



Legislation and features of the development of service enterprises

Nilufar NABIEVA¹

Fergana Polytechnic Institute

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 2021

Received in revised form

15 September 2021

Accepted 20 October 2021

Available online

15 November 2021

Keywords:

marketing,
services,
strategy,
marketing strategy,
economy of Uzbekistan.

ABSTRACT

The service sector is developing most actively in the global economy. Continuing its growth over the years. Modernization of the technological foundations of economic development, the emergence of new business directions directly affect the growth of the services market. The article examines the essence and patterns of development of the service sector.

2181-1415/© 2021 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss10/S-pp293-310>

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Хизмат кўрсатиш корхоналари ривожланишининг қонуниятлари ва хусусиятлари

АННОТАЦИЯ

Калит сўзлар:

маркетинг,
хизмат кўрсатиш соҳаси,
стратегия,
маркетинг стратегияси,
Ўзбекистон иқтисодиёти.

Жаҳон иқтисодиётида хизмат кўрсатиш соҳаси кўп йиллар давомида ўсиш суръатларини сақлаб, энг фаол ривожланмоқда. Иқтисодиётни ривожлантиришнинг технологик асосларини модернизация қилиш, бошқарувнинг янги йўналишларининг пайдо бўлиши хизматлар бозорининг ўсишига бевосита таъсир қилади. Мақолада хизмат кўрсатиш соҳасининг моҳияти ва ривожланиш қонуниятлари кўриб чиқилади.

¹ PhD, Department of "Economics", Fergana Polytechnic Institute. Fergana, Uzbekistan.

Закономерности и особенности развития сферы оказания услуг

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

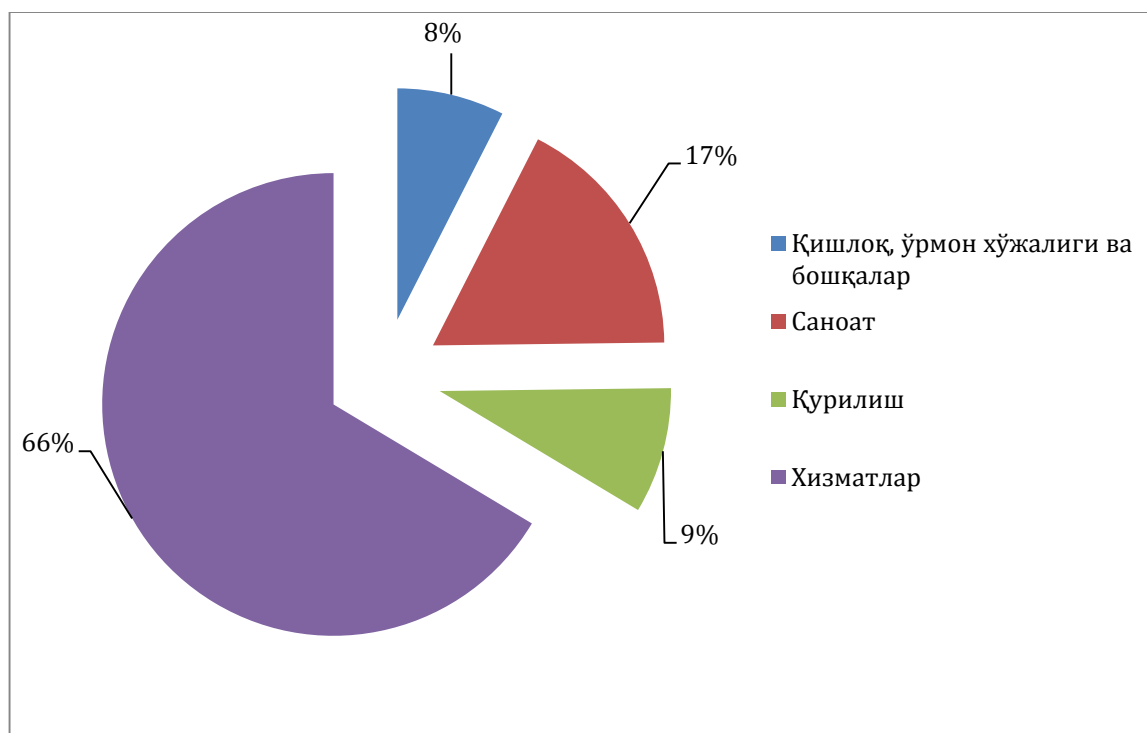
маркетинг,
сфера оказания услуг,
стратегия,
маркетинговая стратегия,
экономика Узбекистана.

В мировой экономике наиболее активно развивается сфера услуг. Продолжая свой рост на протяжении долгих лет. Модернизация технологических основ развития экономики, появление новых направлений хозяйствования прямо влияют на рост рынка услуг. В статье исследуются сущность и закономерности развития сферы услуг.

Хизматлар соҳаси охириги 20 йил мобайнида тубдан ўзгариб келмоқда. Айниқса, ҳозирги кунда рақамли иқтисодиёт технологиялари билан боғлиқ бўлган соҳалар, масалан, электрон-тижорат, интернет-банкнинг, ахборот ва мулоқот соҳасидаги тармоқларнинг ривожланиши бунга мисол бўла олади. Хизматлар соҳасининг ривожланишига таъсир кўрсатувчи омиллар 1-расмда келтирилган, унда иқтисодиётнинг ривожланиши ва унга бўлган муносабатни кузатишимиз мумкин. Хизматлар соҳасидаги бўлаётган таркибий ўзгаришлар ҳам ҳаётимиздаги эҳтиёжларни, ўзгариш тенденциясини ифодалайди.

1-расмда келтирилганидек, хизматлар соҳасини ривожлантириш учун биринчи навбатда, жамиятнинг ва ҳукуматнинг унга бўлган муносабатини ўзгартириш лозим. Бу борада Ўзбекистон Республикасида охириги икки йил мобайнида янги қонун ва меъёрий ҳужжатлар қабул қилинди. Ушбу саъй-ҳаракатлар асосида, Ўзбекистон Республикаси Статистика Қўмитасининг расмий маълумотларига биноан, ҳозирги кунда хизматлар соҳасида 261 мингдан ортиқ корхона ва ташкилотлар фаолият кўрсатмоқда. 2019-йил январь–декабрь ойларида бозор хизматлари ҳажми 190356,0 млрд сўмни ташкил этди. Корхона ва ташкилотларнинг умумий сониди хизматлар соҳасида фаолият кўрсатаётганлар 65,8 фоизни ташкил этади (1-расмга қаранг).

