KORXONALARDA ZAMONAVIY XIZMATLARNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMI: TARKIBIY ELEMENTLARI, OMILLARI VA FUNKSIYALARI

Haydarov Jamol Kamol o'g'li
Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti tadqiqotchsi
+998997-289-99-03
jamol.haydarov94999499@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada raqamli transformatsiya sharoitida korxonalarda zamonaviy xizmatlarni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi nazariy jihatdan asoslangan. Mexanizm tushunchasiga oid ilmiy yondashuvlar umumlashtirilib, mualliflik ta'rifi taklif etilgan. Mexanizm maqsadli, tashkiliy, iqtisodiy, institutsional va axborot-raqamli quyi tizimlardan iborat yaxlit tizim sifatida tavsiflanib, har bir quyi tizimning vazifasi hamda usul, dastak va vositalari aniqlangan. Mexanizm faoliyatiga ta'sir etuvchi tashqi va ichki, rag'batlantiruvchi va cheklovchi omillar O'zbekiston sharoitida tasniflangan. Mexanizmning yopiq boshqaruv tsiklini hosil qiluvchi oltita funksiyasi asoslanib, ulardan moslashtirish funksiyasining raqamli xizmatlar uchun alohida ahamiyati ko'rsatilgan. Xulosada mexanizmni takomillashtirishga oid amaliy takliflar, xususan, xizmatlar strategiyasini ishlab chiqish, servis faoliyatini mustaqil bo'linmaga ajratish, rag'batlantirishni xizmatlar natijalari bilan bog'lash va CRM tizimlarini joriy etish bo'yicha tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: zamonaviy xizmatlar, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, xizmatlar portfeli, servitizatsiya, raqamli transformatsiya, quyi tizimlar, boshqaruv funksiyalari, rag'batlantiruvchi va cheklovchi omillar.

Аннотация. В статье теоретически обоснован организационно-экономический механизм развития современных услуг на предприятиях в условиях цифровой трансформации. На основе обобщения научных подходов к понятию механизма предложено авторское определение. Механизм охарактеризован как целостная система, состоящая из целевой, организационной, экономической, институциональной и информационно-цифровой подсистем; определены функции каждой подсистемы, а также применяемые методы, рычаги и инструменты. Применительно к условиям Узбекистана классифицированы внешние и внутренние, стимулирующие и сдерживающие факторы, влияющие на функционирование механизма. Обоснованы шесть функций механизма, образующих замкнутый цикл управления, и показано особое значение функции адаптации для цифровых услуг. В заключении даны практические рекомендации по совершенствованию механизма: разработка стратегии услуг, выделение сервисной деятельности в самостоятельное подразделение, увязка стимулирования с результатами оказания услуг и внедрение CRM-систем.

Ключевые слова: современные услуги, организационно-экономический механизм, портфель услуг, сервитизация, цифровая трансформация, подсистемы, функции управления, стимулирующие и сдерживающие факторы.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Abstract. The article provides a theoretical substantiation of the organizational and economic mechanism for developing modern services in enterprises under digital transformation. Based on a synthesis of scholarly approaches to the concept of a mechanism, the author proposes an original definition. The mechanism is described as an integrated system comprising goal-setting, organizational, economic, institutional, and information-digital subsystems, and the role of each subsystem, together with its methods, levers, and tools, is identified. External and internal, as well as enabling and constraining factors affecting the functioning of the mechanism are classified with reference to the conditions of Uzbekistan. Six functions of the mechanism forming a closed management cycle are substantiated, and the particular importance of the adaptation function for digital services is demonstrated. The conclusion offers practical recommendations for improving the mechanism, including developing a service strategy, separating service activities into an independent unit, linking incentives to service performance, and implementing CRM systems.

Keywords: modern services, organizational and economic mechanism, service portfolio, servitization, digital transformation, subsystems, management functions, enabling and constraining factors.

Raqamli transformatsiya va bilimlar iqtisodiyoti sharoitida korxonalarning raqobat ustunligi tobora ko‘proq ular taklif etayotgan xizmatlar sifati va xilma-xilligi bilan belgilanmoqda. Mahsulotga servis, texnik qo‘llab-quvvatlash, raqamli yechimlar, logistika va moliyaviy xizmatlarni qo‘shgan korxonalar mijoz bilan uzoq muddatli munosabat o‘rnatib, barqaror daromad manbaiga ega bo‘lmoqda. Biroq zamonaviy xizmatlar o‘z-o‘zidan rivojlanmaydi: ular maqsad, resurs, tashkiliy tuzilma, rag‘batlantirish va nazoratni bir-biri bilan bog‘lovchi boshqaruv tizimini talab qiladi. Bunday tizim ilmiy adabiyotda “tashkiliy-iqtisodiy mexanizm” tushunchasi bilan ifodalanadi.

