



PULLIK XIZMATLAR SOHASINING RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR

Roziqova Sayyora Ochilovna

"Ipoteka bank" ATIB Buxoro viloyati "Alpomish" filiali BXM rahbari
s.o.rozikova@buxdu.uz

Annotatsiya: Ushbu maqolada pulli xizmatlarni tashkil etishning asosiy jihatlari, jumladan, ularning mohiyati, vazifalari va iqtisodiyotdagi roli ko'rib chiqiladi. Pulli xizmatlarning rivojlantirishning zamonaviy holati, bu jarayonga ta'sir etuvchi omillar shuningdek, ushbu jarayonlarning moliyaviy barqarorlik va iqtisodiy o'sishga ta'siri tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: ijtimoiy xizmatlar bozori, ijtimoiy ehtiyojlar, davlat tizimi, ijtimoiy bozor segmentlari dinamikasi.

KIRISH

Pullik ijtimoiy xizmatlar bozorining rivojlanishi va kengayishi, bir tomondan, ruslarning yaxshi hayot sifatini saqlab qolish haqidagi tashvishlari ortib borayotganidan dalolat beradi, boshqa tomondan, aholi guruhlari o'rtasidagi doimiy ijtimoiy tengsizlik va bir qator iste'molchilar toifalarining ehtiyojlarini qondirmaydigan ijtimoiy tuzilmaning sifati. Bir necha o'n yillar davomida davom etgan ijtimoiy infratuzilmaning o'zgarishi bir qator hududlarda ijtimoiy ahamiyatga ega xizmatlarning mavjud emasligiga va iste'molchilar hatti-harakatlarining buzg'unchi modellarini shakllantirishga olib keldi. O'zbekiston respublikasida ijtimoiy ahamiyatga ega xizmatlar bozori, shu jumladan erkin va tijorat sektorlari allaqachon shakllangan, ammo so'nggi uch yil ichida xizmatlarning mavjudligini oshirishga qaratilgan ijtimoiy tadbirkorlikning yangi shakllari paydo bo'ldi. Umuman olganda, ushbu bozor ma'lum bir o'sishni ko'rsatadi, ammo mamlakat iqtisodiyotida ijtimoiy xizmatlar bozorining rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillar rivojlangan bo'lib, ular erkin sektorga ham, tijorat xizmatlari sohasiga ham sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Maqolaning asosiy maqsadi, taraqqiyot strategiyasini amalga oshirish jarayonida pulli xizmatlarni rivojlantirish omillarini tahlil qilishdan iborat.

Muammoning o'rganish usullari sifatida, tahlil jarayonida qiyoslash, deduksiya va induksiya tahlil usullaridan kaeng foydalanildi.

Muammoni o'rganilganlik darajasiga kelsak, pullik xizmatlar bozori hududlarni rivojlantirish, aholi bandligini ta'minlash, aholi daromadlari o'sishi va turmush sifatini oshirishning asosiy omiliga aylandi. So'nggi yillarda an'anaviy maishiy xizmatdan zamonaviy yo'nalishlarga: IT, ta'lim, tibbiyot, turizm va moliyaviy xizmatlarga o'tish kuzatilmoqda. Raqamlashtirish va onlayn formatlar xizmatlardan foydalanishni tezlashtiradi, hududiy cheklovlarni kamaytiradi. Soha rivoji infratuzilmaga yo'naltirilgan investitsiyalar, kichik biznes va urbanizatsiya dasturlari hisobidan qo'llab-quvvatlanmoqda. Pullik xizmatlar iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishga,



sanoatga qaramlikni kamaytirishga, investorlar va sayyohlarni jalb qilishga xizmat qilmoqda. Hududlar uchun yangi o'sish nuqtalarini tashkil etuvchi shaxsiylashtirish, raqamli platformalar va xizmatlar eksporti yetakchi tendensiya bo'lib qolmoqda. Ushbu muammolar Romanova A.I, Gersik Yu.G, Makarov I.N, Drobot Y.V, Volodina A.I, Nazarenko V.S, Volkova O.A, Sotnikov N.Blar tomonidan chuqur tahlil qilish vositasida o'rganilgan. Mahalliy iqtisodchi olimlardan Bekmurodov A.SH. Qosimova M.S. Ergashxodjayeva SH.Dj va boshqalar tomonidan O'zbekiston respublikasi darajadida ushbu masala o'rganilgan.

