



## SAMARQAND SHAHAR XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARINING RAQAMLI PLATFORMASINI TASHKIL ETISH

PhD, dots. **Kurbanova Raxima Jamshedovna**  
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti  
ORCID: 0000-0002-5668-8559

**Annotasiya.** Maqolada xizmatlar sohasi xizmatlari tasniflagichi modeli asosida O'zbekistonda xizmat ko'rsatish korxonalarining raqamli platformasini tashkil etish tizimi bo'yicha tashkiliy mexanizmlari ko'rsatib o'tilgan.

**Kalit so'zlar:** tasniflagich, raqamli platforma, tashkiliy mexanizm, texnik-texnologik holat, raqamli texnologiya, "pastdan yuqoriga" strategiyasi, infratuzilma, korxonona elektron platformasi.

## СОЗДАНИЕ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ ГОРОДА САМАРКАНД

PhD, доц. **Курбанова Рахима Джамshedовна**  
Самаркандский Институт экономики и сервиса

**Аннотация.** В статье показаны организационные механизмы по системе организации цифровой платформы предприятий сферы услуг в Узбекистане на основе модели классификатора услуг сферы услуг.

**Ключевые слова:** классификатор, цифровая платформа, организационный механизм, технико-технологическое состояние, цифровые технологии, стратегия "снизу вверх", инфраструктура, электронная платформа предприятия.

## ORGANIZATION OF A DIGITAL PLATFORM FOR SERVICE ENTERPRISES IN THE CITY OF SAMARKAND

PhD, assoc. prof. **Kurbanova Rakhima Jamshedovna**  
Samarkand Institute of Economics and Service

**Abstract.** the article shows the organizational mechanisms of the system for organizing a digital platform for service enterprises in Uzbekistan based on the service classifier model.

**Keywords:** classifier, digital platform, organizational mechanism, technical and technological state, digital technologies, bottom-up strategy, infrastructure, electronic platform of the enterprise.

### **Kirish.**

Hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish sohasida, jami 400 dan ortiq turlari, xillari mavjudki ularning barchasi alohida - alohida o'zining tasnifiga ega bo'lib, xizmat ko'rsatish korxonalarini tashkil etadi. Bizning misolimizda savdo, umumiy ovqatlanish va mehmonxona korxonalarini va ularning o'ziga xos xizmatlarining tashkil etilishi ko'rib chiqilsada, raqamli iqtisodiyotga o'tishda, qabul qilingan strategiya, platformalar subyektlari, ularning funksional darajalanishi bilan bog'liq holda olib boriladi.

Xizmat ko'rsatish korxonalarining raqamli iqtisodiyotga o'tish tashkiliy – iqtisodiy mexanizmidagi asosiy raqamlashtirish texnologik jarayonlarini ko'rishdan oldin, xizmatlar turlarining qanday tasniflanganligini ko'rib chiqishni talab qiladi. Chunki xizmat ko'rsatish turlari va xillari bo'yicha, umumiy tasavvurga ega bo'lish va kelajakda barcha korxonalarni raqamli iqtisodiyotga o'tkazilishi osonlashadi.

### Adabiyotlar sharhi.

Rossiyalik olim Dalning (1882) lug'atida xizmat tushunchasi quyidagicha talqin etilgan: Xizmat ko'rsatish, yordam, imtiyoz, ko'mak, ko'nglini topmoq, istagini bajo keltirmoq. Biroq ushbu lug'atlarda keltirilgan talqinlarda "xizmat" tushunchasining mohiyati to'liq ifodalanmagan.

Rossiyalik olim Ojegov (1991) tahriri ostida chop etilgan rus tili gramatik lug'atida "xizmatlar" bu "naf, foyda keltiradigan harakat, boshqalarga yordam deb hisoblanadi" degan fikr ilgari surilgan.

