

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ФАНЛАР
АКАДЕМИЯСИ МИНТАҚАВИЙ БЎЛИМИ
ХОРАЗМ МАЪМУН АКАДЕМИЯСИ**

**ХОРАЗМ МАЪМУН
АКАДЕМИЯСИ
АХБОРОТНОМАСИ**

Ахборотнома ОАК Раёсатининг 2016-йил 29-декабрдаги 223/4-сон қарори билан биология, қишлоқ хўжалиги, тарих, иқтисодиёт, филология ва архитектура фанлари бўйича докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхатига киритилган

2023-12/2

**Вестник Хорезмской академии Маъмуна
Издается с 2006 года**

Хива-2023

Бош муҳаррир:

Абдуллаев Икрам Искандарович, б.ф.д., проф.

Бош муҳаррир ўринбосари:

Ҳасанов Шодлик Бекпўлатович, к.ф.н., к.и.х.

Таҳрир хайати:

Абдуллаев Икрам Искандарович, б.ф.д., проф.
Абдуллаева Муборак Махмусовна, б.ф.д., проф.
Абдуҳалимов Баҳром Абдурахимович,
т.ф.д., проф.

Агзамова Гулчехра Азизовна, т.ф.д., проф.

Аимбетов Нагмет Каллиевич, и.ф.д., акад.

Аметов Якуб Идрисович, д.б.н., проф.

Бабаджанов Хушнуд, ф.ф.н., проф.

Бобожонова Сайёра Хушнудовна, б.ф.н., доц.

Бекчанов Даврон Жуманазарович, к.ф.д.

Буриев Хасан Чутбаевич, б.ф.д., проф.

Ганджаева Лола Атаназаровна, б.ф.д., к.и.х.

Давлетов Санжар Ражабович, тар.ф.д.

Дурдиева Гавҳар Салаевна, арх.ф.д.

Ибрагимов Бахтиёр Тўлаганович, к.ф.д., акад.

Исмаилов Исҳақжон Отабаевич, ф.ф.н., доц.

Жуманиёзов Зоҳид Отабаевич, ф.ф.н., доц.

Жуманов Мурат Арепбаевич, д.б.н., проф.

Кадирова Шахноза Абдухалиловна, к.ф.д., проф.

Каримов Улғубек Темирбаевич, DSc

Курбанбаев Илҳом Жуманазарович, б.ф.д., проф.

Курбанова Саида Бекчановна, ф.ф.н., доц.

Кутлиев Учқун Отобоевич, ф-м.ф.д.

Ламерс Жон, қ/х.ф.д., проф.

Майкл С. Энжел, б.ф.д., проф.

Махмудов Рауфжон Баходирович, ф.ф.д., к.и.х.

Мирзаев Сирожиддин Зайниевич, ф-м.ф.д., проф.

Мирзаева Гулнора Саидарифовна, б.ф.д.

Пазилов Абдуваеит, б.ф.д., проф.

Раззақова Сурайё Раззоқовна, к.ф.ф.д., доц.

Рахимов Раҳим Атажанович, т.ф.д., проф.

Рахимов Матназар Шомуротович, б.ф.д.,

проф.

Рахимова Гўзал Юлдашовна, ф.ф.ф.д., доц.

Рўзметов Бахтияр, и.ф.д., проф.

Садуллаев Азимбой, ф-м.ф.д., акад.

Салаев Санъатбек Комилович, и.ф.д., проф.

Сапарбаева Гуландам Машариповна, ф.ф.ф.д.

Сапаров Каландар Абдуллаевич, б.ф.д., проф.

Сафаров Алишер Каримджанович, б.ф.д., доц.

Сирожов Ойбек Очилович, с.ф.д., проф.

Сотипов Гойипназар, қ/х.ф.д., проф.

Тожибаев Комилжон Шаробитдинович,

б.ф.д., академик

Холлиев Аскар Эргашевич, б.ф.д., проф.

Холматов Бахтиёр Рустамович, б.ф.д.

Чўпонов Отаназар Отожонович, ф.ф.д., доц.

Шакарбоев Эркин Бердикулович, б.ф.д., проф.

Эрматова Жамила Исмаиловна, ф.ф.н., доц.

Эшчанов Рузумбой Абдуллаевич, б.ф.д., проф.

Ўразбоев Ғайрат Ўразалиевич, ф-м.ф.д.

Ўрозбоев Абдулла Дурдиевич, ф.ф.д.

Ҳажиева Мақсуда Султоновна, фал.ф.д.

Ҳасанов Шодлик Бекпўлатович, к.ф.н., к.и.х.