Албатта, бундай ҳолат, юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, ҳали етарли эмас. Бунга 2-расмда келтирилганидек, хизматлар соҳасининг ривожланиши ва такомиллашувига турли хил омиллар таъсир ўтказди. Уларни биз бешта мустақил гуруҳларга тақсимлаб, охириги, яъни, пировард натижасида, хизматлар маркетингига алоҳида эътибор қаратилиши зарурлигини хулоса қилдик.



1-расм. 2020-йил 1-январь ҳолатига кўра хизмат кўрсатиш корхоналарининг улуши (фермер ва деҳқон хўжаликларидан ташқари, %)*

Хизмат соҳасининг ривожланиши, албатта, унинг турларининг кўпайиши билан узвий равишда боғлиқдир. Дунё тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, рақамли иқтисодиёт ривожланган сари реал соҳадаги банд бўлганлар қисқариши билан ифодаланади. Борган сари хизматлар соҳасидаги фаолият ҳам миқдор, ҳам ассортиментни бўйича кўпайиб боради.

Бизнинг фикримизча, миқдорий кўрсаткичлардан ташқари сифат ҳолатига эътибор қаратилган бўлиб, унда истеъмолчиларнинг нафақат эҳтиёжини қондириш, балки янги мойилликларни шакллантиришдан иборатдир.

* Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида тузилган.



2-расм. Иқтисодийётнинг хизматлар соҳасининг ўзгаришига таъсир этувчи омиллар*

* Муаллиф ишланмаси.

2-жадвалда эса Ўзбекистонда иқтисодий фаолият турлари бўйича хизматлар ишлаб чиқариш улуши келтирилган.

2-жадвал

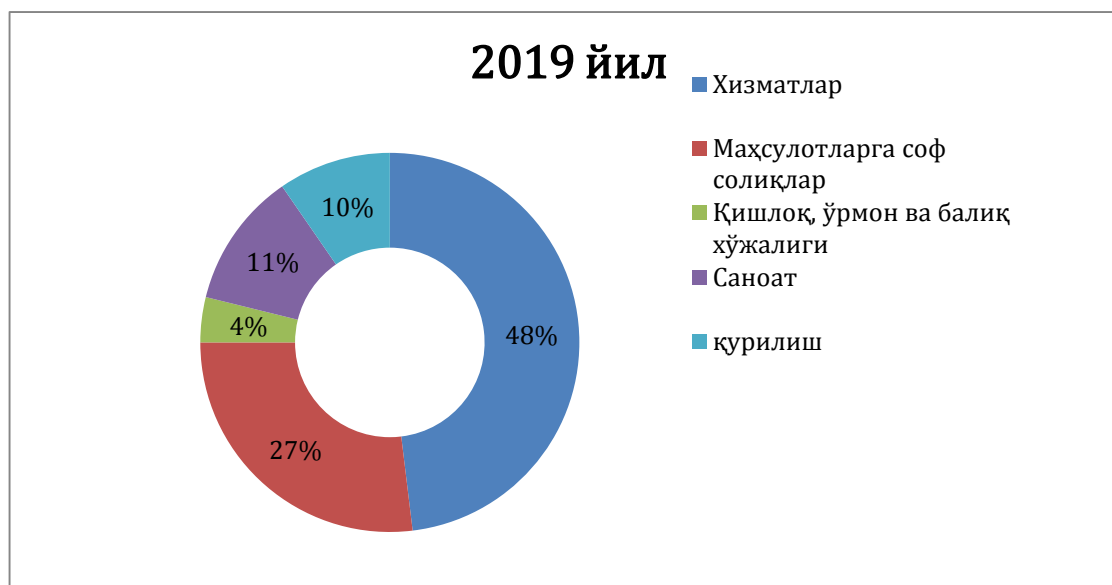
**Ўзбекистонда иқтисодий фаолият бўйича хизматлар ишлаб чиқариш улуши, %
(2019-йил январь-декабрь ойлари учун)*.**

КЎРСАТКИЧЛАР	ҲАЖМИ МЛРД. СЎМ	ЎТГАН ЙИЛГА НИСБАТАН ЎСИШ СУРЪАТИ, %
Хизматлар – жами	193697,8	113.2
Шу жумладан:		
Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари	10869.2	108.9
Молиявий хизматлар	34635.0	154.6
Транспорт хизматлари	53576.5	105.6
Шу жумладан: автотранспорт хизматлари	25279.1	103.5
Яшаш ва овқатланиш хизматлари	5715.9	105.6
Савдо хизматлари	47693.3	105.1
Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар	5862.2	103.1
Таълим соҳасидаги хизматлар	6990.4	106.8
Соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлар	2930.3	113.4
Ижара хизматлари	3952.3	104.1
Компьютерлар ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар	3102.1	103.7
Шахсий хизматлар	4564.8	103.7
Меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар	4039.0	108.1
Бошқа хизматлар	6425.0	102.8

Хизматларнинг ялпи ички маҳсулотдаги ўсиш суръати қолган тармоқларга нисбатан юқори бўлмаса-да, 5,6 фоиз ўсишнинг (2019-йил декабрга қадар) 1,7 фоизи хизматлар соҳасига тўғри келади (3-расмга қаранг).

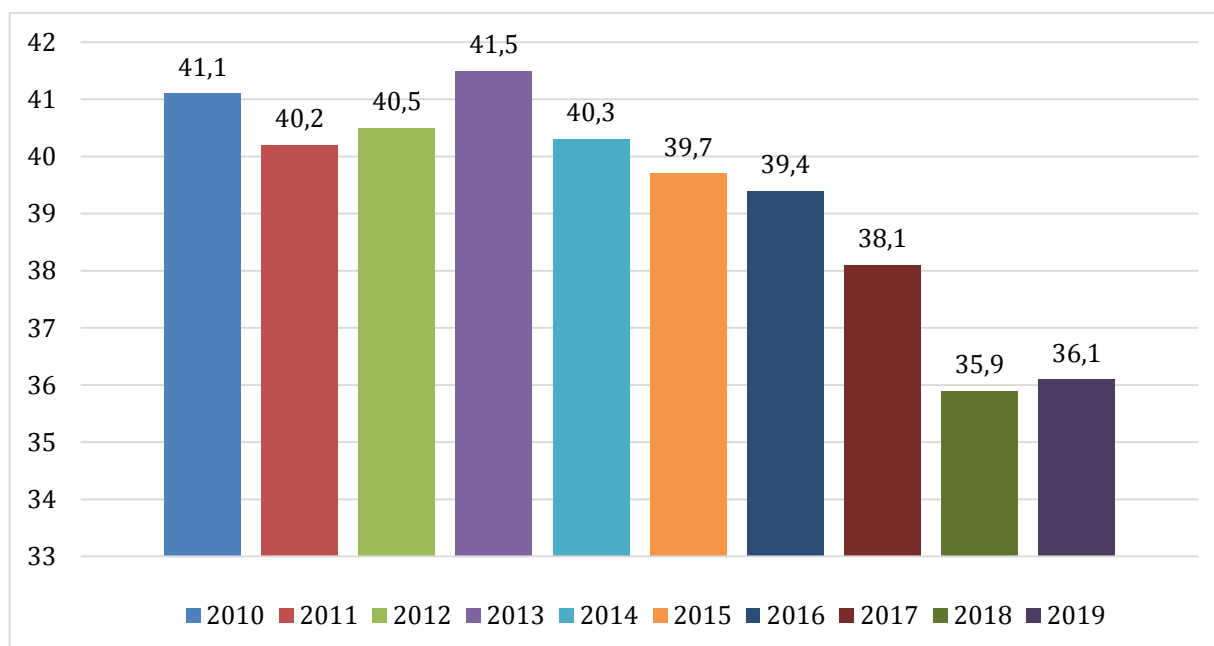
Аммо ушбу ўсишда ҳам таълим хизматларининг улуши жуда паст. Ҳозирги кунда барча хизматлар таркибида таълим хизматлари 3,7 фоизни ташкил этади, холос. Умуман олганда, 4-расмда маълумотларнинг келтирилиши бўйича ЯММ таркибидаги хизматлар улуши охириги йилда пасайиш тенденциясига эгаллигини кўришимиз мумкин. Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, 2019-йил якуни бўйича ушбу кўрсаткич 36,1 фоизни, бугунги кунда 36,3 фоизни ташкил этмоқда.

* Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида тузилган.



3-расм. Ялпи ички маҳсулотни ишлаб чиқаришнинг ўсиши*

Республикамизнинг Давлат статистика қўмитасининг маълумотларига кўра, охириги тўққиз йил ичида ушбу кўрсаткич турли хил ўзгариш тенденциясига эга бўлди (4-расмга қаранг).



4-расм. ЯИМ таркибидаги хизматлар улуши, %.

Илмий тадқиқотларимизда ушбу соҳада бўлаётган ўзгаришлар тенденцияларини аниқлашга ҳаракат қилдик. Таъкидлаш керакки, янги хизматлар турлари кенгайиши натижасида хизматлар миқдори ва сифатига бўлган талаблар ўсиб бормоқда. Масалан, уй-жойга кредит олиш, банк хизматларининг ўсиши, интернет ёки телефон хизматларига бўлган эҳтиёжнинг ошиши шулар жумласидандир.

* Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида тузилган.

Тадқиқотлар натижасида , қуйидаги бешта тенденция ва хизмат бозорининг ривожланиш қонуниятларини аниқладик. Улар таркибига қуйидагилар киради:

1. Хизматлар сифати ва маданиятига талабларнинг ошиб бориши. Бундай талабларни ресторан ва меҳмонхоналар бизнеси, туризм ва гўзаллик индустриясида кўрсатишимиз мумкин. Айниқса, интернет ва уяли алоқа тизимидаги талаблар хизмат кўрсатувчилар томонидан ўзгараётган шароитларда мослашишларини тақозо этади.

2. Харажатлар кўпайган сари хизмат кўрсатиш соҳасининг даромад келтириш даражаси кўпаймоқда. Хизматлар сифати ва маданиятига сарфлар ошиши кутилаётган маблағ ва инвестициялардан оқилона фойдаланишга мажбур қилмоқда. Рақобатга чидаш учун янги шароитга мослашиш йўллари излаш зарур бўлади.

3. Истеъмол ҳажми ошиб бораётган пайтда бирламчи истеъмолчилар миқдори камайиши кузатилади. Истеъмолчилар сервис ташкилотларига қайта мурожаат қилиши ,асосан, ўрта ёки юқори даромадга эга бўлган аҳоли қисмига тўғри келади.

4. Хизмат кўрсатиш корхоналарининг йириклашуви кузатилмоқда. Рақобат муҳити кучайган сари йирик ташкилотлар кичик бизнес ёки хусусий тадбиркорларга нисбатан фаолият кўрсатиши энгилроқ кечади, мақсадли истеъмолчи ва таъсир кўрсатиш доирасини тақсимлаб олиш имкониятига эга бўлади. Масалан, автомобилларга ёки маиший техникага хизмат кўрсатиш йирик ташкилотларда (“Узтеххизмат, “Артель” ва бошқалар) самаралироқ олиб борилиши кузатилмоқда.

5. Таклиф этилаётган хизмат ассортиментни кенгаймоқда.

Истеъмолчиларга замон талабига қараб янги хизмат турлари кўрсатилиши ошмоқда. Янги йўналишлар тариқасида маслаҳат бериш, таълим, суғурта, реклама ёки PR таклифлари, банк хизматлар турлари ва бошқаларни кўрсатиш мумкин. Ўзбекистонда электрон ҳукумат тизимида кўп ҳисоботларни топшириш, мурожаат этишни масофавий амалга оширишга катта аҳамият берилмоқда. Маркетингда электрон тижоратнинг ривожланиши ҳам шу тоифага киради.

Ҳозирги кунда хизматлар бозори ривожланишини аниқ ҳисоблаш қийин. Унинг сабаби, бир томондан давлат аралашувининг камайиши, тижорат соҳасидаги ўсишни рағбатлантиради. Масалан, таълим, медицина, уй-жой хизматларида тўловли хизматлар миқдори ошиши кузатилмоқда. Бундай ҳолат табиий равишда истеъмолчиларда норозилик уйғотмоқда.

Тижорат соҳасида бозор жараёнларидаги қонун-қоидалар жорий этилиши, талаб ва таклиф мувозанатини ушлаб туриш, рақобат муҳитига мослашиш муҳим ўрин эгаллайди. Рақобат асосида паст сифатли хизматлар аста-секин бозорни тарк этади, истеъмолчиларга кўрсатилаётган хизмат маданияти ошишига ва уларнинг ассортиментни кенгайишига олиб келади.

Истеъмолчиларга кўрсатилаётган хизматлар тўғрисида маълумот етказиб бериш, ахборот технологиялар ютуқларидан фойдаланиш сервис корхоналарда одатий тусга кириб боради. Айниқса, маҳаллийлаштириш дастури асосида ҳамда очилаётган эркин иқтисодий зоналарга берилаётган имтиёزلардан фойдаланган ҳолда маҳаллий ресурсларни тўлароқ жорий этиш, янги техника ва технологиялар билан жиҳозланишни амалга ошириш мумкин.

