



**Ilmiy amaliy
jurnal
№ 3 (5)
2026**

**YANGI
O'ZBEKISTON
IQTISODIYOTI**

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

**Farg‘ona davlat universiteti uchun
MAXSUS SON**

3

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2026

MUNDARIJA

Abduvoxidov A.A. Moliyaviy bilim va ko‘nikmalarning iqtisodiy mazmuni hamda nazariy tamoyillari.	7
Olimova N.X. Qayta tiklanadigan energiya manbalaridan samarali foydalanishni rivojlantirish strategiyalari.	11
Эргашев А.Х. Исследование текущих тенденций и ограничений инвестиционной активности предприятий в стране.....	15
Yulchiyev A.O. Turistik destinatsiya tabiati va rivojlanish omillari: taklif va talabga asoslangan yondashuvlar.....	19
Mirzayev A.T., Ne‘matova D.A. Sanoatning bazaviy tarmoqlarini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish.....	23
Karimov Sh.X. Turizm faoliyatini boshqarish jarayoniga hududiy salohiyatning ta‘sirini baholash.....	30
O‘rinboyev D.B. Qurilish materiallari sanoati korxonalarida inqirozning shakllanish bosqichlari va diagnostik ko‘rsatkichlari tahlili.....	34
Goziyev M.Sh., Bahodirova M.R. Digital transformation of corporate governance in developing economies (case of Uzbekistan).....	44
Israilova M.V. Sanatoriya-kurort sohasida mulkchilik munosabatlarini transformatsiyalashning ayrim masalalari.....	48
Turg‘unov M.M. Milliy iqtisodiyotda oziq-ovqat sanoati rivojlanishining tarmoq xususiyatlari.....	53
Raximova K.N. Raqamli iqtisodiyot sharoitida axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish masalalari.....	58
Mannopova M.S. Agrar sohaning barqaror rivojlanishida meva-sabzavotchilik klasterlari: tuzilma, yo‘nalishlar va asosiy tamoyillar.....	63
Nematova Sh.E. Raqamli transformatsiya sharoitida xizmatlar sifat menejmenti va kichik biznes subyektlarining iqtisodiy barqarorligi.....	68
Rasulov U.A. Raqamli iqtisodiyot — yangi O‘zbekiston iqtisodiy islohotlarining tayanch omili.....	72
Raximov D.Sh. Sanoat ishlab chiqarishini diversifikatsiya qilish jarayonlari va qayta ishlash tarmog‘ining raqobatbardoshlikka ta‘siri.....	77
Teshabayeva O.N. Turkiya tajribasi asosida turizm infratuzilmasini rivojlantirish yo‘nalishlari.....	81
Jumakulov Z.I., Tursunaliyeva K. O‘zbekiston Respublikasi bank tizimi: holati, rivojlanish tendentsiyalari va islohotlar samarasi.....	85
Jaksimova Z.R. Ko‘lam samarasi turlari, ularning tavsifi va ko‘lam samarasi asosida samaradorlikni oshirishning nazariy modellari.....	88
Yunusov A.R. "Green economy" - the problem of teaching at universities in Central Asia using the experience of european union universities.....	92
Юнусов Ш. Роль цифровизации и искусственного интеллекта в углублении региональных экономических отношений в Центральной Азии.....	95
Xalmatjanova G.D. Klasterlarni boshqarishning samaradorligini oshirish va resurslardan optimal foydalanish.....	104
Xomidov Q.Q. O‘zbekistonda turistik majmualar faoliyatini boshqarishning nazariy jihatlari.....	109
Jo‘rayev H.Q. Oziq-ovqat sanoati korxonalarining strategik salohiyatini baholashning jarayon va tizimli yondashuvlari	114
Xakimov D.R. Oliy ta‘lim sohasida bozor munosabatlari rivojlanishining asosiy omillari.....	117
To‘xtasinova D. Xalqaro hamkorlikning eksport-import oqimlarini tartibga solishdagi roli.....	123
Xolmatov B.A. Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishida tejamkorlik darajasini statistik baholash.....	127
Jumakulov Z.I., Baxromov B. O‘zbekiston davlat byudjetini shakllantirishda soliqlarning roli.....	131
To‘ychiyeva B.V. Oziq-ovqat sanoati korxonalarining barqarorligini ta‘minlashda strategik boshqaruvning ilmiy-nazariy asoslari.....	133
Abdisamatov Sh.A. Makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar va iqtisodiy o‘shish barqarorligining asoslari hamda zamonaviy muammolari.....	141
Asraqulov A.S. Turistik xizmatlar bozorining rivojlanish xususiyatlari va turistik xizmat turlari diversifikatsiyalashuviga yondashuvlar.....	145
Rakhimova K.N., Mrs. Oubih Warda Institutional and innovative mechanisms for the development of digital tourism in Uzbekistan.....	151
Muxtorov A.A., Mirzayev A.T. Turizm sohasiga investitsiyalarni jalb etish jarayonlarini boshqarishning omilli tahlili.....	154
Usibjonova G.U., Mannopova M.S. Milliy iqtisodiyotda tadbirkorlik faoliyati va uning barqarorligini ta‘minlashning ilmiy asoslari.....	161