Amerikalik iqtisodchi Kotler (1992) o'zining "Marketing asoslari" nomli kitobida "xizmatlar – bu obyektini sotish jarayonida o'z manfaatini qondirish, muayyan bir naf olish uchun qilingan harakt" degan holda, o'zining fikrini davom ettirib, "ishlab chiqarishda xizmatlar moddiy ko'rinishdagi tovarlar bilan bog'liq bo'lishi yoki bo'lmasligi mumkin", deb hisoblagan.

Shiray (2003) "Xizmat – alohida olingan inson yoki bir butun jamiyatni qandaydir ehtiyojini qondiruvchi, natijalari samarali foydada gavdalanuvchi, maqsadli mehnatning faoliyatidir".

Hozirgi vaqtda, xizmatlar sohasi bo'yicha olib borilayotgan ishlarda raqamlashtirish metodologiyasi (Грибанов, 2018), soha raqamli platformalarini yaratish modellari (Грибанов, 2018), uning sanoat korxonalarini bilan transformasiyasi (Скпруг, 2018), tadbirkorlik strukturasi raqobatbardoshligiga ta'siri (Бабкин, Чистякова, 2017) va boshqalar ko'rilyotgan bo'lsada, xizmatlar ko'rsatish korxonalarini bo'yicha izlanishlar kam.

Shuning uchun, bu borada ilmiy tadqiqotlarni izchillashtirib, O'zbekistonda xizmat ko'rsatish korxonalarini raqamli iqtisodiyotga bosqichma – bosqich o'tkazish: korxonalarda server tizimini tashkil etgan holda, raqamli texnologiyani yaratib, mahalliy-, tarmoqlararo-respublika miqyosida raqamli platformalarni tashkil etish asosini yaratish, raqamli platformalarga kirishini rag'batlantirish asosida izchillashtirish, respublika va xalqaro tashqi aloqalarning o'rnatilishida qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini ishlab chiqish va respublika, xalqaro tizimlardan to'laqonli foydalanish lozim bo'ladi.

### Tadqiqot metodologiyasi.

Maqolani tayyorlashda mantiqiy tahlil, ilmiy mushohada, innovatsion usullardan foydalanildi.

### Tahlil va natijalar muhokamasi.

Ma'lumki, xizmatlar sohasida tasniflashning asosiy maqsadi, xizmatlarning umumiy alomatlarini aniqlash, ularni alohida sinflari, guruhlar va xillarga birlashtirish yo'li bilan, umumiy nazariy nuqtai nazardan o'rganishga yo'naltirishdir. Tasnifning asosiy shartlariga: sinflar, guruhlar va xillarning ma'nodosh bo'lishi, barcha alomatlarni o'z ichiga olishi va alomatlarning takrorlanmasligini ta'minlash kiradi.

Tasnifning bu shartlaridan kelib chiqadigan bo'lsak, hozirgi vaqtda xizmatlar tasnifining umumiy tan olingan tasnifi mavjud emas. Mavjud tasniflagichlarda, jumladan 2006 yilda rasmiy nashr etilgan O'zbekiston Respublikasi faoliyat turlari bo'yicha xizmatlarning tasniflagichida (ФТБХУТ, 2006) ham umumiy yondashish va ilmiy asoslashning sustligi namoyon bo'lyapti. Chunki, tasniflagich, Yevropa iqtisodiy jamiyati faoliyat turlari mahsulotlari statistik tasniflagichi asosida yaratilganki, unda tasniflagich tuzish asosiy metodologik prinsipi, bu xizmatlarning ishlab chiqarishdan kelib chiqishiga yondashilgan. Bunda 6 belgi darajasida

mahsulot, 4 belgi darajasida iqtisodiy foliyat inobatga olingan. Keyingi 7chi, 8chi, 9chi belgilari keyingi tipi, xili va xil osti darajasidagi xizmatlar tasnifi bilan davom etadi. Faoliyat turlari bo'yicha xizmatlar tasniflagichi tuzilmasi identifikatsiyasi va nomlaridan iyerarxik tizimi va ketma-ket xarflar va sonlar orqali kodlashdan foydalanishgan. Tasniflagichda jami 400 ga yaqin xizmatlar turlari: guruhlar seksiyada, seksiya osti, guruhlar, sinflar, razryadlar, razryad ostki, tiplar, xillar, xil osti darajada berilgan (ФТЕХУТ, 2006).