Худайбергана Дурдона Сидиқовна, ф.ф.д.

Худойбергана Ойбек Икромович, PhD, к.и.х.

Хоразм Маъмун академияси ахборотномаси: илмий журнал.-№12/2 (109), Хоразм Маъмун академияси, 2023 й. – 306 б. – Босма нашрнинг электрон варианты - <http://mamun.uz/uz/page/56>

ISSN 2091-573 X

Муассис: Ўзбекистон Республикаси Фанлар академияси минтақавий бўлими – Хоразм Маъмун академияси

МУНДАРИЖА
ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ

Alikulov A.T. O‘zbekistonda individual investorlarning faoliyatining nazariy va tashkiliy jihatlari	6
Allayarova M.Q., Joniqulov B.R. Sirdaryo viloyati iqtisodiyotini “ilg‘or innovatsiyalar hududi”ga aylantirish yo‘llari	9
Asqarova N.I. Mintaqalarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ishlab chiqarish faoliyatini tarkibiy baholash	12
Axmedova N.A. Innovatsion iqtisodiyot sharoitida kichik biznes subyektlari investitsiyalarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash mexanizmini takomillashtirish	15
Azimova H.E. Iqtisodiyotga xorijiy investitsiyalarni jalb etishning ahamiyati	18
Bakaeva M.A. Budget va soliq siyosati orqali milliy iqtisodiyotga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishni rag‘batlantirishni takomillashtirish	21
Chulliyev S.R. O‘zbekistonda venchur kapitali shakllanishi va uning institutsional asoslari	26
Erejepova B.A. Maishiy xizmatlar sifati va uni aniqlash mezonlari	29
Ergashev A.A. Iqtisodiyotda turizm sohasini innovatsion rivojlantirish yo‘llari	32
Eshonkulov A.K. Adapting global cash flow standards to uzbekistan conditions: challenges and prospects	34
Isaqova Z.M. Loyiha boshqaruvi standartlarining davlat xizmati samaradorligini oshirishdagi o‘rni va ahamiyati	37
Iskandarov A. The role of insurance mechanisms in reducing agricultural risks	40
Jumayev R.Ch. Suv xo‘jaligi kompleksini boshqarishni tashkil qilish va uning sug‘oriladigan yerlardan foydalanish tizimini tartibga solish ta’siri	43
Jumayeva G.J. Qishloq xo‘jaligi korxonalarini xo‘jalik faoliyati tahlilida ekonometrik modellashtirishning ilmiy-nazariy asoslari	47
Khusniddinov N. Enhancing investment attractiveness in the tourism sector through strategic financing	50
Kurbaniyazov Sh.K. Korporativ boshqaruvni joriy etish mexanizmini takomillashtirish va uning samaradorligini oshirish	53
Mamajonova G.O. Korxonalarda ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishni oqilona tashkil etish masalalari	55
Mamajonova S.V., Boboqulov O.Yu. Mamlakatimizda innovatsion klasterlarni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari	59
Mambetkarimov S.M. Mamlakatning iqtisodiy xavfsizligi sharoitida yashirin iqtisodiyot darajasini baholash usullarining xususiyatlari	61
Masharipov X. Mintaqada turizm xizmatlari eksportini asosiy yo‘nalishlari	65
Matyakubov U.R. “Yashil” iqtisodiyotni rivojlantirishda ekologik marketingni o‘rni	69
Muradullayeva N.D. Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko‘rsatish korxonalarini faoliyatini samarali boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirishning o‘ziga xos xususiyatlari	74
Murtazayev N.R. O‘zbekiston iqtisodiyotida sug‘urta faoliyatining tutgan o‘rni	77
Narmamatov I.B. Zamonaviy to‘lov tizimidagi innovatsiyalar va ularning qiyosiy tavsifi	80
Navruz-zoda L.B. Methodological approaches to assessment of entrepreneurial ability	83
Navruzov D.I. Aksiyadorlik jamiyatida kuzatuv kengashining boshqaruv samaradorligini oshirish yo‘llari	87
Nosirov B. Qishloq xo‘jaligida innovatsion usullarda mahsulot sifatini oshirishning samaradorlikka ta’siri	90
Olimjonova G. O‘zbekiston Respublikasida meva-sabzavot mahsulotlari eksporti salohiyatini iqtisodiy-statistik tahlili	94
Olimova N.X. O‘zbekiston korxonalarida import o‘rnini bosuvchi ishlab chiqarishga asoslangan sanoat siyosatining amalga oshirilishi	96