Oltiboyeva M.A., Teshabayeva O.N. O‘zbekiston turizm logistikasini rivojlantirishda raqamli innovatsiyalarning roli.....	166
Ximmatova G.K., To‘xtasinova D. Xizmatlar bozorida korxonalarining raqobat ustunligini barqarorlashtirish.....	170
Oltiyeva M.A., Mirzayev A.T. Hududlar resurs salohiyatini baholash orqali potensial turistik resurslarni turistik faoliyatga kiritish imkoniyatlarini modellashtirish.....	174
Xasanova R., Teshabayeva O.N. Qishloq xo‘jaligi tarmoqlarida diversifikatsiyaning hududiy jihatlari.....	180
Zufarova G.A. Ta‘lim bitiruvchilarining ko‘nikmalari va mehnat bozori ehtiyojlari o‘rtasidagi nomuvofiqlik muammosi.....	184
Ergashev J.S. "Yashil marketing" konsepsiyasi asosida energiya tejamkor qurilish materiallari bozorini rivojlantirish	187
O‘rinov A.A. Tikuv-trikotaj mahsulotlariga talabni shakllantirish va sotishni rag‘batlantirish tizimining o‘ziga xos xususiyatlari.....	192
Uzganbayeva D.T., Mo‘ydinov A. Sut va sut mahsulotlarini qayta ishlash korxonalarida innovatsion salohiyatini iqtisodiy-matematik va faoliyatni boshqaruv mexanizmlari takomillashtirish.....	197
Саиджоновна З.Б. Ўзбекистонда саноат корхоналарига инвестиция жалб қилишнинг иқтисодий самарадорлиги.....	201
Qodirov Z.E. Fermer xo‘jaliklari faoliyatini rivojlantirishning imitatsion modellar tizimi.....	205
Ahmadaliyeva R.A., O‘rinov A.A. Qishloq xo‘jaligini modernizatsiya qilishning iqtisodiy ahamiyati.....	210
Хайдаров Х. Сугурта муносабатларида сугурта тариф ставкаларини ахамияти ва муаммолари.....	214
Махамადийев М.М. Iqtisodiy tarmoqlarda innovatsion g‘oyalar bankidan foydalanishning tahliliy asoslari..	217
Madaminov G‘.M. Harbiy xizmatchilarni moddiy rag‘batlantirishda qo‘shimcha to‘lovlar tizimining iqtisodiy va institutsional asoslari.....	222
Nazirboyev D.D. Moliyaviy siyosat va ijtimoiy barqarorlik omillari.....	227
Хасанова С.И. Ишлаб чиқариш корхоналари бошқаруви назарий асослари.....	232
Teshaboyev B.A. Econometric analysis of internal and external factors affecting the management efficiency of tourism enterprises.....	237
Mustafoyeva Z.A. Fintech texnologiyalarining moliya tizimi rivojlanishidagi o‘rni va istiqbollari.....	242
Xolmirzayev U.A., Muradova N.R. Rivojlanish strategiyalarida raqobat va hamkorlik o‘rtasidagi muvozanat: nazariy yondashuv va amaliy tahlil.....	245
Sadullayev R.P. Ekologik vaziyatni barqarorlashtirishda soliq mexanizmidan samarali foydalanish metodologiyasi: xorij tajribasi.....	249
Мурадов Б.Х., Аширов Д.Ф., Бахтиёрв Т.Д., Собиров Х.С. Қудратов М.Н. Основные факторы инновационных процессов АЭС, устойчивых источников энергии и перехода к «Зелёной» экономике.....	258
Tursunov O.B. Transport-logistika tizimini rivojlantirish orqali iqtisodiy o‘shishni ta‘minlash.....	269
Sayitbayev Sh.D. Yangi O‘zbekistonda moliyaviy barqarorlik va iqtisodiy o‘shish.....	274
Ibodulloyeva Z.S. Aligning energy systems engineering education with Uzbekistan’s renewable energy transition: rethinking curriculum reform through a policy–education lens.....	278
Salimova Z.S. Investitsiyalar va aholi daromadlari o‘rtasidagi mutanosiblikni ta‘minlashning konseptual asoslari.....	282
G‘aybullayeva Z.R., Oxunjonova K.K. Respublika tijorat banklari operatsiyalari va ularni rivojlantirish masalalari.....	286
Абдуллоев А.Ж. Ўзбекистонда маҳсулот сифатини бошқариш амалиётини давлат томонидан тартибга солиш йўналишлари.....	289
Rahimova M.I. O‘zbekistonda ayollar rahbarligidagi korxonalarining eksport faoliyati va hududiy rivojlanish tendensiyalari.....	294
Rahmatullayeva D.O. Bandlik tuzilmasining o‘zgarishi va iqtisodiy samaradorlikka ta‘siri.....	299
Valikulov Sh.Z. “O‘zbekneftgaz” AJ da investitsion faoliyatning iqtisodiy samaradorligini oshirish omillari va ularni tizimli tahlil qilish.....	305
Турабекова Г.И. Яшил иқтисодиёт ва инсониятнинг барқарор келажаги учун йўл.....	312
Tajirboyev S.O. Xalqaro investitsiyalar va kapital oqimlari.....	316
Madaminov A.M. Sanoat korxonalari faoliyatida zamonaviy boshqaruv mexanizmlaridan foydalanish istiqbollari (oziq-ovqat sanoati misolida).....	319

