. Savdo klasteri hujayra-matritsa tuzilishiga ega. 6-rasmda savdo

klasterining modeli va omnikanal sotishni tashkil etish asosida biznes-jarayonlarni klasterlash usullarini qo‘llash taqdim etildi.



6-rasm. Savdo klasteri va savdo tashkilotining biznes-jarayonlari tarkibiga klasterlashni joriy etish

Klasterning o‘ziga xos xususiyati shundan iboratki, unda ishtirokchilar o‘rtasida ichki raqobat mavjud bo‘ladi. Savdo klasteri ichida barcha o‘yinchilarning munosabatlari tartibsiz, oldindan aytib bo‘lmaydigan, ammo iqtisodiy jihatdan o‘z segmentini egallash, maksimal marjani olish istagi bilan asoslanadi.

Respublikada bir qator tadbirlar asosida savdo klasterlarini rivojlantirishni rag‘batlantirish mumkin:

- davlat buyurtmalarini joylashtirish orqali savdo klasterlarining tijorat faoliyatini rag‘batlantirish, shu bilan B2G biznes modelini ishlab chiqish;
- savdo klasteri negizida QKT(qo‘shimcha kasbiy ta‘lim), kadrlarni qayta tayyorlash, malaka oshirish dasturlarini ishga tushirish, shu bilan oliy o‘quv yurtlari bitiruvchilarining uzluksiz bandligini ta‘minlash;
- mintaqa va umuman mamlakatning innovatsion faolligi va investitsion jozibadorligini ta‘minlash bo‘yicha maqsadli dasturlar asosida mintaqalar, respublikaning jozibadorligini oshirish.

Shunday qilib, savdo klasterlari ma‘lum bir hudud va makonda geografik va deyarli lokalizatsiya qilingan bo‘lib, ularning keyingi rivojlanishi mamlakatning ichki-mintaqaviy va sharoitlari bilan bog‘liq bo‘ladi. Savdo klasterini rivojlantirish kontsepsiyasi, ishlab chiqarish klasterlaridan farqli o‘laroq, resurslarni maksimal

darajada safarbar qilishni talab qilmaydi, chunki biznesni tashkil etishning ushbu shakli yuqori innovatsionlikka ega va osongina qayta shakllanishi va iqtisodiy jihatdan zarur bo'lsa, mintaqaga yaqin aloqada ko'rib chiqiladi va bitta portalda Internet makonida ishga tushirilishi mumkin.

XULOSA

Dissertatsiya mavzusi doirasida olib borilgan tadqiqot natijalari asosida quyidagi ilmiy xulosa, takliflar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi:

1. Dissertatsiya xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishning ilmiy asosi sifatida "innovatsion faoliyat", "innovatsion rivojlanish" va "innovatsion xizmat" tushunchalarining mohiyati va mazmuni, muallifning ta'rifini ishlab chiqildi. Bizning fikrimizcha, innovatsion rivojlanish innovatsiyalar asosida samaradorlik va raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni tavsiflovchi iqtisodiy toifadir. Innovatsion xizmat ijrochi va iste'molchi o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning bevosita natijasidir va iste'molchining talabini qondirishga qaratilgan ijrochining samarali faoliyatida amalga oshiriladigan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlardir.

2. Xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyati va nazariy yondashuvlarining retrospektiv tahlili asosida xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari aniqlandi, xizmat ko'rsatish sohasidagi innovatsiyalar guruhining blok diagrammasi aniqlandi.

3. Xizmat ko'rsatish korxonalarini va tashkilotlarini maqsadli rivojlantirish, xizmatlarning yakuniy natijalariga muvofiqlik, xizmatlar bozorida talab va taklifning muvofiqligi, mehnat unumdorligining doimiy o'sishi tamoyillari ishlab chiqilgan.

4. Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining innovatsion rivojlanishini ta'minlashning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi ishlab chiqilgan. Tashkiliy mexanizm ilmiy-tadqiqot faoliyatini rejalashtirish va tashkil etish, S2B modeli bo'yicha iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish, tarqatish kanallarini shakllantirish va xizmatlarni ko'rsatish jarayoniga innovatsiyalarni o'tkazishdan iborat. Iqtisodiy mexanizm innovatsion rivojlanishning barcha bosqichlarida ishtirok etuvchi sub'ektlarni moliyalashtirish va kreditlash, soliqqa tortish, sug'urta qilish, innovatsion jarayonni rivojlantirishni rag'batlantirish, innovatsion xizmatlarga narxlarni belgilash masalalarini o'z ichiga oladi.

5. Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarini samaradorligini baholash usullarining tasnifi aholining ehtiyojlarini qondirishga, xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining nisbiy xarajatlar darajasida rentabelligiga, mehnat sharoitlari va xususiyatlarini tavsiflovchi ijtimoiy ko'rsatkichlarga, asosiy va aylanma mablag'larning samaradorligiga, shuningdek barcha sarflangan resurslar fondi samaradorligiga qaratilgan iqtisodiy ko'rsatkichlarga asoslangan holda ishlab chiqilgan.

6. Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish orqali qisqa vaqt ichida ushbu sohadagi biznes-jarayonlarni tashkil etishning o'ziga xos xususiyatlari tufayli yuqori rivojlanish sur'atlariga erishish mumkin, bu yerda katta miqdordagi moddiy, kapital xarajatlar, mehnat xarajatlari va ishlab chiqarishning murakkab texnologik

infratuzilmasi talab qilinmaydi. So‘nggi yillarda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning mintaqaviy dasturlari mintaqaning resurs tarkibiy qismining o‘ziga xos xususiyatlarini, moliyalashtirish hajmini hisobga olgan holda iqtisodiyotning yuqori daromadli tarmoqlarini amalga oshirishga qaratilgan.

7. HoReCa sohasining zamonaviy korxonasi murakkab biznes ob'ekti, ko‘p funktsiyali biznes markazi bo‘lib, u turli xil murakkab biznes jarayonlari bilan ajralib turadi. xarid qilish va logistika faoliyati, ishlab chiqarish, marketing, sotish, moliya va boshqalarni boshqarish. bunday korxonaning samaradorligi tashkilot xodimlarining tashkilotning vazifasi va maqsadini qanchalik aniq va aniq tasavvur qilishiga bog‘liq, chunki. ushbu sohadagi tashkilotlarning aksariyati mijozlarga xizmat ko‘rsatish bilan shug‘ullanadi, mos ravishda raqobatbardoshlik omillari orasida xodimlarning malaka darajasi birinchi o‘rinda turadi.

8. Amalga oshirilgan xizmatlar hajmining HoReCa segmentidagi tashkilotlar ulushiga bog‘liqligi xizmat ko‘rsatish sohasidagi tashkilotlarning innovatsion faoliyatiga qo‘shimcha investitsiyalarni jamlash va respublikada ushbu biznesni tartibga soluvchi tegishli Qonunchilik bazasini takomillashtirish zarurligini ko‘rsatadi. multiplikativ ta'sirga erishish mumkin. Amalga oshirilgan xizmatlar hajmining o‘shishiga patentlar, sertifikatlar mavjudligi yordam beradi, bu esa raqobatbardoshlikning o‘shishini ta'minlaydi. allaqachon taniqli va mijozlar ishonchini qozongan tashkilot brendini ilgari surish.

9. Keyingi 5 yil davomida O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasining innovatsion rivojlanishini prognoz qilish uning tez o‘shishi bilan ajralib turadigan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida tashkil etilgan xizmatlar hajmini tezlashtirishga sezilarli ta'sir ko‘rsatdi.

10. B2C-da ishlaydigan tashkilotlar uchun bozorni rivojlantirish strategiyasiga asoslangan HoReCa-ning yangi segmentiga o‘tish sayyohlik oqimining kengayishi va aholi turmush darajasining oshishi fonida restoran va mehmonxona biznesining jadal o‘shishi tufayli eng foydali hisoblanadi. Mavjud platformaning tarkibini modernizatsiya qilish, SMM reklama, sodiqlik dasturlariga alohida e'tibor berilishi kerak.

11. "Orzon B2B" biznes modeli umumiy ovqatlanish tashkilotlari uchun xaridlarni tashkil etishga qaratilgan raqamli vositadir. Ushbu model sotuvchilar va restavradorlar o‘rtasidagi munosabatlarni soddalashtiradi, shu bilan birga tijorat munosabatlarining oflayn kanali saqlanib qoladi. Boshqaruv platformasidan foydalanish takroriy buyurtmalarni amalga oshirishga imkon beradi, to‘lovlarni rejalashtirish va yig‘ish orqali boshqaruv yukini kamaytiradi, hisob-fakturalarni raqamli formatda oladi va xaridlarni doimiy ravishda kuzatib boradi va optimallashtiradi. Ushbu platformada faoliyatni kuzatish, premium mijozlar uchun tovarlar harakati uchun analitik vositalar mavjud.