Omanov R.F. Boshqaruv va moliyaviy hisobni raqamlashtirish istiqbollari	102
Omanov R. Unlocking prosperity: strategic financial levers for enterprise resilience and stability	106
Oromidinov M. Strategies for strengthening internal auditing in Uzbekistan's commercial banks	110
Quliev N.H. Korporativ boshqaruv samaradorligini oshirish yo'llari va undan tijorat banklari faoliyatida foydalanish	112
Rajabova M.A. Iste'molchilarning afzalliklarini tahlil qilishda marketing tadqiqotlari va xizmatlaridan foydalanish samaradorligi	116
Rakhimova S.M. Basing and forecasting the priorities for the introduction of innovative medical services in the region	120
Raxmonova B.S. Yong'oqchilik sohasida amalga oshirilayotgan islohotlar natijalari	124
Safarov Sh.I. Organizational-economic foundations and specific aspects of the approach based on 7internal rating in the assessment of credit collateral	126
Saidova F.K., Buranov D. Qishloq xo'jaligi tarmoqlarida bozor infratuzilmasini rivojlantirish yo'llari va xususiyatlari	129
Sattarova D.D. Possibilites of efectiva use of activities of islamic finance organizations in Uzbekistan	133
Shamsiyeva Yu.O. Tijorat banklarida xizmatlarni raqamlashtirish va taransformatsiya jarayonlarini takomillashtirish yo'llari	138
Shokirova D.O. Davlat qarzi va uning salbiy oqibatlari	141
Sobirova F.I., To'lanov D. Qishloq xo'jaligida mehnat munosabatlarini takomillashtirishning xorijiy tajribalari	144
Sobirova M.H. Meva-sabzavot kooperatsiyalarining tashkil etilishi, hozirgi holati va samaradorlik ko'rsatkichlarining tahlili	148
Sotvoldiyev N.N. Sanoat korxonalarini tijorat banklari tomonidan kreditlash bo'yicha xorijiy mamlakatlar tajribasi	151
Tadjiyev B.U. Tadbirkor va tadbirkorlik qobiliyatiga zamonaviy qarashlar	156
Xamrayeva S.N. Hududlarning barqaror iqtisodiy o'sishini ta'minlashda xorijiy mamlakatlar tajribasidan foydalanish	162
Yuldosheva Sh.A. Uy-joy kommunal xo'jaliklarida servis xizmatlarini tashkil etishga oid xorij tajribasi	165
Zaylobitdinova H.X. Oliy ta'lim muassasalarining tijorat faoliyatini boshqarishda xorijiy tajribalardan foydalanish imkoniyatlari	168
Амиркулов Ш.О. Ўзбекистонда органик қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг назарий-илмий асослари	173
Артикова Ш.И. Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий самардорликни баҳолашга услубий ёндашув	176
Асатуллаев Х.С. Иқтисодий ўсишга эришишда давлат фискал сиёсатининг ўрни	179
Джалилов Р.Х. Кўшилган қиймат солиғи ҳисобини такомиллаштириш масалалари	186
Жуманова В.А. Дунё мамлакатларида тиббий хизматлар бозорини ривожлантиришнинг илғор тажрибалари ва хусусиятлари	190
Имомов Р.Д. Лимон етиштиришда инновацион технологияларни жорий этиш асосида тармоқни ривожлантириш истиқболлари	198
Исламова Т.Р. Роль образования в экономическом росте и развитии страны	201
Калимуллина Н. Курилиш соҳасида кичик бизнес ва хусусий тadbirkorлик қўллаб-қувватланишини социологик сўровномалар асосида эксперт баҳолаш	203
Кучкоров Г.Ф. Раскрытие экономической эффективности плодoовoщеводства	210
Мансуров М.А. Давлат бюджет назорати тизимини ривожлантириш йўналишлари	213
Маҳмудова Н.Б. Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришга таъсир этувчи омиллар самардорлигини эконометрик баҳолаш	217
Наврзoв Д.И. “Ўзбекнефтгаз” АЖда кузатув кенгашининг ҳолатини баҳолаш ва унга таъсир қилувчи омилларни таҳлил қилиш	223

Ikkinchidan, inson resurslarini boshqarish mehnat unumdorligini oshirish, samaradorlik va xodimlarni rag'batlantirish nuqtai nazaridan bank rivojlanish rejalarining strategik muhim elementi hisoblanadi. HR funksiyasini rivojlantirish strategiyasida tavsiflangan o'zgarishlar bankning biznes samaradorligini yanada rivojlantirish va yaxshilash uchun zarurdir. Xarajatlarni kamaytirish va bank faoliyati samaradorligini oshirish maqsadida joriy tashkiliy tuzilma boshqa ko'p tomonlama rivojlanish banklarining ilg'or tajribasiga muvofiq yanada moslashtiriladi. Muayyan kompetensiyalar bo'yicha baholar tizimini joriy etish quyi darajalar uchun belgilangan vakolatlariga ega bo'lgan rahbarlar sonini kamaytirishi va ularning sonini optimallashtirishi mumkin [9].