Umuman olganda, iyerarxik metod: yo'nalish, guruhlar, guruh osti guruhlari, turi va turdoshlar tizimidan foydalanib 5ta mahsulot ishlab chiqarish va 12 ta xizmatlar, jami 17 ta yo'nalish guruhlardan foydalanilgan. Iyerarxik metodda tasniflashning boshqa davlatlar bo'yicha tahlili shuni ko'rsatdiki: AQSh va Kanadada 7 ta, Yevropa davlatlarida 10 ta, Rossiyada 13 ta yo'nalish guruhlardan tasniflagichlarda foydalanilgan.

Tasniflash metodologiyasi bo'yicha olib borilgan xizmatlar sohasi tahlili natijalari shuni ko'rsatdiki, yaratilgan tasniflagichlar asosan amaliyot uchun, mahsulotlar va xizmatlarni kataloglari, me'yoriy hujjatlari tuzish, statistik ma'lumotlarni agregirlash, iqtisodiy statistik tahlil, tashkilotlar kunlik iqtisodiy amaliyotga mo'ljallangan.

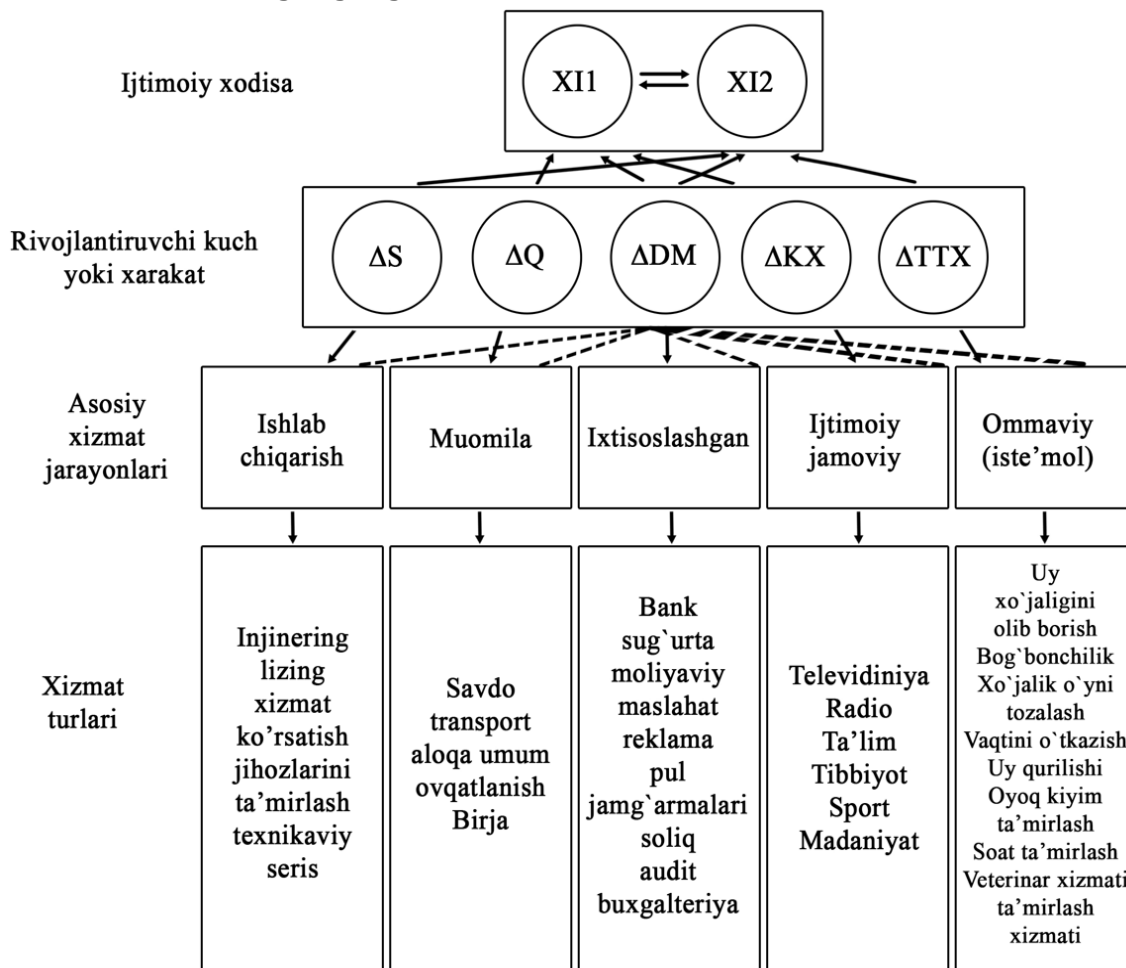
Tasniflashda uning kelib chiqishi yo'nalish guruhining asosiy ko'rsatkichi, ilmiy kelib chiqish mexanizmi bir butun talab va taklifdan, ishlab chiqaruvchi va iste'molchilar munosabatidan ekanligi ko'rsatilmagan. Shuning uchun, ularni tizimli mexanizmini o'rganish, tushunish, pastki darajalarda xizmat turlarini qaysi guruhlarda bo'lishini aniqlash va boshqalar murakkablashgan. Xizmatlar sohasi xizmatlar turlarining tasniflagichining yangi modelini tuzishdan oldin olib borilgan nazariy metodologik izlanishlar shuni ko'rsatdiki, barcha xizmatlar asosini uning bosh qatnashuvchilari, xizmatlar iste'molchilari va ularni ishlab chiqaruvchilari orasidagi munosabat (aynan raqamli iqtisodiyotning platforma ko'rinishi) tashkil etadi va bu munosabatlarni harakatlantiruvchisi bo'lib asosiy iqtisodiy ko'ratkichlar farqi tashkil etadi.