**XIZMATLAR BOZORIDA KORXONALARNING RAQOBAT USTUNLIGINI
BARQARORLASHTIRISH**

**СТАБИЛИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ НА
РЫНКЕ УСЛУГ**

**STABILIZING THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF ENTERPRISES IN THE
SERVICES MARKET**

To‘xtasinova Dildora dotsent (PhD), FarDU

Ximmatova Gulnozaxon Komiljon qizi
FarDU Iqtisodiyot fakulteti 2-kurs magistranti.

Annotatsiya

Ushbu maqolada xizmatlar bozorida faoliyat yurituvchi korxonalarining raqobat ustunligini shakllantirish va uni uzoq muddat davomida barqarorlashtirish masalalari kompleks tarzda tadqiq etilgan. Xizmatlar sohasining o‘ziga xos xususiyatlari, raqobat muhitining murakkablashuvi hamda globallashtirish sharoitida korxonalarining strategik boshqaruvga bo‘lgan ehtiyoji ilmiy-nazariy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqot davomida raqobat ustunligining asosiy manbalari, jumladan, inson kapitali, xizmat sifati, innovatsion yondashuvlar, raqamli texnologiyalar va mijozlarga yo‘naltirilgan boshqaruv mexanizmlarining ahamiyati yoritilgan. Shuningdek, raqobat ustunligini barqarorlashtirishda brend qiymati va mijozlar sodiqligining o‘rni asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar: xizmatlar bozori, raqobat ustunligi, barqaror raqobatbardoshlik, strategik boshqaruv, inson kapitali, xizmat sifati, innovatsiyalar, raqamli texnologiyalar, mijozlar sodiqligi, brend qiymati.

В данной статье всесторонне исследуются вопросы формирования конкурентного преимущества предприятий, работающих на рынке услуг, и его долгосрочной стабилизации. Научно и теоретически анализируются особенности сектора услуг, сложность конкурентной среды и необходимость стратегического управления предприятиями в условиях глобализации. В исследовании подчеркивается важность основных источников конкурентного преимущества, включая человеческий капитал, качество услуг, инновационные подходы, цифровые технологии и клиентоориентированные механизмы управления. Также обосновывается роль ценности бренда и лояльности клиентов в стабилизации конкурентного преимущества.