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Квазигосударство#:~:text=quasi%20«как%20бы»%20%2B%20«всеми%20критериями%20\(признаками%2C%20элементами\)»](https://ru.wikipedia.org/wiki/Квазигосударство#:~:text=quasi%20«как%20бы»%20%2B%20«всеми%20критериями%20(признаками%2C%20элементами)»)
2. https://www.rea.ru/ru/org/cathedries/Kafedra-mirovih-finansovih-rinkov-i-finteha/Documents/2.%20ЭОК_ТОБМ_Т1.%20Характеристика%20системы%20БМ.pdf
3. <https://xs.uz/uz/post/korporativ-menezhmentning-tizhorat-banklari-moliyaviy-holatiga-samarali-tasiri-zamonaviy-taraqqiyot-garovi>
4. <https://hamkorbank.uz/uz/about-bank/korporativ-boshqaruv>
5. <https://depozit.uz/news/tolov-tizimlari-sohasida-savollarga-mutaxassisning-javoblari>
6. <https://depozit.uz/news/tolov-tizimlari-sohasida-savollarga-mutaxassisning-javoblari>
7. <https://moscow.mba/journal/modeli-korporativnogo-upravleniya-kakuyu-vybrat-dlya-kompanii>
8. <https://moscow.mba/journal/modeli-korporativnogo-upravleniya-kakuyu-vybrat-dlya-kompanii>
9. <https://ibec.int/upload/uf/ab6/strategiya-razvitiya-na-2021-2025-gg-dlya-publikacii.pdf>

UO'K 33

ISTE'MOLCHILARNING AFZALLIKLARINI TAHLIL QILISHDA MARKETING TADQIQOTLARI VA XIZMATLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

M.A.Rajabova, o'qituvchi, Buxoro davlat universiteti, Buxoro

Annotatsiya. Ushbu maqolada iste'molchilarning afzalliklarini tahlil qilishda marketing tadqiqotlari va xizmatlaridan foydalanish samaradorligi, iste'molchi tashkilotlarining afzalliklari, iste'molchilarning xohish-istaklarini o'rganish usullarining o'ziga xos xususiyatlari, respondentlarning sodiqlik darajasini aniqlash va rivojlantirish bo'yicha tavsiyalar berib o'tilgan.

Kalit so'zlar: bozor, iqtisodiy tizim, iste'molchi, ishlab chiqaruvchi, ijtimoiy media marketing agentligi, tijorat faoliyati, marketing tadqiqotlari, NPS, xulq-atvor motivlari, dala tadqiqotlari.

Аннотация. В данной статье рассмотрена эффективность использования маркетинговых исследований и услуг при анализе потребительских предпочтений, преимущества потребительских организаций, особенности методов изучения потребительских предпочтений, а также рекомендации по определению и развитию уровня лояльности респондентов.

Ключевые слова: рынок, экономическая система, потребитель, производитель, агентство социального медиа-маркетинга, коммерческая деятельность, маркетинговые исследования, NPS, поведенческие мотивы, полевые исследования.

Abstract. This article examines the effectiveness of using marketing research and services in analyzing consumer preferences, the advantages of consumer organizations, features of methods for studying consumer preferences, as well as recommendations for determining and developing the level of loyalty of respondents.

Key words: market, economic system, consumer, manufacturer, social media marketing agency, commercial activity, marketing research, NPS, behavioral motives, field research.

Bozor iqtisodiy tizimi zamonaviy jamiyat iqtisodiy hayotining asosiy shaklidir. Bozor tushunchasi bozor iqtisodiyoti nazariyasida asosiy tushunchasidir.

Bozor iste'molchiga yo'naltirilgan iqtisodiy tizimdir. Bu oddiy iste'molchining o'zini qanday tutishi, tovarlarning katta assortimentini tanlashda qanday motivlar va qoidalarga amal qilishi, uning bozordagi xatti-harakatlarini tartibga soluvchi qonunlarning mavjudligi va rag'batlantirish usullariga iqtisodiyotning doimiy qiziqishini tushuntiradi. Hozirgi vaqtda iste'molchi va ishlab chiqaruvchi

o'rtasidagi munosabatlar shunday qurilganki, iste'molchi ishlab chiqaruvchining manfaatlari markazida turadi va uning asosiy maqsadi ta'sir qilish ob'ekti hisoblanadi. Shuning uchun ishlab chiqaruvchi iste'molchilarning xohish-istaklarini psixologik, iqtisodiy, sotsiologik va madaniy nuqtai nazardan o'rganishi muhim ahamiyatga ega.