Adabiyotlarda keltirilgan fikrlardan kelib chiqqan holda, biz xizmatlar sohasi xizmatlar guruhlarning, kelgusida raqamlashtirishga, ularning model shaklida raqamli iqtisodiyotda qo'llash maqsadida qulay bo'lishi uchun 1-rasmda keltirilgan tasniflagich modelini taklif etamiz.

Ushbu tasniflagich modelida biz xizmat iste'molchisi ( $XI_1$ ) va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilari ( $XI_2$ ) o'rtasidagi munosabatni ijtimoiy hodisa deb, bu munosabat har qanday xizmatlarning asosini tashkil etadi. Ushbu o'zaro munosabatlarni rivojlantiruvchilari yoki harakatlantiruvchi omillariga: samaradorlik ( $\Delta S$ ), qoniqarlilik darajasi ( $\Delta Q$ ), davlat munosabati ( $\Delta DM$ ), ko'ngil holati va texnik texnologik holat ( $\Delta TTX$ ) ko'rsatkichlari farqi tashkil etadi. Aynan shu omillar asosida xizmatlar sohasi asosiy jarayonlarini farqlashimiz mumkin. Bularga: ishlab chiqarish, muomala (mahsulotlar realizatsiyasi), ixtisoslashgan, jamoaviy va ommaviy, ijtimoiy asosiy xizmatlar jarayonlari kiradi, ular o'z o'rnida xizmat turlariga, xillariga va h.k.larga bo'linadi.