Ўзбекистоннинг инновацион ривожланишини таъминлаш борасида хизматлар сифати ва маданиятини белгилайдиган мезонлар ва кўрсаткичларни ишлаб чиқишни тақозо этади. Республика Президенти Шавкат Мирзиёев 2016-йилга якун ясаб, 2017-йилга устувор йўналишларни белгилаганда мамлакатимизда ишлаб чиқарилаётган товар ва хизматлар халқаро стандартларнинг (ISO) талабларига фақат 13 фоиз жавоб беришини таъкидлаб ўтган эди. Ушбу муаммони ҳал этишда хизмат кўрсатиш ташкилотлари ва тадбиркорларга сифат кўрсаткич-ларининг қонуний равишда ўрнатилиши мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Иқтисодий адабиётларда товар ва хизмат кўрсатиш хусусиятларини ифодалашда катта таҳлилий ишлар амалга оширилган. Р.Бест, Б.Гамаюнов, Е.Голубков, Ф.Котлер, К.Лавлок, С.Минетт ва бошқаларнинг асарларини мисол тариқасида келтиришимиз мумкин.

Кўпчилик товар ва хизмат ўртасида, асосан, 4 та фарқли бўлиш хусусиятларини кўрсатишади. Бундай кузатув Ф.Котлер ва К.Л.Келлернинг “Маркетинг-менежмент” дарслигида, Н.Нагапетьянцнинг “Маркетинг в отраслях и сферах деятельности” ўқув қўлланмасида хизматларнинг тўртта ажратиб тураётган хусусиятлари келтирилган: сезилмаслик, хизматларнинг ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнларининг бир маҳал амалга оширилиши, бир хил бўлмаслик (сифатий ҳолати тез ўзгарувчан) ва хизматларни сақлаб бўлмаслиги. Ушбу ёндашувдан келиб чиққан ҳолда Ф.Котлер ва К.Л.Келлер “Маркетинг менежмент” дарслигида хизматларнинг қуйидаги таснифларини таклиф қилишади (3-жадвал).

Россиялик С.Н. Диянова ва А.Э. Штезель ўзларининг тадқиқотларида хизматлар хусусиятларини кенгроқ таърифлашга ҳаракат қилишган:

- хизматлар уларни кўрсатиш ва истеъмол қилиш жараёнларининг яқдиллиги;
- объект ва натижага қараб хизматлар моддий ва номоддий турларига тақсимланади;
- кўп ҳолатда истеъмолчи хизмат кўрсатиш жараёнида объект ҳисобланиб, ушбу жараён иштирокчиси ҳисобланади;
- хизмат соҳасида қўл меҳнати улуши юқори бўлганлиги сабабли, унинг сифати устанинг маҳоратига боғлиқ бўлади;
- хизматни амалга оширувчи унга мулк эгаси бўла олмайди;
- хизматлар маҳаллий, транспорт хизматига муҳтож бўлмаган, ҳудудий характерга эга бўлиши мумкин;
- хизматларни сақлаб бўлмайди.

3-жадвал

Ф. Котлер таклиф қилган хизматлар таснифи*.

	САВОЛЛАР	ЖАВОБЛАР
А.	Кишилар ёки машиналар хизматлар манбаи бўладими?	Хизматлар орасида инсон манба ҳисобланган хизматлар ҳам мавжуд, бунда профессионаллар (молиявий хизматлар, бошқарув бўйича маслаҳат) ёхуд малакали мутахассислар ёки касбий малакага эга бўлмаган ишчи кучи талаб этилади. Машинада тақдим этилаётган хизматлар орасида юқори малакали мутахассислар томонидан

* Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга. – М., 2013.

		бошқарилувчи ускуналар (самолётлар, компьютерлар) ёхуд бирмунча паст малакали операторлар томонидан бошқарилувчи (транспорт) ёки автомат машиналарини (савдо автоматларини) талаб этувчи хизматлар ҳам мавжуд.
В.	Хизмат кўрсатиш жараёнида миқознинг иштироки шартми?	Агар миқознинг иштироки шарт бўлса, хизмат кўрсатувчи ушбу миқознинг талабларини (дўконлар, ресторанлар) ҳисобга олиши зарур
С.	Миқоз томонидан хизматни сотиб олиш сабаблари қандай?	Хизмат шахсий эҳтиёжларни (шахсий хизматлар) ёки бизнес эҳтиёжларини қондириш (бизнес хизматлари) учун мўлжалланганми? Одатда, хизмат кўрсатувчилар шахсий хизматлар ва бизнес хизматлари бозорлари учун турли маркетинг дастурларини ишлаб чиқадилар.
Д.	Хизмат кўрсатувчининг сабаблари қандай (савдо ёки нотижорат фаолияти) ва хизматлар қандай шаклда тақдим этилади (алоҳида хизматлар ёки давлат хизматлари)?	Бу икки хусусиятнинг мослиги мутлақо бошқа турдаги хизмат тизимлари натижаларига олиб келади. Хизматларнинг таснифини бошқа белги-лар бўйича ҳам амалга ошириш мумкин: а) капитал харажатлар бўйича; б) ижрочиларнинг малакавий даражаси; с) технологик жараёнлар мураккаблиги; д) миқозлар (жисмоний ва юридик шахслар)нинг ижтимоий мавқеи.

Хизматлар йиғиндисини етарлича мустақил ва ўзаро боғлиқ бўлган тасниф хусусиятларига кўра бир хил гуруҳлар, кичик гуруҳлар, турларга ажратиш мумкин. Бунинг учун турли таснифлаш усулларини қўллаш талаб этилади. Хизматларни таснифлаш принциплари қаторида Ф. Лавлок (4-жадвал) таснифи алоҳида қизиқиш уйғотади.

4-жадвал

К. Лавлок таклиф этган хизматлар таснифи*.

№	Хизматларнинг асосий тоифалари	Хизматлар соҳалари
1.	Шахсга йўналтирилган аниқ чора-тадбирлар	Соғлиқни сақлаш, йўловчи ташиш, гўзаллик салонлари ва сартарошхоналар, спорт иншоотлари, ресторан ва кафелар
2.	Товарлар ва бошқа жисмоний объектларга мўлжалланган аниқ ҳаракатлар	Юк ташиш, ускуналарни таъмирлаш ва сақлаш, тозалаш ва тартибни сақлаш, кир ювиш, кимёвий тозалаш, ветеринария хизматлари.
3.	Инсон онгига қаратилган номоддий ҳаракатлар	Таълим, радио ва телевидение, ахборот хизматлари, театрлар ва музейлар.
4.	Номоддий активлар билан номоддий ҳаракатлар	Банклар, юридик ва консалтинг хизматлари, суғурта, қимматли қоғозлар билан операциялар.
5.	Ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг узлуксизлиги	Хизматнинг ўзига хос хусусияти шундаки, у олдиндан амалга оширилмайди ва товар сифатида сақланиши мумкин эмас. Бу омил хизмат ҳаридорини мураккаб вазиятга қўяди, чунки рақобатдош таклифлар ўртасида таққослашнинг иложи бўлмайди.

* Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. – М., 2018.

6.	Манбалардан ажралмаслик	Хизмат ўз манбаи билан узвий боғлиқ эмас, аммо моддий шаклдаги товарлар унинг манбаи мавжудлиги ёки мавжуд эмаслигидан қатъий назар мавжуд бўлиши мумкин. Бу омил хизматлар истеъмолчиларининг чекланганлиги ва ушбу чекловларни бартараф этиш учун махсус механизм ёки чоралар зарурлигига олиб келади.
7.	Сифатнинг доимий эмаслиги	Хизматларнинг сифати етказиб берувчилар, шунингдек, хизмат кўрсатиш вақти ва жойига боғлиқ ҳолда кенг доирада тебраниши мумкин. Хизмат сифати бир хил шахс, ташкилот ёки фирма томонидан тақдим этилган тақдирда ҳам ўзгариши мумкин.
8.	Сақлаб бўлмаслик	Хизматни сақлаб бўлмайди, у “бир марталик” хусусиятига эга.

Юқоридаги тасниф номоддий ишлаб чиқариш соҳасидаги хизматларнинг асосий таснифи бўлиб, уни янги турдаги хизматлар билан тўлдириш ва кейинчалик ривожлантириш мумкин. Хизматларни, масалан, истеъмолчи билан алоқа даражаси, қонунчилик ва меъёрий ҳужжатлар билан тартибга солиш даражаси, меҳнат сифими, меҳнат бозори, истеъмол сегментлари бўйича таснифлаш, ишбилармонлик хизматлари ва шахсий хизматларга ажратиш мумкин.

Номоддий хизматларни фақатгина улар қабул қилинган, баҳолаш мумкин ва хизматларни тақдим этиш жараёнига таъсир қилувчи турли омиллар туфайли доимий хизмат даражасини сақлаб қолиш жуда мушкул.

Аввалдан ажратилган хизмат турларининг аксарияти бир компания доирасида бирлаша бошлайди. Корхона ёки ташкилотнинг барча турдаги хизматларини таклиф қилиш, рақобатбардошликни ошириши, уларни диверсификациялаш орқали юзага келиши эҳтимоли бўлган хавфларни камайтириш имконига эга бўлади.

Шундай қилиб, банк, сайёҳлик, ахборот ва воситачилик хизматлари ягона хизматлар комплексига бирлашиб, айти пайтда мутлақ янги хизмат турларини (интернет-тижорат, интернет-банкнинг, интернет-маркетинг, рекрутнинг, аутсорсинг) ташкил қилади. Туризм хизматлари доирасида транспортда жўнатиш, суғурта, ахборот ресурслари (ихтисослашган сайтлар) бирлашади. Шундай қилиб, бугунги кунда хизматлар соҳасидаги диверсификациялаш тенденцияси ҳақида фикр билдириш мумкин, бу эса ушбу соҳада халқаро рақобат кучайиб бораётган шароитда намоён бўлади.

Давлат хизматлари соҳасида стандартлаштиришни ривожлантириш ва такомиллаштириш;

- истеъмолчиларнинг мол-мулкига зарар етказилишининг олдини олиш, ҳаёт хавфсизлиги, истеъмолчилар саломатлиги ва атроф-муҳитни муҳофаза қилишни таъминлаш мақсадида хизматларни сертификатлаш;

- ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш самарадорлигини ошириш;

- аҳолига хизмат кўрсатиш ҳажмларини ҳисобга олиш ва прогнозлаштириш;

- аҳолининг хизматларга талабини ўрганиш;

- мулкчиликнинг турли ташкилий-ҳуқуқий шаклларидаги корхона ва ташкилотлар томонидан аҳолига хизмат кўрсатиш;

- аҳолига хизматлар таснифини халқаро таснифлар билан уйғунлаштириш;

• хизматлар турларини Ўзбекистон Республикасидаги янги ижтимоий-иқтисодий шароитларни ҳисобга олган ҳолда фаоллаштириш.

Мавжуд таснифларнинг аксарияти (ЖСТ, ХВФнинг таснифлаш схемалари, БМТнинг асосий маҳсулотлари, миллий ҳисоблар тизими, Жаҳон банки таснифи) хизматларнинг функционал хусусиятларига асосланади. Ушбу мезон бўйича тузилган ҳар бир таснифлаш чизмасида “бошқа хизматлар” сектори ажратилиб, уларга кўрсатиб ўтилган гуруҳларга киритилмаган хизматлар киради.

Аслида, халқаро бозорда янги хизмат турларининг пайдо бўлиши билан боғлиқ кейинги тўлдиришлар учун бундай таснифлаш схемаси доимо очиқ ва тўлиқсиз бўлиб қолмоқда. Халқаро хизматлар бозорининг тармоқ таркибини тўлиқ ва батафсил тақдим этиш учун ЖСТга хизмат кўрсатиш секторларининг таснифи, шунингдек, Жаҳон банкининг омилли ва нофаол хизматларини кўрсатиш мумкин. Асосий хизматларга (ЖСТ классификаторига мувофиқ) 12 та асосий бўлимга тақсимланган 160 турдаги хизмат киради (5-жадвал).

5-жадвал

ЖСТ ва Жаҳон банки услуги бўйича хизматлар таснифи*.

ЖАҲОН САВДО ТАШКИЛОТИ ХИЗМАТЛАР СОҲАЛАРИНИ ТАСНИФЛАШ	ЖАҲОН БАНКИ ТАСНИФИ
<ol style="list-style-type: none"> 1. Тижорат (ишбилармонлик) хизматлари (46 та гуруҳ). 2. Алоқа (коммуникация) хизматлари (25). 3. Қурилиш-муҳандислик хизматлари (5). 4. Дистрибьюторлик (тақсимот билан боғлиқ) хизматлари (5). 5. Таълим хизматлари (5). 6. Атроф-муҳитни муҳофаза қилиш хизмати (4). 7. Молиявий хизматлар (17). 8. Соғлиқни сақлаш ва ижтимоий хизмат кўрсатиш соҳасидаги хизматлар (4). 9. Туризм соҳасидаги хизматлар (4). 10. Хордиқ, маданий ва спорт тадбирларини ташкил қилиш бўйича хизматлар (5). 11. Транспорт хизматлари (33). 12. Бошқа хизматлар. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Факторнинг хизматлари (ногиронлик бўйича хизматлар) – мижоз ёки ишлаб чиқариш омиллари, албатта, чегарани кесиб ўтувчи (туристик, таълим) барча турдаги хизматлар. 2. Номинал бўлмаган хизматлар – (омилларга асосланган, ажратилган хизматлар) – ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасида масофавий узилишлар юзага келиш эҳтимолига эга хизматлар (аудиовизуал, ноширлик, ахборот хизматлари)

Шундай қилиб, жаҳон иқтисодиёти глобаллашуви шароитида халқаро хизматлар бозори динамик ривожланишга эришади ҳамда энг самарали омиллардан бирига айланиб, мамлакатларнинг иқтисодий ўсиши, жаҳон бозорларида уларнинг рақобатбардошлигини ошириш унга боғлиқ бўлади.