Iste'molchi tashkilotlarining afzalliklarini o'rganish har qanday Ijtimoiy media marketing agentligi tijorat faoliyatining eng muhim elementidir. Mijozlar operatsiya hajmidan qat'i nazar, har qanday muvaffaqiyatli biznesning markazidir. Iste'molchilar, ularning istaklari va afzalliklarini o'rganish ijtimoiy media marketing agentligiga ularga aynan kerakli narsani taklif qilish imkonini beradi.

Iste'molchi tashkilotlarini o'rganishda asosiy vazifa ularning xatti-harakatlariga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlashdir. Xizmatlar bozorida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun ijtimoiy media marketing agentligi mahsulotning (xizmatning) o'ziga o'z vaqtida o'zgartirishlar kiritishi, reklama kanallari va reklama strategiyasini optimallashtirishi, ya'ni marketing kompleksining barcha tarkibiy qismlarini iste'molchilarning xohish-istaklari o'zgarishiga moslashtirishni oldindan bilish kerak.

Iste'molchilarning afzalliklari bo'yicha marketing tadqiqotlari xulq-atvor motivlarini tushunishga va iste'molchilarning qadriyatlarini aniqlashga qaratilgan. Bunday tadqiqotlarni o'tkazishdan asosiy maqsad - muayyan boshqaruv qarorlarini qabul qilishda noaniqlik darajasini kamaytirishdir. Marketing tadqiqotining asosiy vazifalari bozorning potentsial va joriy imkoniyatlarini aniqlash, raqobatchilarni aniqlash, bozorning asosiy ishtirokchilari ulushlari dinamikasini o'rganish, iste'molchi tashkilotlari portretini yaratish va tahlil qilishdir.

Jadval 1.

Iste'molchilarning xohish-istaklarini o'rganish usullarining o'ziga xos xususiyatlari

Usul	Usulning xususiyati
Shaxsiy intervyu	Suhbatdosh va respondent o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri aloqa. Yuqori murakkablikdagi savollarga javob olish imkonini beradi. Shaxsiy suhbat davomida intervyu oluvchi respondentni qiziqtirishi, u bilan eng yaxshi aloqa o'rnatishi va javob berishdan bosh tortish ehtimolini kamaytirishi mumkin.
Telefon suhbat	Ma'lumotlarni yig'ishning eng iqtisodiy usuli (arzon narx). So'rov juda tez bajarilishi mumkin. Ushbu usul yordamida respondentdan olingan ma'lumotlar u bilan suhbat davomida ma'lumotlar bazasiga kiritiladi.
Elektron so'rov	Anketani to'ldirish kamroq vaqt talab etadi va respondentlar savollarni o'ylab, tortishishlari mumkin. Savollarning majburiy bajarilishini nazorat qilish. Video va audio materiallarni, shuningdek, har qanday formatdagi tasvirlarni namoyish qilish. Kam xarajatlar talab qiladi.
Professional intervyu	Sifatli xarakterdagi rasmiylashtirilmagan ma'lumotlarni olish imkonini beradi. Murojaat qilish qiyin bo'lgan respondentlarni o'rganish jarayonidir. (yuqori daromadli shaxslarning tashkiliy hatta-harakati o'rganiladi)
Fokus guruhi	Suhbat tinch muhitda o'tkaziladi. O'z fikringizni halol va erkin ifoda etish imkoniyati mavjud. Mahsulotni, uning ta'mini, hidini va boshqa xususiyatlarini namoyish qilish mumkin. Muhokama davomida ilgari yashiringan afzallik va kamchiliklarni aniqlash mumkin.

Tadqiqot jarayonida Buxoro viloyati aholisi va tadbirkorlarining sodiqlik darajasini tahlil qilish uchun dala tadqiqotlari usulidan foydalanildi. Buxoro viloyati tadbirkorlarining NPS faoliyatini baholash bo'yicha so'rovnomanini o'tkazish quyidagi tartibda tashkil etildi.