Iqtisodiy adabiyotda mexanizm tushunchasi turlicha talqin etiladi. Bir guruh mualliflar uni boshqaruv usullari va dastaklari majmui sifatida, boshqalari esa iqtisodiy jarayonlarni tartibga soluvchi shakllar, usullar va vositalar tizimi sifatida ko‘radi. Ushbu yondashuvlarni umumlashtirib, tadqiqotda quyidagi mualliflik ta’rifi taklif etiladi: korxonalarda zamonaviy xizmatlarni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi – bu korxonaning xizmatlar portfelini shakllantirish, kengaytirish va samaradorligini oshirishga yo‘naltirilgan, o‘zaro bog‘liq maqsadli, tashkiliy, iqtisodiy, institutsional va axborot-raqamli quyi tizimlar hamda ularni harakatga keltiruvchi usul, dastak va vositalar majmuidir.

Ta’rifning o‘ziga xosligi shundaki, unda mexanizm statik tuzilma sifatida emas, balki ichki va tashqi omillar ta’sirida doimiy moslashib boruvchi tizim sifatida ko‘riladi. Mexanizmning tarkibiy elementlari, ularning vazifasi va asosiy vositalari quyidagi jadvalda tizimlashtirildi.

1-jadval

Korxonalarda zamonaviy xizmatlarni rivojlantirish tashkiliy-iqtisodiy mexanizmining tarkibiy elementlari

Quyi tizim	Asosiy vazifasi	Usul, dastak va vositalar
Maqsadli	Xizmatlarni rivojlantirish maqsadi va ustuvorliklarini belgilash	Xizmatlar strategiyasi, maqsadli ko‘rsatkichlar, xizmatlar portfeli rejasi
Tashkiliy	Xizmatlarni ko‘rsatish jarayonlari va mas’ul	Servis bo‘linmasi, jarayonlar reglamenti, autsorsing va hamkorlik

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

	bo‘linmalarni shakllantirish	shartnomalari, xizmat standartlari
Iqtisodiy	Xizmatlarni moliyalashtirish va iqtisodiy manfaatdorlikni ta’minlash	Narx siyosati, obuna va servis shartnomalari, investitsiya, xarajatlar hisobi, mehnatni rag‘batlantirish
Institutsional	Faoliyatning huquqiy va me’yoriy asosini yaratish	Davlat dasturlari, soliq imtiyozlari, sertifikatlash, intellektual mulk himoyasi
Axborot-raqamli	Xizmatlarni raqamli asosda ko‘rsatish va boshqarish	CRM va ERP tizimlari, raqamli platformalar, ma’lumotlar tahlili, onlayn qo‘llab-quvvatlash

1-jadvalda keltirilgan tarkib mexanizmning har bir quyi tizimi o‘ziga xos vazifani bajarishini, biroq ularning samarasi faqat birgalikda namoyon bo‘lishini ko‘rsatadi. Maqsadli quyi tizim butun mexanizmning yo‘nalishini belgilaydi: korxona qaysi xizmatlarni, qaysi mijozlar uchun va qanday natija bilan rivojlantirishini aniq belgilamasa, qolgan elementlar tarqoq harakat qiladi. Tashkiliy quyi tizim xizmatlarni “kimning ishi” ekanini hal qiladi; amaliyotda ko‘plab korxonalarda servis faoliyati savdo yoki ishlab chiqarish bo‘linmalari ichida yashirinib qoladi va alohida hisobga olinmaydi. Iqtisodiy quyi tizim esa xizmatlarning o‘zini o‘zi qoplashi va xodimlar manfaatdorligini ta’minlaydi. Jadvaldagi axborot-raqamli quyi tizim alohida ajratilgani bejiz emas: zamonaviy xizmatlarda raqamli texnologiya yordamchi vosita emas, balki xizmatning o‘zini ko‘rsatish kanali hisoblanadi.

Mexanizmning amal qilishi bir qator **omillar** ta’sirida kechadi. Ularni ta’sir manbaiga ko‘ra ikki guruhga ajratish maqsadga muvofiq. **Tashqi omillar** guruhiga davlatning xizmatlar sohasini rivojlantirish siyosati va soliq rejimi, raqamli infratuzilmaning (keng polosali internet, to‘lov tizimlari, elektron hukumat xizmatlari) rivojlanganlik darajasi, aholi va biznesning xizmatlarga bo‘lgan to‘lovga qobil talabi, bozordagi raqobat muhiti hamda moliyaviy resurslarning mavjudligi kiradi. **Ichki omillar** guruhini esa xodimlarning malakasi va raqamli savodxonligi, korxonaning texnologik bazasi, boshqaruv tuzilmasining moslashuvchanligi, moliyaviy holati va innovatsion korporativ madaniyat tashkil etadi.