Ключевые слова: рынок услуг, конкурентное преимущество, устойчивая конкурентоспособность, стратегическое управление, человеческий капитал, качество услуг, инновации, цифровые технологии, лояльность клиентов, ценность бренда.

This article comprehensively studies the issues of forming competitive advantage of enterprises operating in the services market and stabilizing it in the long term. The specific characteristics of the service sector, the complexity of the competitive environment and the need for strategic management of enterprises in the conditions of globalization are scientifically and theoretically analyzed. The study highlights the importance of the main sources of competitive advantage, including human capital, service quality, innovative approaches, digital technologies and customer-oriented management mechanisms. The role of brand value and customer loyalty in stabilizing competitive advantage is also substantiated.

Keywords: services market, competitive advantage, sustainable competitiveness, strategic management, human capital, service quality, innovation, digital technologies, customer loyalty, brand value.

Zamonaviy iqtisodiyotda xizmatlar sohasi yetakchi tarmoqlardan biriga aylanib bormoqda. Jahon miqyosida yalpi ichki mahsulot tarkibida xizmatlar ulushining ortib borishi, mehnat bozorida xizmatlar sektori bandligining kengayishi va raqamli texnologiyalar asosida yangi xizmat turlarining vujudga kelishi ushbu sohaning strategik ahamiyatini yanada oshirmoqda. Ayniqsa, globallashuv va raqobatning kuchayishi sharoitida xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar nafaqat raqobat ustunligini shakllantirish, balki uni uzoq muddat davomida barqaror saqlab qolish muammosi bilan yuzlashmoqda.

Xizmatlar bozori o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lib, xizmatlarning nomoddiyligi, iste‘molchi bilan bevosita aloqadorligi, sifatning subyektiv baholanishi va tezkorlik talabi raqobat strategiyalarini ishlab chiqishda alohida yondashuvni talab qiladi. Shu bois xizmatlar sohasida raqobat ustunligini barqarorlashtirish masalasi ilmiy va amaliy jihatdan dolzarb hisoblanadi.

Raqobat ustunligi — bu korxonaning bozor sharoitida raqobatchilarga nisbatan yuqori iqtisodiy natijalarga erishishini ta‘minlovchi afzalliklar majmuasidir. Iqtisodiy nazariyada raqobat ustunligi tushunchasi ko‘plab olimlar tomonidan tadqiq etilgan bo‘lib, uning eng mashhur yondashuvlaridan biri strategik menejment sohasida faoliyat yuritgan Michael Porter tomonidan ishlab chiqilgan konsepsiyalardir.

Raqobat ustunligi quyidagi asosiy manbalardan shakllanishi mumkin:

- xarajatlar bo‘yicha ustunlik;
- xizmat sifati va qiymati bo‘yicha ustunlik;
- innovatsion imkoniyatlar;
- brend;
- mijozlar bilan mustahkam aloqalar.

Ushbu konsepsiyalarga ko‘ra, korxonada muvaffaqiyatga erishishi uchun aniq strategik pozitsiyani egallashi va raqobatchilardan farqlanishi lozim. Raqobat ustunligi bir martalik emas, balki doimiy ravishda rivojlantirib boriladigan jarayon hisoblanadi. Bozor talablari, texnologik o‘zgarishlar va iste‘molchi xatti-harakatlarining tezkor o‘zgarishi sharoitida korxonada o‘z ustunliklarini yangilab borishga majbur bo‘ladi. Aks holda, mavjud afzalliklar qisqa muddatli bo‘lib qolishi mumkin.

Raqobat ustunligining shakllanishi bir qator asosiy manbalar orqali amalga oshadi. Ulardan eng muhimlaridan biri xarajatlar bo‘yicha ustunlikdir. Ushbu ustunlik korxonaning mahsulot yoki xizmatlarni raqobatchilarga nisbatan kamroq xarajatlar evaziga ishlab chiqish yoki taqdim etish qobiliyati bilan bog‘liq. Xarajatlarni optimallashtirish, resurslardan samarali foydalanish, jarayonlarni avtomatlashtirish va boshqaruv xarajatlarini qisqartirish orqali korxonada narx jihatidan raqobatbardosh bo‘lishi mumkin. Biroq xizmatlar sohasida bu ustunlik ko‘pincha ishlab chiqarish sohasiga nisbatan murakkabroq shakllanadi, chunki xizmatlar ko‘p hollarda inson omiliga bog‘liq bo‘ladi.