Buning uchun NPS (NetPromoterScore)[2] - xaridorning brend, mahsulot yoki xizmatga sodiqligini ko'rsatadigan indeksdan foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

NPS sodiqlik indeksini o'lchash 3 bosqichni o'z ichiga oladi:

1. Iste'molchi "Siz o'z tanishlaringizga, do'stlaringizga, hamkasblaringizga kompaniya mahsuloti yoki xizmatni tavsiya etish ehtimoli qanchalik katta?" degan savolga javob beradi. Bunday holda, reytingni 10 balli tizimda tuzish tavsiya etiladi, bunda 10 - "Albatta tavsiya qilaman", 0 "Hech qanday sharoitda tavsiya etmayman".

2. Olingan reytinglarga ko'ra iste'molchilar 3 guruhga bo'linadi: 10-9 ball – brend yoki mahsulot tarafdorlari, 8-7 ball - neytral iste'molchilar, 6-0 ball - tanqidchilar.

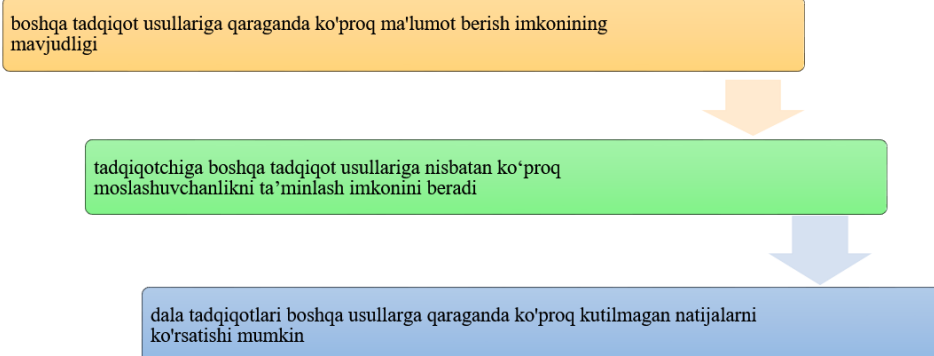
3. Iste'molchining sodiqlik indeksini hisoblashning o'zi NPS formulasi yordamida aniqlanadi:

$$\left(\frac{Qo'llab-quvvatlovchilar soni}{Respondentlarning umumiy soni} \right) - \left(\frac{Tanqidchilar soni}{Respondentlarning umumiy soni} \right).$$

Respondent 0 dan 10 gacha bo'lgan raqamni tanlaydi va shu bilan u qaysi ekstremal nuqtaga tegishli ekanligini ko'rsatadi. Namuna 30 kishini o'z ichiga oladi.

Dala tadqiqotida ma'lumotlarni yig'ishning asosiy usullari quyidagilardir: kuzatish, eksperiment (test), so'rov.

Dala tadqiqotining afzalliklari:



Xulosa qilib aytish mumkinki, Buxoro viloyati tadbirkorlari iste'molchilarining mahsulot tanlashiga quyidagi ta'sir etuvchi omillar aniqlandi:

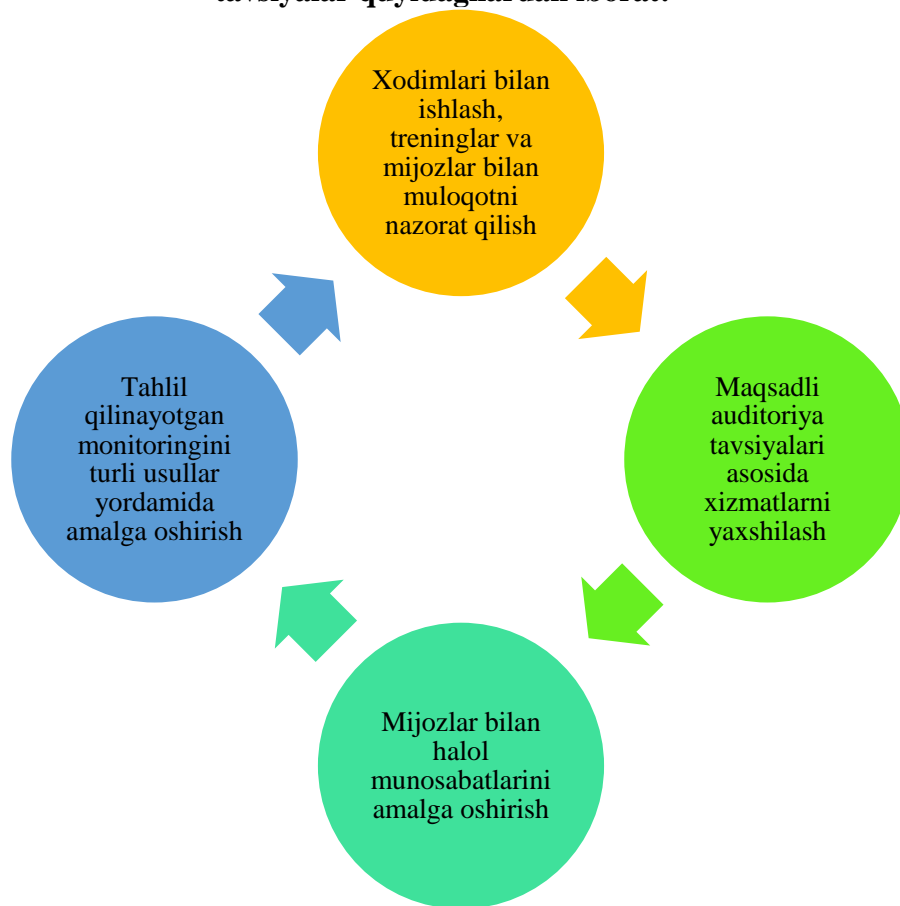
1) Tahlil natijalariga ko'ra respondentlarning aksariyati neytral iste'molchilardir.