Бугунги кунда иқтисодиётнинг муҳим тармоқларидан бири сифатида хизматларнинг аҳамияти ишлаб чиқаришнинг мураккаблашуви, бозорни кунлик ва алоҳида талаб товарлари билан тўлдириш, инновация жараёнларининг жадал ўсиши (янги алоқа турларини жорий этиш, янги электрон ва тўлов технологиялари жорий этилиши, юқори технологик хизматлар, соғлиқни сақлаш соҳаси) билан боғлиқ. Бу эса инновацион хизматлар бозорини ривожлантиришни таъминлашга

* www.worldbank.org.

қаратилган стратегияни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш механизмларини аниқлаб олишни тақозо этади.

Бундан ташқари, хизматлар (айниқса, техник жиҳатдан мураккаб) товарлар савдосининг муҳим қисми, чунки товарлар савдоси, асосан, сотиш ва сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш давомида тақдим этиладиган хизматлардан иборат тобора ривожланган тармоқни талаб этади.

Умуман, тасниф объект, ҳодиса ва тушунчаларни синф, бўлим, тоифалар бўйича, уларнинг умумий хусусиятларига боғлиқ ҳолда тақсимлашдир.

Таснифлаш хусусиятларини идентификациялаш умумий объектлар тўпламининг сифатли, иқтисодий хусусиятларига асосланади. Хизмат кўрсатиш соҳасига (тармоқни ёндашувига) қуйидагиларни киритиш қабул қилинган:

- савдо (улгуржи ва чакана савдо);
- озиқ-овқат ва тураржой таъминоти хизматлари (меҳмонхоналар, ресторанлар ва бошқалар);
- транспорт;
- алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари;
- моддий-техник ресурсларни етказиб бериш, харид қилиш ва сақлаш хизматлари;
- бозор фаолиятини таъминлаш учун кредит, молия ва суғурта, кўчмас мулк билан боғлиқ битимлар ва бошқа хизматлар;
- таълим, маданият ва санъат;
- фан ва илмий хизматлар;
- соғлиқни сақлаш, шу жумладан, жисмоний тарбия ва спорт;
- уй хўжалигига хизмат кўрсатиш хизматлари (уй-жой хўжалигини сақлаш ва таъмирлаш бўйича хизматлар, ишлаб чиқариш-маиший ва коммунал хизматлар);
- шахсий хизматлар (маиший хизматлар, сартарошхоналар, фотостудия хизматлари, кимёвий тозалаш ва бошқалар);
- давлат бошқаруви хизматлари.

Хизматлар соҳасининг бундай тармоқ таснифи кўплаб мамлакатлар, шу жумладан, Ўзбекистонда ҳам амал қилади. Ўзбекистонда хизматлар кўрсатиш фаолияти саноат ва қишлоқ хўжалиги билан бир қаторда, Ўзбекистон Республикаси Давлат стандартида тасдиқланган Ўзбекистон Республикаси иқтисодий фаолият турлари бўйича маҳсулотлар (товарлар, ишлар, ҳужжатлар) статистик классификаторида (2015-йил 23-январдан бошлаб) ўз аксини топган. Ушбу стандартга мувофиқ, турли маҳсулотларни қайта ишлашга ёрдам хизматларидан ташқари, хизматлар Ўзбекистонда 17 та секторга бўлинади (6-жадвал).

Алоҳида таъкидлаш керакки, ушбу тармоқларнинг ҳар бирида турли ташкилий-ҳуқуқий мулк шаклидаги корхона ва ташкилотлар томонидан аҳолига кўрсатиладиган 10 дан 500 тагача турдаги хизмат турлари мавжуд.

Таснифга мувофиқ хизматлар бозорини таҳлил қилиш мақсадли сегмент хусусиятларини аниқлаш ва истеъмолчилар жойлашган жойларни таснифлаш ва қарор қабул қилиш имконини беради ва истеъмолчилар ҳаракатларининг мантиқий тузилиши, уларнинг хулқ-атворлар модели яратилишига сабаб бўлади.

Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш стандартларини таснифлаш*.

№	Хизматлар номи	Таснифлаш параметри
1.	Электр энергияси, газ буғ ва кондиционерланган ҳаво етказиб бериш хизматлари	(35.12-35.30)
2.	Сув таъминоти, канализация, чиқиндиларни йиғиш ва улардан фойдаланиш хизматлари	(36.0-39.0)
3.	Улгуржи ва чакана савдо хизматлари: автотранспорт воситалари ва мотоциклларни таъмирлаш хизматлари	(45.0-47.0)
4.	Ташиш ва сақлаш хизматлари	(49.0-53.0)
5.	Тураржой ва озиқ-овқат хизматлари	(55.0-56.0)
6.	Ахборот ва коммуникация хизматлари	(58.0-63.0)
7.	Молиявий хизматлар ва суғурта хизматлари	(64.0-66.0)
8.	Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар	(68.0);
9.	Касбий, илмий ва техник хизматлар	(69.0-75.0)
10.	Маъмурий ва ёрдамчи хизматлар	(77.0-82.0)
11.	Давлат бошқаруви ва мудофаа соҳасидаги хизматлар; мажбурий ижтимоий ҳимоя хизматлари	(84.0-85.0)
12.	Таълим хизматлари	(86)
13.	Соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлар ва ижтимоий хизматлар	(86.0-88.0)
14.	Санъат, ўйин-қулги ва дам олиш соҳасидаги хизматлар	(90.0-93.0)
15.	Иш берувчилар сифатида маиший хизматлар: уй хўжаликлари томонидан ўз истеъмоли учун ишлаб чиқариладиган турли товар ва хизматлар	(97.0-98.0)
16.	Ташқи ташкилот ва идоралар хизматлари	(99.0)
17.	Бошқа хизматлар	(94.0-96.0)

Яратилган намунани амалда синаб кўриш мақсадида, масалан, истеъмолчи қандай хизматни танлаганлиги, рекламага қандай муносабатда бўлиши, товар белгиларига муносабати қандайлиги ва унинг қониқиш даражасини аниқлаш бўйича тадқиқотлар ўтказиш мумкин. Модель (бозорда хизматларни танлаш усуллари, реклама самарадорлиги) амалий тасдиқдан ўтгач, ундан ташкилотларнинг самарали маркетинг стратегиясини шакллантириш ва амалга ошириш учун фойдаланилиши мумкин.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Imamov O.Sh., & Ikramov M.A. (2021). Corporate Insurance Development Trends In The Republic Of Uzbekistan. Euro-Asia Conferences, 1(1), 582–584. Retrieved from <http://papers.euroasiaconference.com/index.php/eac/article/view/185>.