Xizmatlar sohasida brend nafaqat nom yoki logotip, balki xizmat ko‘rsatish madaniyati, xodimlarning xulq-atvori va mijozlar bilan muloqot uslubi orqali ham ifodalanadi. Shu bois brendni rivojlantirish uzoq muddatli strategik jarayon bo‘lib, u korxonada uchun barqaror raqobat ustunligini ta‘minlaydi.

Mijozlar bilan mustahkam aloqalarni yo‘lga qo‘yish ham xizmatlar sohasida raqobat ustunligining muhim omillaridan biridir. Mijozlarga yo‘naltirilgan yondashuv, ularning ehtiyoj va istaklarini doimiy o‘rganib borish, shikoyat va takliflarga tezkor javob berish orqali korxonada mijozlar ishonchini qozonadi. Bunday aloqalar uzoq muddatli hamkorlikka asos bo‘lib, raqobatchilar uchun kirib borish qiyin bo‘lgan ustunlikni shakllantiradi.

Xizmatlar sohasida raqobat ustunligining shakllanishi moddiy ishlab chiqarish sohasidan tubdan farq qiladi. Bu sohada inson kapitali, xodimlarning malakasi, kasbiy mahorati va motivatsiyasi hal qiluvchi ahamiyatga ega. Shuningdek, xizmat ko‘rsatish madaniyati, tashkilot ichki muhitining sog‘lomligi va boshqaruv samaradorligi ham raqobatbardoshlik darajasini belgilaydi. Shu sababli

xizmat ko‘rsatish korxonalarini o‘z strategiyalarini ishlab chiqishda inson resurslarini rivojlantirish va boshqaruv tizimini takomillashtirishga alohida e‘tibor qaratishi lozim.

Shuningdek, raqobat ustunligi korxonaning bozor iqtisodiyotida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishini ta‘minlovchi murakkab va ko‘p omilli tushuncha hisoblanadi. U xarajatlar, sifat, innovatsiya, brend va mijozlar bilan munosabatlar kabi omillarning uyg‘unlashuvi natijasida shakllanadi. Ayniqsa, xizmatlar sohasida ushbu omillar inson kapitali va boshqaruv samaradorligi bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, ularni izchil rivojlantirish korxonaning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta‘minlaydi.

Xizmatlar bozori bir qator o‘ziga xos belgilar bilan ajralib turadi. Birinchidan, xizmatlar nomoddiy xarakterga ega bo‘lib, ularni oldindan sinab ko‘rish yoki omborga joylashtirish imkoniyati mavjud emas. Ikkinchidan, xizmat ko‘rsatish jarayoni ko‘pincha ishlab chiqarish va iste‘molning bir vaqtning o‘zida amalga oshirilishi bilan tavsiflanadi. Uchinchidan, xizmat sifati ko‘p jihatdan xodimlarning malakasi, munosabati va muloqot madaniyatiga bog‘liq.

Xizmatlar sohasining o‘ziga xos jihatlari — ya‘ni xizmatlarning nomoddiyligi, iste‘molchi bilan bevosita aloqada amalga oshirilishi, sifatning subyektiv baholanishi va natijaning tezkor kutilishi — raqobat jarayonini yanada keskinlashtiradi. Ushbu xususiyatlar xizmat ko‘rsatuvchi korxonalaridan an‘anaviy boshqaruv yondashuvlaridan voz kechib, moslashuvchan, innovatsion va uzoq muddatga yo‘naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqishni talab etadi.