12. Savdo tashkilotlarining biznes jarayonlariga klasterlashni joriy etish B2B-da faoliyatning samarali o‘zgarishini ta'minlaydi, bu savdo omnikanalligi asosida o‘zaro bog‘liq elementlarning keng tarmog‘ini o‘z ichiga oladi. HoReCa segmentida savdo faoliyatini klasterlash vertikal va gorizontallik diversifikatsiya asosida amalga oshiriladi.

**SCIENTIFIC COUNCIL ON AWARDING THE SCIENTIFIC DEGREES
UNDER THE NUMBER DSc.03/30.12.2019.I.18.01. AT SAMARKAND
INSTITUTE OF ECONOMICS AND SERVICE**

SAMARKAND INSTITUTE OF ECONOMICS AND SERVICE

RUZIYEVA NIGINA BAKHTIYOROVNA

**IMPROVING THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM
OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SERVICE SECTOR**

08.00.05. – Economy of service sphere branches (economic sciences)

**ABSTRACT OF THE DESSERTATION OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD)
ON ECONOMIC SCIENCES**

Samarkand – 2024

The theme of the doctor of philosophy (PhD) in economic sciences was registered at the Ministry of Higher education, science and innovation of the Republic of Uzbekistan under number B2021.4.PhD/Iqt916

Dissertation has been prepared at Samarkand Institute of Economics and Service.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian and resume in English) on the website (www.sies.uz) and the website «ZiyoNet» information and educational portal(www.ziynet.uz).

Scientific supervisor:

Abdukarimov Baratoli Abdukarimovich
Candidate of Economic Sciences, professor

Official opponents:

Urazov Komil Baxromovich
Doctor of economical sciences, professor

Safarov Bokhodirxon Shaxriyorovich
Doctor of economical sciences, professor

Leading organization:

Samarkand State University named after Sh.Rashidov

The defense of the thesis will be held on “ ____ ” _____ 2024 at _____ the, meeting of the Scientific Council on awarding the scientific degrees under the number DSc.03/30.12.2019.I.18.01.at the Samarkand Institute of Economics and Service. Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur, street 9. Tel.: (998 66) 233-18-84; fax: (998 66) 233-28-38; e-mail: sies_info@edu.uz

A typescript variant of the doctoral thesis is available at the Informational resource center of Samarkand Institute of Economics and Service (registered under the No.____). Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur, street 9. Tel.: (998 66) 233-18-84; fax: (998 66) 233-28-38; e-mail: sies_info@edu.uz.

The abstract of doctoral thesis was circulated on “ ____ ” _____ 2024.
(mailing report No.____ on “ ____ ” _____ 2024).

M.E.Pulatov

Chairman of the scientific council awarding scientific degrees, doctor of economic sciences, associate professor

Sh.O.Kuvandikov

Scientific secretary of the scientific council awarding scientific degrees, DSc, docent

M.M.Mukhamedov

Chairman of the academic seminar under the scientific council awarding scientific degrees doctor of economic sciences, professor

INTRODUCTION (PhD thesis annotation)

The aim of the research is development of scientific and practical proposals to improve the organizational and economic mechanisms of innovative development in the service sector.

The object of the research of the study is innovative activity in the service sector of the Republic of Uzbekistan.

The subject of the research is a set of socio-economic relations related to the management of organizational and economic mechanisms of innovative development in the service sector.

The scientific novelty of the research is as follows:

the ‘Orzon B2B business model’ has been developed in order to manage the efficiency of procurement of catering organizations, manage payments and actions for the delivery of products in accordance with mutual benefit, simplify the execution of repeat orders, collect commission fees from suppliers of products for new agreements (contracts);

the algorithm for clustering trade organizations according to the formats specified in the cluster system has been improved, deepening cooperation between trade entities based on increasing the volume of wholesale and retail trade and in an innovative direction based on the compatibility of B2B, B2C, B2G and the HoReCa system;

the forecast indicators of production on the influence of innovative factors on the development of the service sector until 2030 are substantiated;

the marketing approach has been improved to increase the efficiency of innovation activities based on prioritization of the procurement system-logistics necessary for the production of products, taking into account the specifics of the service sector.