2. Курпаяниди К., Абдуллаев А., & Мухсинова Ш. (2021). Analysis of the macroeconomic policy of the Republic of Uzbekistan. Общество и инновации, 2(6/S), 248–252.

3. Курпаяниди К., & Ашуров М. (2021). Проблемы формирования конкурентоспособной национальной инновационной системы Республики

* Муаллиф ишланмаси.

Узбекистан. Общество и инновации, 2(4/S), 213–223. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp213-223>.

4. Байдинов Ж. (2021). Развитие маркетинга и его природа, особенности. Общество и инновации, 2(4/S), 345–353. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp345-353>.

5. Kurpayanidi K. (2021). National innovation system as a key factor in the sustainable development of the economy of Uzbekistan. Published online: 20 May 2021. Doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125805026>.

6. Nabieva N. (2021). The Use of Digital Technology in Marketing. Бюллетень науки и практики, 7(6), 375–381.

7. Мамуров Д. (2021). Инновационная система предприятия как основа модернизации современной промышленной корпорации. Общество и инновации, 2(4/S), 322–328. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp322-328>

8. Margianti E.S., Ikramov M.A., Abdullaev A.M., Kurpayanidi K.I., & Misdiyono M. (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Publisher, Indonesia.

9. Akramovich I.M., & Muratovna N.N. (2019). Importance of Peculiarities of Services in Management of Enterprises. Asian Journal of Technology & Management Research [ISSN: 2249-0892], 9(1).

10. Икромов М.А., & Алимов Г.А. (2019). Формирование спроса как фактор инновационного развития Узбекистана. In Экономический рост России: проблемы и стратегические перспективы (PP. 38–44).

11. Kurpayanidi K. (2021). Актуальные вопросы цифровизации в индустриальном секторе экономики Узбекистана. Общество и инновации, 2(4/S), 201–212. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp201-212>.

12. Kurpayanidi K.I. (2020). To the problem of doing business in the conditions of the digital economy. ISJ Theoretical & Applied Science, 09 (89), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.09.89.1>

13. Covid-19 pandemic in central Asia: policy and environmental implications and responses for SMES support in Uzbekistan Konstantin Kurpayanidi and Alisher Abdullaev Published online: 20 May 2021 Doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125805027>.

14. Nabieva N.M. (2021). Digital marketing: current trends in development. Theoretical & Applied Science, (2), 333-340. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.02.94.65>.

15. Президент Шавкат Мирзиёев раислигида хизмат кўрсатиш ва ички туризм соҳаларини ривожлантириш масалалари бўйича видеоселектор йиғилиши ўтказилди // “Халқ сўзи”, 2020 йил 16 июнь. – <https://xs.uz/>.

16. Ivanovich K.K. (2020). About some questions of classification of institutional conditions determining the structure of doing business in Uzbekistan. South Asian Journal of Marketing & Management Research, 10(5), 17-28. Doi: <https://doi.org/10.5958/2249-877X.2020.00029.6>.

17. Курпаяниди К.И. (2021). Создание малых предприятий: саморазвитие или интеграционное развитие, какой путь выбирают страны мира. Проблемы современной экономики, 3.

18. Margianti E.S., Ikramov M.A., Abdullaev A.M., (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team

cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Pulisher, Indonesia. Doi: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>.

19. Ashurov M.S., Kurpayanidi, K. (2020). Entrepreneurship and directions of its development in the context of the COVID-19 pandemic: theory and practice. Globe Edit Academic Publishing. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4046090>.

20. Ivanovich K.K. (2020). About some questions of classification of institutional conditions determining the structure of doing business in Uzbekistan. South Asian Journal of Marketing & Management Research, 10(5), 17-28. Doi: <https://doi.org/10.5958/2249-877X.2020.00029.6>.

21. Kurpayanidi K.I. (2017). "Doing Business 2017: Equal Opportunities for All" as a Driver of Entrepreneurial Environment Regulation. Economic Analysis: Theory and Practice, 16(3 (462)).

22. Kurpayanidi K.I. (2018). Questions of classification of institutional conditions, determining the structure of business management in Uzbekistan. ISJ Theoretical & Applied Science, 9(65), 1.

23. Kurpayanidi K.I. (2018). World bank DB2018 rating and its place in the development of the roadmap for entrepreneurship development in Uzbekistan. In International scientific review of the problems of economics and management (pp. 21-28).

24. Kurpayanidi K.I. (2019). Theoretical basis of management of innovative activity of industrial corporation. ISJ Theoretical & Applied Science, 01 (69), 7-14. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.01.69.3>.

25. Kurpayanidi K.I. (2020). Actual problems of implementation of investment industrial entrepreneurial potential. ISJ Theoretical & Applied Science, 01 (81), 301-307. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.01.81.54>.

26. Kurpayanidi K.I. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. Экономика и бизнес: теория и практика, (2-1).

27. Kurpayanidi K.I. (2020). On the problem of macroeconomic analysis and forecasting of the economy. ISJ Theoretical & Applied Science, 03 (83), 1-6. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.03.83.1>.

28. Kurpayanidi K.I. (2020). To issues of development of entrepreneurship in the regions: theory and practice of Uzbekistan (on the materials of Andizhan region). ISJ Theoretical & Applied Science, 06 (86), 1-10. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.06.86.1>.

29. Kurpayanidi, K. I. (2020). To the problem of doing business in the conditions of the digital economy. ISJ Theoretical & Applied Science, 09 (89), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.09.89.1>.

30. Kurpayanidi K.I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. Theoretical & Applied Science, (1), 1-7. <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1>

31. Kurpayanidi, K. I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. ISJ Theoretical & Applied Science, 01 (93), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1>.

32. Мухсинова Ш.О. и др. Анализ уровень жизни населения Республики Узбекистан // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №9-1. Doi: <https://dx.doi.org/10.24412/2411-0450-2021-9-1-154-159> URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-uroven-zhizni-naseleniya-respubliki-uzbekistan> (дата обращения: 29.10.2021).