Xizmatlar bozorida raqobat bir nechta asosiy shakllarda namoyon bo‘ladi. Avvalo, narx bo‘yicha raqobat muhim o‘rin tutadi. Bunda korxonalar xizmatlar narxini pasaytirish orqali ko‘proq mijozlarni jalb qilishga intiladi. Biroq faqat narxga asoslangan raqobat uzoq muddatda barqaror natija bermasligi mumkin, chunki bu holat foyda marjasining kamayishiga va moliyaviy barqarorlikning izdan chiqishiga olib keladi. Shu sababli zamonaviy xizmatlar bozorida narx omili bilan bir qatorda boshqa raqobat vositalariga ham katta e‘tibor qaratilmoqda.

Ikkinchi muhim yo‘nalish sifat va tezkorlik bo‘yicha raqobat hisoblanadi. Mijozlar xizmatdan foydalanishda nafaqat uning narxiga, balki xizmat ko‘rsatish tezligi, aniqligi va qulayligiga ham katta ahamiyat beradi. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar keng joriy etilgan sharoitda iste‘molchilarning kutish darajasi sezilarli darajada oshgan. Shu bois xizmat ko‘rsatish jarayonlarini optimallashtirish, ortiqcha vaqt yo‘qotishlarini kamaytirish va xizmat sifatini barqaror yuqori darajada ta‘minlash korxonalar uchun muhim raqobat ustunligiga aylanmoqda.

Xizmatlar bozorida raqobatning yana bir muhim shakli servis darajasi va qo‘shimcha qiymat yaratish orqali amalga oshiriladi. Qo‘shimcha xizmatlar, individual yondashuv, qulay muhit va mijozlar bilan samarali muloqot xizmatning umumiy qiymatini oshiradi. Bunday yondashuv mijozlarda ijobiy tajriba shakllanishiga olib keladi va ularning korxonaga bo‘lgan ishonchini mustahkamlaydi. Natijada, korxonalar nafaqat yangi mijozlarni jalb qiladi, balki mavjud mijozlarni saqlab qolish imkoniyatiga ham ega bo‘ladi.

Innovatsion xizmatlar orqali raqobat esa xizmatlar bozorida ustunlikka erishishning eng istiqbolli yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Yangi texnologiyalar, raqamli platformalar, avtomatlashtirilgan tizimlar va sun‘iy intellekt asosidagi yechimlar xizmatlar ko‘rsatish jarayonini tubdan o‘zgartirmoqda. Innovatsiyalar yordamida korxonalar xizmatlarni yanada qulay, tezkor va shaffof shaklda taklif etishi mumkin. Shu bilan birga, innovatsion yondashuv raqobatchilar tomonidan tezda takrorlanishi qiyin bo‘lgan noyob ustunliklarni yaratishga xizmat qiladi [3].

Raqobat ustunligini barqarorlashtirish deganda korxonaning mavjud afzalliklarini uzoq muddat davomida saqlab qolish, ularni raqobatchilar tomonidan tezda nusxalanishidan himoyalash hamda bozor sharoitlaridagi o‘zgarishlarga moslashtirish jarayoni tushuniladi. Barqaror raqobat ustunligi korxonaga bozor ulushini saqlab qolish va kengaytirish, moliyaviy barqarorlikni ta‘minlash, mijozlar sodiqligini mustahkamlash hamda investitsiyalarni jalb etish imkonini beradi.

Ayniqsa, xizmatlar sohasida barqarorlik masalasi alohida ahamiyat kasb etadi, chunki xizmat sifati ayrim jihatlari bo‘yicha tezda takrorlanishi mumkin bo‘lsa-da, mijozlarning ishonchi va brend obro‘sini qisqa muddatda shakllantirish ancha murakkab jarayon hisoblanadi.

Xizmat ko‘rsatish jarayonida asosiy qiymat, avvalo, inson omili orqali yaratiladi. Xodimlarning kasbiy bilim va ko‘nikmalari, muloqot madaniyati, mas‘uliyati va xizmatga bo‘lgan munosabati

xizmat sifati va mijozlar qoniqishining hal qiluvchi omiliga aylanadi. Shu sababli kadrlarni tanlash, ularni tayyorlash va malakasini oshirish, shuningdek, samarali rag‘batlantirish tizimini yo‘lga qo‘yish raqobat ustunligini barqarorlashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Inson kapitaliga yo‘naltirilgan investitsiyalar xizmatlar sifati oshirish bilan birga, korxonaning ichki muhitini mustahkamlashga ham xizmat qiladi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion xizmatlar va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish raqobat ustunligini mustahkamlovchi asosiy omillardan biriga aylanmoqda. Onlayn platformalar, mobil ilovalar, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari va sun‘iy intellekt asosidagi yechimlar xizmat ko‘rsatish jarayonini yanada samarali tashkil etishga yordam beradi. Innovatsiyalar orqali korxonalar xarajatlarni kamaytirish, xizmat ko‘rsatish tezligini oshirish va mijozlar tajribasini yaxshilash imkoniyatiga ega bo‘ladi. Natijada, xizmatlar bozorida korxonaning raqobatbardoshligi sezilarli darajada ortadi.