Implementation of research results. Based on the scientific results obtained on the improvement of organizational and economic mechanisms of innovative development in the field of services:

The ‘Orzon B2B business model’ is designed to manage the efficiency of procurement of catering organizations, manage payments and product delivery activities in accordance with mutual benefit, simplify the execution of repeat orders, collect commission fees from suppliers of products for new ones. agreements (contracts) have been introduced into the activities of public catering enterprises (Reference No. 11/03-15-568 dated 28.08.2022 of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan). To a certain extent, the proposal served to simplify the processing of orders under the innovative system, ensure the timing of payment and delivery of products according to the contract, pay special attention to the interests of small producers, and increase production volumes;

an improved algorithm for clustering trade organizations according to the formats specified in the cluster system, deepening cooperation between trade entities based on increasing the volume of wholesale and retail trade and in an innovative direction based on the compatibility of B2B, B2C, B2G and HoReCa systems in accordance with the recommendations of the Chamber of Commerce and Industry

has been implemented in commercial business, in particular, the hypermarket activities of LLC "Massa Impex" (Reference No. 11/03-15-568 dated 28.08.2022 of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan). The improved clustering algorithm of trade organizations to a certain extent contributed to an increase in the size of retail trade in the regions and increased innovation activity in the field of services;

the forecast indicators of production on the impact of innovative factors on the development of the service sector until 2030 were published by the Chamber of Commerce and Industry and used to further improve the activities of business entities (Reference No. 11/03-15-568 dated 28.08.2022 of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan). The use of forecast indicators has served to a certain extent to increase the level of accuracy of the targeted use of available resources in the field, to expand the service structure, taking into account the factors of sustainable development of the sphere;

the marketing approach to improving the efficiency of innovation activities based on prioritization of the procurement system-logistics necessary for the production of products, taking into account the specifics of the service sector, has been improved and used to further improve the activities of business entities (Reference No. 11/03-15-568 dated 28.08.2022 of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan). The use of the proposal made it possible to ensure the interaction of the elements of the system formed by multilateral relations in the service sector.

The structure and volume of dissertation. The research paper consists of an introduction, three chapters, a summary and suggestions, a list of references and appendices. The volume of the dissertation is 128 pages.

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

I bo'lim (I часть; part I)

1. Рузиева Н.Б. «Социальные проблемы безработицы в отраслях сферы услуг и их решение в период пандемии» “Servis” ilmiy-amaliy jurnal 2020 yil, 3-son. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti.

2. Ruziyeva N.B. «Formational of a mechanizm of state support for innovative development in the service industries» *Academicia – An International Multidisiplinary Research Journal* - 10, October 2021.

3. Рузиева Н.Б. «Анализ Результатов инновационной и инвестиционной деятельности в сфере услуг» «Soliq va hayot» electron ommabop jurnali, №4, 2022 y.

4. Рузиева Н.Б. «Экономический анализ инноваций в экономической деятельности сферы услуг» «Biznes-Ekspert» ilmiy-uslubiy jurnal, №11-12, 2022.

5. Рузиева Н.Б. «Проблемы развития сферы услуг» Экономическая школа при СамИСИ при сотрудничестве с Тамбовским государственным университетом, международная научно-практическая конференция ,2020.

6. Рузиева Н.Б. «Методы анализа инвестиционно- инновационной деятельности в сфере услуг» *International scientific- online conference Models and metods for increasing the efficiency of innovative research – Germany, Berlin-2021.*

7. Рузиева Н.Б. «Сущность, содержание и экономическое значение инноваций в развитии отраслей сферы услуг» Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida xizmat ko'rsatish sohasida tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish: muammo va echimlar” ilmiy-amaliy anjumani, 2020 y.

8. Рузиева Н.Б. «Теоретические вопросы сферы услуг и рост благосостояния населения» Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida xizmat ko'rsatish sohasida tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish: muammo va echimlar” ilmiy-amaliy anjumani, 2020.