Asosiy xizmat jarayonlaridan biri bo'lgan ishlab chiqarish xizmatlarining harakatlantiruvchi omili  $\Delta S$ , samaradorlik farqi ishlab chiqarishga to'g'ridan to'g'ri ta'sir ko'rsatib, shu bilan birga ishlab chiqarish xizmat turlarining harakatlantiruvchi omilini tashkil etadi. Xuddi shuningdek,  $\Delta Q$ -qoniqarlilik darajasi bir tomondan xizmat iste'molchilariga va muomala xizmatlar guruhiga,  $\Delta DM$  - davlat munosabatlari farqi ko'rsatkichlari ham xizmat iste'molchisiga, ham xizmatlar ishlab chiqarishlariga ta'sir etib, ixtisoslashgan asosiy xizmatlar turlarini rivojlantiradi (yoki rivojlantirmaydi),  $\Delta KX$  insonlarning ko'ngil holati ko'rsatkichi esa, xizmatlar iste'molchilariga jamoaviy xizmatlar turlari bilan,  $\Delta TTH$ -texnik-texnologik holatlarining farqi esa, asosan ishlab chiqarish holatini belgilash bilan ommaviy (iste'mol) xizmatlar turlarining rivojlanishiga to'g'ridan to'g'ri ta'sir ko'rsatadi. O'z o'rnida xizmatlar harakat (rivojlanish) omillari barcha asosiy xizmatlar jarayoniga bilvosita (rasmda punktr chiziqlar) ta'sir etadi.

Ushbu modeldagi 5ta asosiy xizmat jarayonlarini hozirgi mavjud rasmiy O'zbekiston Respublikasi faoliyat turlari bo'yicha xizmatlar tasniflagichi tarkibidagi 7ta asosiy xizmat jarayonlarini mutanosiblikda birlashtirilsa, ham nazariy, xam ilmiy- amaliy ahamityaga ega bo'lgan bir butun tasniflagichga ega bo'lamiz.