ASOSIY QISM

Zamonaviy jamiyatning eng diqqatga sazovor xususiyatlaridan biri bu ilmiy adabiyotlarda va statistik amaliyotda "pullik xizmatlar sohasi" deb ataladigan iqtisodiy tuzilmaning jadal, ilg'or rivojlanishidir. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida yuqori o'rinlarni barqaror saqlab kelmoqda va o'tish davri iqtisodiyotiga ega bo'lgan mamlakatlarda jadal rivojlanib, bozor munosabatlarini rivojlantirishning istiqbolli tarmoqlaridan biriga va aholi turmush sifatini oshirishning eng muhim manbasiga aylanmoqda. O'zbekiston Fanlar akademiyasining Jahon iqtisodiyoti va xalqaro munosabatlar institutining taqqoslanadigan ma'lumotlariga ko'ra, 21-asrning boshiga kelib, xizmatlarning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi va rivojlangan mamlakatlarda band bo'lganlarning umumiy soni tovarlar ulushidan sezilarli darajada oshdi va quyidagini tashkil etdi: AQShda - 69,3 va 77,4%, Buyuk Britaniyada - 69,3 va 77,4%, Buyuk Britaniyada - 70,17. va 66,2, Fransiyada - 64,7 va 74,5, Yaponiyada - 68,8 va 59,0%. Rossiyada xizmatlarning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi XX asr oxiriga kelib atigi 38% ni, unda bandlik ulushi esa 56,9% ni tashkil etdi.

Rivojlanayotgan iqtisodiyotda "tovarlar va narsalar iqtisodiyoti" o'rnini "xizmatlar iqtisodiyoti" egallashi jahon taraqqiyotining eng muhim namunasi bo'lib, globallashuv sharoitida O'zbekistonga ta'sir qilmay qolishi mumkin emas. Xizmat ko'rsatish iqtisodiyotiga o'tish ishlab chiqaruvchi kuchlar va ishlab chiqarish munosabatlarining rivojlanishi, moddiy ishlab chiqarish samaradorligining oshishi va ijtimoiy ehtiyojlar tizimining o'zgarishi natijasida yuzaga keladigan muqarrar jarayon bo'lib, rivojlanishning ma'lum bir bosqichida narsalarni ishlab chiqarish bilan qondiriladigan chegaralardan tashqariga chiqadi. Shu bilan birga, O'zbekistonda bozor iqtisodiyotining shakllanishi ta'lim, sog'liqni saqlash sohalarini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning keskin qisqarishiga, fan va madaniyat nufuzining pasayishiga olib keldi, bu borada davlatning ilmiy asoslangan iqtisodiy siyosatining yo'qligi iqtisodiyotning ushbu istiqbolli sohasi salohiyatini ro'yobga chiqarishga va shu orqali yangi sharoitlarda aholi turmush darajasini oshirishga imkon bermadi. Shu munosabat bilan pullik xizmatlar sohasi evolyutsiyasining qonuniyatlari va xususiyatlarini iqtisodiy tahlil qilish katta ahamiyatga ega. Pullik xizmatlar sohasi iqtisodiyotning boshqa tarmoqlaridan o'zining ijtimoiy mehnat almashinuvining maxsus iqtisodiy shakli bilan farq qiladi. Pullik xizmatlar sohasi evolyutsiyasining mohiyatini tushunishning o'ziga xos kaliti xizmatning iqtisodiy mohiyatini ochib berishdir.