II bo'lim (II часть; part II)

9. Рузиева Н.Б. «Значение структурных и институциональных реформ в развитии сферы услуг» “Молодой учёный” ilmiy-amaliy electron jurnalining №49, 339-son, dekabr, 2020 yil.

10. Рузиева Н.Б. “Научные основы и критерии структурных и институциональных реформ” “Servis” ilmiy-amaliy jurnal 2020 yil, maxsus son. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti.

11. Рузиева Н.Б. «Анализ инвестиционно- инновационной деятельности в сфере услуг» *Ijodkor o'qituvchi ilmiy-uslubiy jurnal* №11, 2021.

12. Рузиева Н.Б. «Экономическое значение инноваций в развитии отраслей сферы услуг» Научно- популярный периодический журнал “Вестник” Международного Университета имени К.Ш. Токтомаматова. Жалал-Абад, 2022 г.

13. Рузиева Н.Б. «Государственная поддержка инновационного развития в отраслях сферы услуг» Международный – научный журнал “Science and innovative”, 16 декабрь, 2022г.

14. Рузиева Н.Б. “Роль услуг в развитии электронной коммерции” международная научно-практическая конференция СамГУ “Цифровая экономика: Проблемы, решения, приоритеты ” 2020 год, 22 мая

15. Рузиева Н.Б. «Особенности развития сферы услуг при инновационном развитии экономики» XI Международная научно-практическая интернет конференция «Modern Movement of Science» г. Днепр (Украина) 8-9 октября 2020 года

16. Рузиева Н.Б. «Экономический анализ инноваций в экономической деятельности сферы услуг» International scientific- online conference Innovative Achievements in science – Россия, Челябинск- 2021г.

17. Рузиева Н.Б. «Методы оценки эффективности инновационной деятельности предприятий сферы услуг» Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasida tarkibiy o‘zgarishlarni amalga oshirish: muammo va echimlar” ilmiy-amaliy anjumani, 2020

18. Рузиева Н.Б. «Повышение эффективности отраслей сферы услуг в условиях инновационной экономики» XII Международная научно-практическая интернет конференция «Modern Movement of Science» г. Днепр (Украина) 1-2 апреля 2021 г.

19. Рузиева Н.Б. «Развитие отраслей сферы услуг и повышение уровня жизни населения в инновационной экономике» Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Innovatsion iqtisodiyotda xizmat ko‘rsatish sohasi tarmoqlarini rivojlantirish va aholi farovonligini yuksaltirish muammolari”, 2020 y.

20. Рузиева Н.Б. «Роль сферы услуг в развитии экономики Узбекистана» “Servis” ilmiy-amaliy jurnal 2017 yil, 4-son. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti.

21. Абдуллаева З.И., Рузиева Н.Б. «Сущность и значение торговли в условиях либерализации экономики» “Servis” ilmiy-amaliy jurnal 2018 yil, 1-son. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti.

22. Абдуллаева З.И., Рузиева Н.Б. «Пути совершенствования экспортных операций» “Servis” ilmiy-amaliy jurnal 2018 yil, 2-son. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti.

23. Абдуллаева З.И., Рузиева Н.Б. «Стратегия развития туризма в Узбекистане» Halqaro ilmiy-amaliy anjuman №1, 2018 yil SamISI

24. Рузиева Н.Б., Шодиева З. «Xizmatlar sohasida sifat tushunchasi va sifat muammosi» “Servis” ilmiy-amaliy jurnal 2016 yil, 4-son. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti.

25. Рузиева Н.Б., Алиев А. «Тенденции развития сферы услуг в Узбекистане» Ilmiy-amali anjuman №5, 2018 yil SamISI.

Avtoreferat Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
“Servis” jurnali tahririyatida tahrirdan o‘tkazildi (08.02.2024-yil).

Bosmaxona tasdiqnomasi:



4268

2024 yil 9-fevralda bosishga ruxsat etildi:
Ofset bosma qog‘ozi. Qog‘oz bichimi 60x84_{1/16}.
“Times” garniturası. Raqamli bosma usuli.
Hisob-nashriyot t.: 3,7. Shartli b.t. 3,1.
Adadi 100 nusxa. Buyurtma №09/02.

SamDCHTI tahrir-nashriyot bo‘limida chop etildi.
Manzil: Samarqand sh., Bo‘stonsaroy ko‘chasi, 93-uy.