33. Kurpayanidi K.I. (2021). The evolution of scientific and theoretical ideas about entrepreneurship. Logistics and economics. Scientific electronic journal.3. 178-185 pp.
34. Kurpayanidi K.I. (2021). The institutional environment of small business: opportunities and limitations. ISJ Theoretical & Applied Science, 09 (101), 1-9.
35. Kurpayanidi K.I., & Ashurov M.S. (2020). COVID-19 pandemic sharoitida tadbirkorlik va uni rivozhlantirish masalalari: nazaria va amaliyot. Monograph. GlobeEdit Academic Publishing. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4046090>.
36. Kurpayanidi K.I., & Ashurov M.S. (2020). Entrepreneurship and directions of Its development in the context of the COVID-19 pandemic: theory and practice.
37. Kurpayanidi K.I., & Mukhsinova S.O. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. ISJ Theoretical & Applied Science, 01 (93), 14-22. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.3>.
38. Kurpayanidi K.I., Mamatova Z.M., Tolibov I.S., & Nishonov F.M. (2019). To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise structure. Достижения науки и образования, 22. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/to-the-question-of-science-approach-to-the-construction-of-outsourcing-business-model-of-modern-enterprise-structure>
39. Kurpayanidi K., & Abdullaev A. (2021). Covid-19 pandemic in central Asia: policy and environmental implications and responses for SMES support in Uzbekistan. In E3S Web of Conferences (Vol. 258, p. 05027). EDP Sciences.
40. Kurpayanidi K.I. (2018). The typology of factors of increasing the innovative activity of enterprise entrepreneurs in the industry. ISJ Theoretical & Applied Science, 10 (66), 1-11. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2018.10.66.1>.
41. Kurpayanidi K.I. (2020). Some issues of macroeconomic analysis and forecasting of the economy of Uzbekistan. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. 2, mart-aprel. p.100-108.
42. Kurpayanidi K.I., (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. Journal of Economy and Business. 2-1. P.164-166. Doi: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111>.
43. Mamatova Z.M., Nishonov F.M. end ets. (2019). To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise structure. Dostijeniya nauki I obrazovaniya. 7 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/to-the-question-of-science-approach-to-the-construction-of-outsourcing-business-model-of-modern-enterprise-structure>.
44. Margianti E.S., Ikramov M.A., Abdullaev A.M., & Kurpayanidi K.I. (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Pulisher, Indonesia. Doi: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>.
45. Mukhsinova S.O. end ets. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. ISJ Theoretical & Applied Science, 01 (93), 14-22.
46. Tkach D.V. and ets. (2020). Some questions about the impact of the COVID-19 pandemic on the development of business entities. ISJ Theoretical & Applied Science, 11 (91), 1-4. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.11.91.1>.
47. Tsoy, D., Tirasawasdichai, T., & ets. (2021). Role of Social Media in Shaping Public Risk Perception during COVID-19 Pandemic: A Theoretical Review. International Journal of Management Science and Business Administration, 7(2), 35-41.

48. Абдуллаев А.М. Экономическая теория: Учебное пособие для проведения практических занятий. Для неэкономических направлений бакалавриата высших образовательных учреждений / А.М. Абдуллаев, К.И. Курпаяниди, И.Н. Родионова. – Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2019. – 145 с. – ISBN 9785907205512.

49. Ашуров М.С. и др. (2019). «Doing business 2019: Training for Reform» тадбиркорлик муҳити самарадорлигини баҳолаш воситаси сифатида. Экономика и финансы (Узбекистан). 9.

50. Ашуров М.С. и др. (2020). COVID-19 пандемия шароитида тадбиркорлик ва ривожлантириш масалалари: назария ва амалиёт – Предпринимательство и направления его развития в условиях пандемии COVID-19: теория и практика. GlobeEdit, С. 212. Doi: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4025593>.

51. Курпаяниди К.И. Современные концепции и модели развития предпринимательства // Бюллетень науки и практики. 2021. Т. 7. №9. С. 425-444. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/40>.

52. Курпаяниди К.И. (2018). К вопросам оценки эффективности предпринимательства в рейтинге Forbes «Лучшие страны для бизнеса» (на материалах Республики Узбекистан). Бюллетень науки и практики. Т. 4. №3. – С. 193–202. Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.1198710>.

53. Курпаяниди К.И. (2021). Современные концепции и модели развития предпринимательства. Бюллетень науки и практики, 7(9).

54. Курпаяниди К.И. Актуальные вопросы инновационной стратегии развития территорий Узбекистана / К.И. Курпаяниди, А.М. Абдуллаев // Финансово-правовые и инновационные аспекты инвестирования экономики региона: Сборник материалов международной научно-практической конференции, Москва-Фергана, 27 мая 2020 года. – Москва-Фергана: Общество с ограниченной ответственностью “Русайнс”, 2020. – С. 166–171.

55. Курпаяниди К.И. Вопросы ведения бизнеса в условиях цифровизации экономики / К.И. Курпаяниди // Управление инновационными и инвестиционными процессами и изменениями в условиях цифровой экономики: Сборник научных трудов по итогам III международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 27–28 октября 2020 года / Под редакцией Г.А. Краюхина, Г.Л. Багиева. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 126–133.

56. Курпаяниди К.И. Вопросы оценки предпринимательской среды для успешного ведения бизнеса / К.И. Курпаяниди, Э.А. Муминова // Фундаментальные основы инновационного развития науки и образования: монография. – Пенза: “Наука и Просвещение” (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 28–41.

57. Kurpayanidi K. (2021). Modern Concepts and Models of Entrepreneurship Development. Bulletin of Science and Practice, 7(9), 425-444. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/40>.

58. Курпаяниди К., & Ашуров М. (2021). Проблемы формирования конкурентоспособной национальной инновационной системы Республики Узбекистан. Общество и инновации, 2(4/S), 213–223. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp213-223>.

59. Курпаяниди К.И. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. Экономика и бизнес: теория и практика – Journal of Economy and Business. 2-1. С. 164–166. Doi: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111>

60. Курпаяниди К.И. (2021). Современные концепции и модели развития предпринимательства. Бюллетень науки и практики. 7(9).

61. Толибов И.Ш. (2019). К вопросу оценки состояния и эффективности инфраструктуры предпринимательства в регионах Узбекистана. Экономика и бизнес: теория и практика, (1).

62. Muminova E.A. (2021). Directions for improving the organizational and economic mechanism of corporate governance in the textile industry. Экономика и предпринимательство, (2), 779-784.

63. Muminova E.A., Abdullaev A.M., Nabieva N.M., Kurpayanidi K.I., & Honkeldieva G.S. (2020). Economic and Social Policies During Covid-19 Period: Relief Plan of Uzbekistan. International Journal of Advanced Science and Technology, 29(06), 5910.