Pullik ijtimoiy xizmatlarning deyarli barcha turlari yuqori o'sish sur'atlarini ko'rsatmoqda: tibbiyot (5,3%), ta'lim (5,3%), kommunal xizmatlar (yiliga o'rtacha 5,6%), madaniyat muassasalari (9,7%), keksalar va nogironlarga xizmat ko'rsatish (12,0%), jismoniy tarbiya va sport (14,6%), turizm (17,05%). Pullik ijtimoiy xizmatlar hajmida ancha yuqori ulush kommunal xizmatlarga to'g'ri keladi: 20,2% (2021); 19,9% (2022) va 19,3% (2023). Uch yillik davr mobaynida pullik ijtimoiy xizmatlarning umumiy tarkibida kommunal xizmatlar ulushining qisqarishi kuzatildi. Yuqoridagi toifadagi xizmatlardan tashqari, pullik ijtimoiy xizmatlar tarkibida ta'lim xizmatlari ham kamaymoqda (2021-2023 yillar uchun -0,5%). Pullik ijtimoiy xizmatlar tarkibida kommunal va ta'lim xizmatlari ulushining kamayishi turistik xizmatlar (shu davr uchun +0,5%), tibbiy xizmatlar (+5,9%) ulushini oshirishni ta'minladi. Ijtimoiy siyosatni modernizatsiya qilish aholining hayot sifatini har tomonlama baholashga asoslangan bo'lib, bunda asosiy o'rin tibbiy xizmat ko'rsatish tizimiga, jumladan, byudjet asosida ko'rsatiladigan sog'lomlashtirish muassasalariga, ta'lim, jismoniy tarbiya va sportga berilgan. Jahon tendensiyasi mehnat bozori va mehnat munosabatlaridagi siyosatning asosi bo'lgan ish vaqti va bo'sh vaqt (ish-hayot balansi) o'rtasidagi optimal muvozanatni saqlashdir. Sotsiologlarning fikriga ko'ra, mamlakatning ishlaydigan fuqarolari ko'proq va uzoqroq ishlashni xohlashadi, lekin faqat ish haqi oshgan taqdirdagina. Va ular ko'proq bo'sh vaqt uchun kamroq ishlashga tayyor emaslar. Shunday qilib, respondentlar ish haqini 40 foizga oshirish uchun ikki soat ko'proq ishlash istagini tasdiqladilar. Pullik xizmatlar bozori hududlarni rivojlantirish, aholi bandligini ta'minlash, aholi daromadlari o'sishi va turmush sifatini oshirishning asosiy omiliga aylandi. So'nggi yillarda an'anaviy maishiy xizmatdan zamonaviy yo'nalishlarga: IT, ta'lim, tibbiyot, turizm va moliyaviy xizmatlarga o'tish kuzatilmoqda. Raqamlashtirish va onlayn formatlar xizmatlardan foydalanishni tezlashtiradi, hududiy cheklovlarni kamaytiradi. Soha rivoji infratuzilmaga yo'naltirilgan investitsiyalar, kichik biznes va urbanizatsiya dasturlari hisobidan qo'llab-quvvatlanmoqda. Pullik xizmatlar iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishga, sanoatga qaramlikni kamaytirishga, investorlar va sayyohlarni jalb qilishga xizmat qilmoqda. Hududlar uchun yangi o'sish nuqtalarini tashkil etuvchi shaxsiylashtirish, raqamli platformalar va xizmatlar eksporti yetakchi tendentsiya bo'lib qolmoqda.

XULOSA

Xulosa qilib shuni ta'kidlaymizki, o'tkazilgan tahlillar ko'rib chiqilayotgan masalaning ahamiyati haqida xulosa chiqarishga imkon beradi. Xulosa qilib aytishimiz mumkinki, tadqiqotning asosiy maqsadlariga erishildi va olingan natijalar mavzuning muhimligini tasdiqlaydi. Umuman olganda, aholi sonining o'sishi, keksalar salmog'ining ortishi, epidemiologik xavflarning saqlanib qolishi munosabati bilan aholining ijtimoiy xizmatlarga bo'lgan ehtiyoji jadal rivojlanmoqda. Mamlakat va mintaqalar aholisining hayot sifati tibbiy yordamning mavjudligi, ko'rsatilayotgan tibbiy xizmatlarning sifati, barcha ijtimoiy guruhlar uchun ta'limning mavjudligi,



kurortda davolanish, sayohat qilish va uyushtirilgan dam olish qobiliyati va ijtimoiy tizimning rivojlanishi bilan belgilanadigan boshqa ko'plab omillar bilan belgilanadi .

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

- 1.Shavkat Mirziyoev Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib intizom va shaxsiy javobgarlik har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak // "O'zbekiston" T. - 2017 y. - 104 b.
- 2.Nalivaychenko Ye.V., Volkov A.D. [Rezultativnost formirovaniya institutsionalnoy sredy kachestva i urovnya jizni v arkticheskix regionax](#) // Kreativnaya ekonomika. – 2024. – № 5. – doi: 10.18334/ce.18.5.120898
- 3.Uzstat. Platnye uslugi naseleniyu. Ofitsialnaya statistika. 2022, 2023, 2024. [Elektronnyy resurs].
4. Abduxalilova L.T. Internet marketing. -T.: TDIU, 2011. 265 b.
5. Belyaev V.I. Marketing: osnovy teorii i praktiki: uchebnik. -M.: KNORUS, 2010. - 680 s.
6. Bekmurodov A.SH. Qosimova M.S. Ergashxodjayeva SH.Dj. Startegik marketing. O 'quv qoilanma. T. TDIU, 2010.161b.
- 7.Bagiev G.L.i dr. Marketing,- M.Piter, 2005. 11.Golubkova Ye.N. Marketingovye kommunikatsii,- M.: Finpress, 2002. 12.Soliyev A., Buzrukxonov S. Marketing, Bozorshunoslik. Darslik. -T.: Iqtisod-Moliya, 2010,- 42 str.