Strategik boshqaruv doirasida raqobat ustunligini barqarorlashtirishga xizmat qiluvchi bir qator mexanizmlar mavjud. Jumladan, mijozga yo‘naltirilgan strategiya xizmatlar sohasida eng muhim yondashuvlardan biri hisoblanadi. Ushbu strategiya mijozlarning ehtiyoj va kutishlarini chuqur o‘rganish, xizmatlarni individual yondashuv asosida taklif etishni nazarda tutadi. Differensiallash strategiyasi esa korxonaga o‘z xizmatlarini raqobatchilarnikidan farqlash orqali bozorning muayyan segmentida ustunlikka erishish imkonini beradi. Xarajatlarni optimallashtirish strategiyasi moliyaviy barqarorlikni ta‘minlashga xizmat qilsa, xizmat portfelini diversifikatsiya qilish bozor tavakkalchiliklarini kamaytiradi va daromad manbalarini kengaytiradi.

Xizmatlar bozorida mijozlar sodiqligi barqaror raqobat ustunligining eng muhim tayanchlaridan biri hisoblanadi. Sodiqlik mijozlar korxonaga xizmatlaridan muntazam foydalanadi, yangi xizmatlarni sinab ko‘rishga moyil bo‘ladi va ijobiy tajribasini boshqalar bilan baham ko‘radi. Bu esa korxonaga obro‘sin mustahkamlash va marketing xarajatlarni kamaytirishga yordam beradi. Mijozlar sodiqligini oshirish uchun xizmat sifati, qulaylik, ishonchlilik va samarali kommunikatsiya muhim ahamiyatga ega.

Brend qiymati esa xizmatlar bozorida uzoq muddatli raqobat ustunligini ta‘minlovchi muhim omil sifatida namoyon bo‘ladi. Kuchli brand xizmat sifati, korporativ madaniyat va ijtimoiy mas‘uliyat bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, mijozlar ongida ijobiy tasavvur shakllantiradi. Brend obro‘sin shakllantirish va mustahkamlash uzoq vaqt talab etadi, biroq u korxonaga barqaror raqobat ustunligini ta‘minlaydi [5].

Xulosa qilib aytganda, xizmatlar bozorida korxonalarning raqobat ustunligini barqarorlashtirish murakkab va ko‘p qirrali jarayon bo‘lib, u strategik rejalashtirish, inson kapitaliga sarmoya kiritish, innovatsion yondashuv va mijozlarga yo‘naltirilgan boshqaruvni talab etadi. Raqobat ustunligi faqatgina narx yoki xizmat sifati bilan emas, balki korxonaning umumiy boshqaruv madaniyati va moslashuvchanligi bilan belgilanadi.

Zamonaviy iqtisodiy sharoitda xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar uchun raqobat ustunligini barqarorlashtirish uzoq muddatli rivojlanish va bozor barqarorligining muhim omili bo‘lib qolmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Abduqodirov A. A. Xizmatlar iqtisodiyoti va menejmenti. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2021. – 312 b.
2. Karimov B. X., Raximova M. S. Raqobatbardoshlik va strategik rivojlanish nazariyasi. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2020. – 280 b.
3. Normatov D. N. Xizmat ko‘rsatish sohasida innovatsion boshqaruv. – Toshkent: Innovatsiya, 2022. – 295 b.
4. Xudoyberdiyev O. S. Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmatlar bozori rivoji. – Toshkent: Yangi nashr, 2021. – 260 b.
5. To‘xtayeva Z. R. Strategik menejment: nazariya va amaliyot. – Toshkent: O‘zbekiston, 2020. – 340 b.