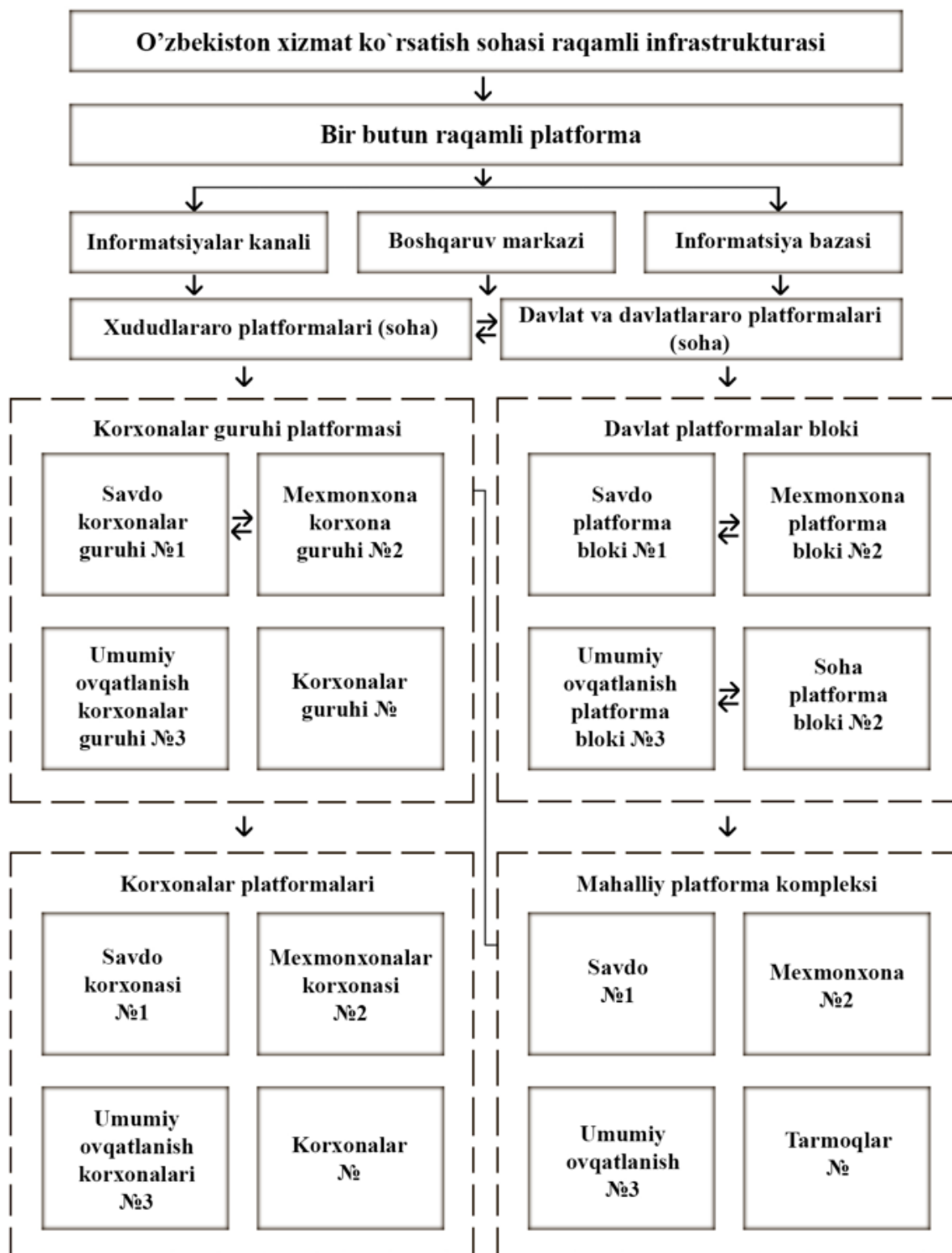


1-rasm. Xizmatlar sohasi xizmatlari tasniflagichi modeli

Tanlab olingan strategiyamizdan "Pastdan yuqoriga" strategiyasiga asosan, korxonalar (savdo, umumiy ovkatlanish, mexmonxonalar) miqyosida tuzilishi va undan so'ng shahardagi korxonalar guruhi bo'yicha har bir korxonalar platformalari alohida - alohida tarkib topgan. Bulardan mahalliy platformalar kompleksi, davlat platformalari blokiga qo'shiladi. Shuningdek, sohaning davlat va davlatlararo, hududiy platformalar orqali boshqa raqamli platformalar bilan bog'lanadi. Infratuzilmadagi mavjud informasion kanali, informasiya bazasi va boshqaruv markazi bilan to'laqonli bir butun raqamli platformani tashkil etadi. Umuman olganda, yurtimizda raqamli iqtisodiyotning qanday infratuzilmasi mavjudligidan kelib chiqadi. Chunki, raqamli platformalar tizimli tuzilmasi pastdan yuqoriga kengayib borib, turli xildagi platformalar bilan bog'lanish imkoniyatini beradi.

Shulardan kelib chiqqan holda, biz korxonalarining raqamli iqtisodiyotda faoliyat olib borishining tashkiliy - iqtisodiy mexanizimidagi korxonalar elektron platformasining tashkil etilishi tuzilmasini 2-rasmda keltirdik.

Raqamli iqtisodiyotda korxonalarining faoliyat olib borish tashkiliy-iqtisodiy mexanizimining tuzilmasining maqsadi - raqamli iqtisodiyotni tashkil etuvchi texnologik jarayonlarning bajarilishi tufayli, olingan ma'lumotlarning asosiy serverga uzatish va qayta ishlangandan so'ng mavjud korxonalar elektron platformasiga, keyin boshqa platformalarga chiqish hisoblanadi.