Neytral iste'molchilar - bu ma'lum bir agentlikka sodiq bo'lmagan, ammo kompaniya obro'siga putur etkazmaydigan iste'molchilar.

2) Korxonalar tarafdorlari umumiy tarafdorlar sonining 30% ni tashkil qiladi.

Korxonalar tarafdorlari-ittifoqchilari korxonani atrof-muhitga tavsiya qiladigan iste'molchilar toifasi hisoblanadi. Bunday mijozlar korxonalar uchun eng qimmatlidir. Ular ko'pincha ushbu korxonadan xaridlarni amalga oshiradilar va bunday mijozlarning hayot aylanishi eng katta ahamiyatga ega.

Buxoro viloyati misolida iste'molchi tashkilotlarining sodiqligini oshirishga qaratilgan tavsiyalar quyidagilardan iborat:



3) Tanqidchilar so'rov ishtirokchilari umumiy sonining eng kichik qismini egallaydi.

Bu bizning xizmatimiz va xizmat ko'rsatishimizdan mamnun bo'lmagan mijozlarning bir qismidir. Ular salbiy sharhlarni tarqatish orqali obro'ingizni yo'q qilishni xohlashadi.

$$NPS = \left(\frac{Qo'llab-quvvatlovchilar soni}{Respondentlarning umumiy soni} \right) - \left(\frac{Tanqidchilar soni}{Respondentlarning umumiy soni} \right).$$

$$NPS = \left(\frac{9}{30} \right) - \left(\frac{5}{30} \right) \times 100\% = 34\%.$$

Yuqoridagilarga asoslanib, biz NPS sodiqlik indeksi = 34% degan xulosaga kelishimiz mumkin, bu esa sodiqlik dasturlarining yaxshi natijasini anglatadi.

Yuqoridagi tahlillardan kelib viloyatda Buxoro viloyati misolida iste'molchilarning tashkilotlarga sodiqligini oshirishga qaratilgan quyidagi tavsiyalarni berib o'tmoqchimiz.

1. Mijozlarning hayot aylanishining ko'payishi.

Aksariyat mijozlar kompaniya xizmatidan mamnun. Shuning uchun mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish va shu bilan agentlikka qaytish imkoniyatini oshirish juda muhimdir.

2. Xodimlaringiz bilan ishlash, treningni nazorat qilish va mijozlar bilan muloqot qilish.

Ba'zi xodimlar mijoz bilan ishlashni unutmasligi lozim, buni oldini olish va doimiy nazorat qilish kerak. Bo'ysunuvchilar o'rtasida sodiqlikni rivojlantirish bir xil darajada muhimdir. Jamoadagi iliq munosabat hech qachon mijozlarga zarar keltirmaydi, faqat ushbu kanallar o'rtasida iliq muloqotni rag'batlantiradi.

3. Asosiysi, o'z tasvirlaringiz bo'yicha emas, balki maqsadli auditoriya tavsiyalari asosida xizmatlaringizni yaxshilash.

4. Mijozlar bilan halollik. Ushbu qoida qiymat sifatida qabul qilinishi kerak va undan chetga chiqmaslik kerak. Agar biror narsa va'da qilingan bo'lsa, u bajarilishi kerak.