Omillarni ta’sir yo‘nalishiga ko‘ra rag‘batlantiruvchi va cheklovchi omillarga ajratish ham amaliy ahamiyatga ega. O‘zbekiston sharoitida xizmatlar eksportini qo‘llab-quvvatlash, IT-park rezidentlariga berilgan imtiyozlar va to‘lov tizimlarining jadal rivojlanishi rag‘batlantiruvchi omillar sifatida namoyon bo‘lmoqda. Shu bilan birga, hududlarda malakali kadrlar yetishmasligi, kichik korxonalarning uzoq muddatli kreditlarga cheklangan kirishi va norasmiy sektor raqobati cheklovchi omillar bo‘lib qolmoqda. Mexanizm samaradorligi rag‘batlantiruvchi omillardan to‘liq foydalanish va cheklovchi omillar ta’sirini yumshatishga qanchalik yo‘naltirilgani bilan o‘lchanadi.

Tashkiliy-iqtisodiy mexanizm o‘z maqsadiga oltita asosiy **funksiya** orqali erishadi:

– **rejalashtirish funksiyasi** – xizmatlarga bo‘lgan talabni prognozlash, xizmatlar portfelini shakllantirish va maqsadli ko‘rsatkichlarni belgilash;

– **tashkil etish va muvofiqlashtirish funksiyasi** – xizmat jarayonlarini loyihalash, bo‘linmalar va tashqi hamkorlar o‘rtasidagi vazifalarni taqsimlash;

– **resurs bilan ta’minlash funksiyasi** – xizmatlarni rivojlantirish uchun moliyaviy, kadr va texnologik resurslarni jalb qilish va taqsimlash;

– **rag‘batlantirish funksiyasi** – xodimlar va bo‘linmalarni xizmatlar hajmi, sifati va mijoz qoniqishi natijalariga qarab moddiy va ma’naviy rag‘batlantirish;

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

– **nazorat va baholash funksiyasi** – xizmatlar samaradorligini ko‘rsatkichlar tizimi asosida monitoring qilish, og‘ishlarni aniqlash;

– **moslashtirish funksiyasi** – bozor sharoiti va texnologiyalar o‘zgarishiga qarab xizmatlar portfeli va mexanizm elementlarini qayta sozlash.

Funksiyalar yopiq boshqaruv tsiklini hosil qiladi: rejalashtirishdan boshlangan jarayon nazorat va baholash orqali moslashtirishga, u esa yangi rejalashtirish bosqichiga olib keladi. Ayniqsa moslashtirish funksiyasi zamonaviy xizmatlar uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega, chunki raqamli xizmatlarning hayotiy tsikli an’anaviy xizmatlarnikiga nisbatan ancha qisqa va ular tez eskiradi.

Xulosa qilib aytganda, korxonalarda zamonaviy xizmatlarni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi besh quyi tizim, ikki guruh omillar va olti funksiyaning o‘zaro bog‘liq birligidan iborat. Amaliyotda mexanizmni takomillashtirish uchun, birinchidan, korxonalarda xizmatlar strategiyasini alohida hujjat sifatida ishlab chiqish; ikkinchidan, servis faoliyatini mustaqil bo‘linma sifatida ajratib, uning daromad va xarajatlarini alohida hisobga olish; uchinchidan, xodimlarni rag‘batlantirish tizimini xizmatlar natijalari bilan bog‘lash; to‘rtinchidan, CRM va ma’lumotlar tahliliga asoslangan axborot-raqamli quyi tizimni shakllantirish maqsadga muvofiq.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 11-maydagi “O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasini jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-5113-son qarori. – www.lex.uz
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi “«O‘zbekiston – 2030» strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-son farmoni. – www.lex.uz
3. Baines T.S., Lightfoot H.W., Benedettini O., Kay J.M. The servitization of manufacturing: a review of literature and reflection on future challenges // Journal of Manufacturing Technology Management. – 2009. – Vol. 20, No. 5. – P. 547–567.
4. Gebauer H., Fleisch E., Friedli T. Overcoming the service paradox in manufacturing companies // European Management Journal. – 2005. – Vol. 23, No. 1. – P. 14-26.
5. Lovelock C., Wirtz J. Services Marketing: People, Technology, Strategy. 7th ed. – Boston: Pearson, 2011. – 648 p.
6. Vargo S.L., Lusch R.F. Evolving to a new dominant logic for marketing // Journal of Marketing. – 2004. – Vol. 68, No. 1. – P. 1-17.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.