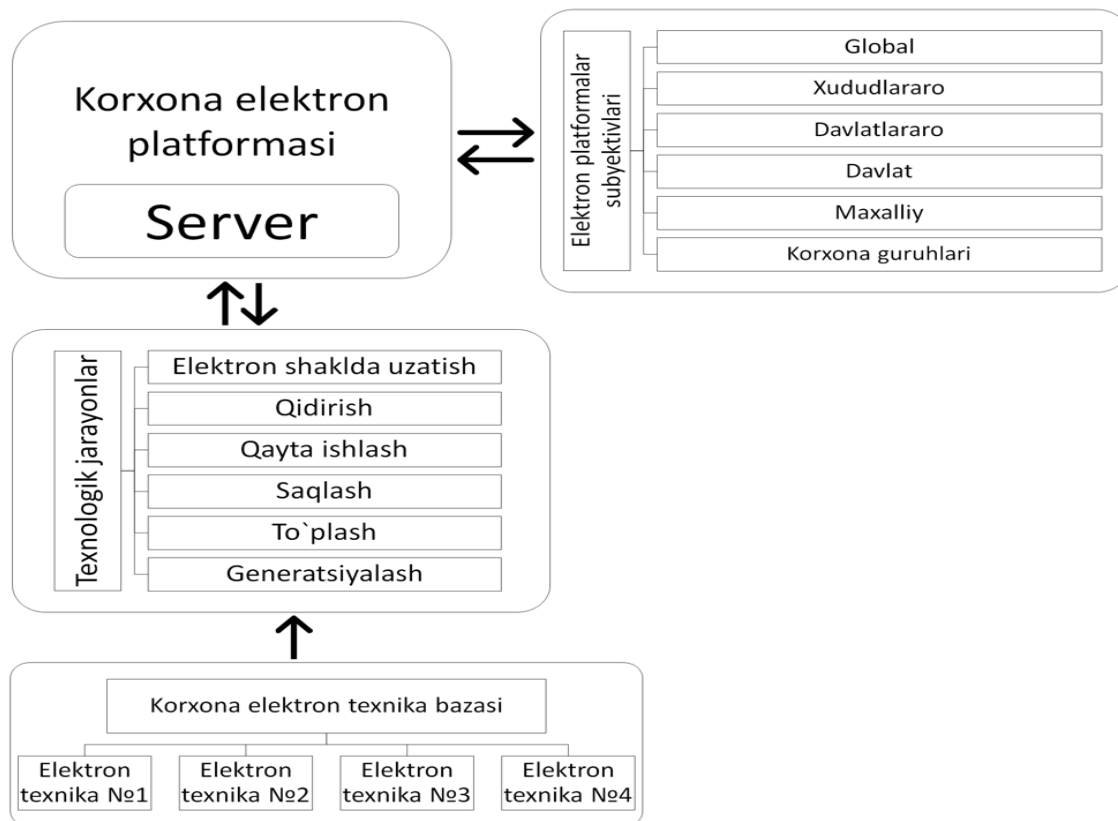
**2-rasm. Samarqand shahar savdo, umumiy ovqatlanish va mehmonxonalar korxonalarini raqamli platformalarini tashkil etish sxemasi.**

Xizmat ko'rsatish korxonalarining raqamli iqtisodiyotga o'tish tashkiliy mexanizmini: korxonada mavjud elektron texnika bazasi, raqamli iqtisodiyot texnologik jarayonlari, korxonada elektron platformasi va chiqishi mumkin bo'lgan platformalar subyektlari tashkil etadi.

O'z o'rnida, korxonada elektron bazasini undagi mavjud barcha elektron texnikalar, asosiy texnologik jarayonlarga - generatsiyalash, to'plash, saqlash, qayta ishlash, qidirish, saqlash va uzatish, elektron shaklda uzatish va korxonada elektron platformasiga korxonada serveri, undan



so'ng chiqish mumkin bo'lgan elektron platforma subyektlari tashkil etadi. Albatta, bu jarayonlarning bo'lishi yoki bo'lmasligi korxonaning quvvatidan, infratuzilmasining holati va elektron texnikasiga bog'liq holda bo'ladi. Lekin, har qanday holda ham ularning asosiylari ishtirok etadi. Shuni ham ta'kidlash kerakki, raqamlashtirish platformalari subyektlarining har qanday darajasiga bular bajarilgandan keyin chiqish mumkin bo'ladi (3-rasm).