5. Amalga oshirilayotgan faoliyat monitoringi turli usullar yordamida amalga oshiriladi. Veb-sayt trafiginini real vaqt rejimida kuzatish imkonini beruvchi Yandex Metrica kabi xizmatlar tufayli siz ish soatlarida davom etayotgan faoliyatni sozlashingiz, eng samarali aloqa vositalarini topishingiz, talabni tahlil qilishingiz va mijozlar ehtiyojlariga o'z vaqtida moslashishingiz mumkin.

Yuqoridagilarga qo'shimcha ravishda, biz ushbu holatlarda o'sish tendentsiyasiga ega degan xulosaga kelishimiz mumkin. Bu sur'atni saqlab qolish uchun ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirish, kadrlar malakasini oshirish, texnik bazani yaxshilashni nazorat qilish zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Хлопенко О.В. Особенности потребительского поведения на рынке SMM услуг // Terra Economicus. 2011. №4. С. 104–108
2. Хлопенко О.В. Учет факторов потребительского поведения в разработке стратегии обеспечения конкурентоспособности SMM предприятий // Инженерный вестник Дона. 2011. №1. С. 379–386
3. Шибиков В.Г., Игтисамов Р.С. Методика оперативного управления товарным ассортиментом предприятия на основе изучения потребительских предпочтений // Экономический анализ: теория и практика. 2010. №11 (176). С. 32–37
4. Базарова М. С., Пулатов Ш.Ш. Проблемы банковской системы узбекистана и пути их решения //Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации. – 2019. – С. 131-133.
5. Хайитов Ш. Н., Базарова М. С. Роль иностранных инвестиций в развитии экономики Республики Узбекистан //Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации. – 2020. – С. 284-287.
6. Бобоев А.Ч., Базарова М.С. Хорижий инвестицияларнинг жозибадорлигини ошириш //Интернаука. – 2019. – №. 22-3. – С. 88-90.
7. Bazarova M. S., Shahboz K. Ways to increase the efficiency of available tourist facilities in Uzbekistan //Scientific approach to the modern education system. – 2022. – Т. 1. – №. 10. – С. 16-18.
8. Supiyevna B.M. Innovatsion iqtisodiyotda inson kapitalini boshqarish tizimini takomillashtirish //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 7. – С. 168-171.
9. Rajabova M. Khodzhaeva D.K. Innovative methods for assessing the financial condition in family enterprises: Khodzhaeva Dilbar Khurshidovna senior lecturer of the Department of Economics of the Service Industry, BSU hodjaevadilbar@mail.ru Rajabova Mokhichehra Abdukholikovna lecturer of the Department of Economics of the Service Sector, BSU rajabova.mokhichekha@gmail.ru //Центр научных публикаций (buxdu.uz). – 2021. – Т. 8. – №. 8.
10. Rajabova M. Convenience and advantages of outsourcing in the regional market of tourist services //Центр научных публикаций (buxdu.uz). – 2022. – Т. 21. – №. 21.

UDC 338.46

BASING AND FORECASTING THE PRIORITIES FOR THE INTRODUCTION OF INNOVATIVE MEDICAL SERVICES IN THE REGION

S.M.Rakhimova, PhD, Mamun University, Khiva

Annotatsiya. Ushbu maqolada 2022-2026 yillarda mintaqada tibbiy xizmatlar bozorini rivojlantirishning prognoz taxlil natijalari keltirilgan. Unga ko'ra, tibbiy xizmatlar bozorini rivojlantirishda xususiy klinikalar soni va tibbiyot muassasalari xodimlari soni kabi omillar regressiya tahlili usuli yordamida amalga oshirildi.

Kalit so'zlar: model, sifatli tibbiy xizmat, xususiy klinikalar, tibbiyot xodimlari soni, xususiy sektor, sog'liqni saqlash xizmatlari, korrelyatsion tahlil, real daromad, xizmat narxi, aholi daromadi, MARE ko'rsatkichi, Durbin-Watson indeksi, regressiya tahlili

Аннотация. В данной статье представлены результаты прогноза развития рынка медицинских услуг региона на период 2022-2026 гг. Согласно ему, такие факторы, как количество частных клиник и количество сотрудников медицинских учреждений в развитии рынка медицинских услуг, были сделаны с использованием метода регрессионного анализа.

Ключевые слова: модель, качество медицинского обслуживания, частные клиники, численность медицинского персонала, частный сектор, услуги здравоохранения, корреляционный анализ, реальный доход, цена услуги, доходы населения, показатель MARE, индекс Дурбина-Уотсона, регрессионный анализ.

Abstract. In this article, the results of the forecast for the development of the medical services market in the region for the period of 2022-2026 are presented. According to it, factors such as the number of private clinics and the number of employees of medical institutions in the development of the medical services market were made using the regression analysis method.