**3-rasm. Raqamli iqtisodiyotda faoliyat olib borish uchun korxonalar raqamli platformasini tashkil etish tuzilmasi**

Raqamli platformalarni yaratishda, biz qabul qilingan "Pastdan yuqoriga" strategiyasiga asosan, platformalar tuzilmasining eng pastida korxonalarda mavjud elektron texnika vositalari tashkil etadi.

Tasniflagichda keltirilgan, korxonada mavjud elektron texnika vositalari asosida asosiy raqamli texnologik jarayonlar bajariladi. Raqamli iqtisodiyot asosiy texnologik jarayonlariga: generatsiyalash, to'plash, saqlash, qayta ishlash, qidiruv, elektron shaklda uzatish kiradi.

### **Xulosa va takliflar.**

Xizmat ko'rsatish korxonalarining raqamli iqtisodiyotga o'tish tashkiliy - iqtisodiy mexanizmlarini ko'rib chiqishda xizmatlar turlarining tasniflanganligini ko'rib chiqish kelajakda barcha korxonalarini raqamli iqtisodiyotga, platformaga o'tkazilishini osonlashtiradi.

Olib borilgan tadqiqot natijalariga asoslanib, ushbu masala bo'yicha quyidagi taklif va tavsiyalarni berdik:

1. Xizmatlar sohasi xizmatlari tasniflagichi modelini yaratish;
2. O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohasi raqamli infratuzilmasiga asosan raqamli iqtisodiyotga o'tkazish uchun "Pastdan yukoriga" strategiyasiga foydalanish.
3. Raqamli iqtisodiyotda faoliyat olib borish uchun xizmat ko'rsatish korxonalarini raqamli platformasini tashkil etish tuzilmasidan foydalanish.

**Adabiyotlar / Literature / Reference:**

Qurbonov J.M., Kurbanova R.J. Xizmatlar ko'rsatish korxonalari elektron texnikasi. – Toshkent: Noshir nashriyoti, 2019. -168 b.

Бабкин А.В., Чистякова О.В. (2017) Цифровая экономика и ее влияние на конкурентоспособность предпринимательских структур // Российское предпринимательство. – Том 18. – № 24. – С. 40874102. doi: 10.18334/rp.18.24.38670

Грибанов Ю.И. (2018) Методология развития экономики, промышленности и сферы услуг в условиях цифровизации: коллективная монография / Ю.И. Грибанов, под ред. А.В. Бабкина. СПб.: Политех-Пресс, С. 48-90.

Грибанов Ю.И. (2018) Основные модели создания отраслевых цифровых платформ / Ю.И. Грибанов // Вопросы инновационной экономики. - Том 8. № 2. - С.223-234. – 1,1 п.л.

Даль В.И. (1882) Толковый словарь великорусского языка. 2-е изд. М., –Т.: IV. С.512.

Котлер Ф. (1992) Основы маркетинга. М. Прогресс. – 734 с.

Ожегов С.И. и др. (1991) Грамматический словарь русского языка. -М.: Русский язык. - 432 стр.

Скруг В.С. (2018) Трансформация промышленности в цифровой экономике: проблемы и перспективы // Креативная экономика. – Том 12. – № 7. – С. 943-952. doi: 10.18334/ce.12.7.39208

ФТБХУТ (2006) «Узстандарт» агентлиги. Ўзбекистон Республикаси фаолият турлари бўйича хизматларнинг таснифлаги. Ўз.ДТ 2006 йил 12 май №0515 10.

Ширай В.И. (2003) Мировая экономика и международные отношения: Учебное пособие. –М.: Дашков И. К. -с. 226.