

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari

2-son (6-jild)

2026

SCIENCEPROBLEMS.UZ

**IJTIMOIIY-GUMANITAR FANLARNING
DOLZARB MUAMMOLARI**

№ 2 (6) – 2025

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

TOSHKENT-2026

BOSH MUHARRIR:

Isanova Feruza Tulqinovna

TAHRIR HAY'ATI:

07.00.00- TARIX FANLARI:

Yuldashev Anvar Ergashevich – tarix fanlari doktori, siyosiy fanlar nomzodi, professor;

Mavlanov Uktam Maxmasabirovich – tarix fanlari doktori, professor;

Xazratkulov Abror – tarix fanlari doktori, dotsent;

Tursunov Ravshan Normuratovich – tarix fanlari doktori;

Xolikulov Axmadjon Boymahmatovich – tarix fanlari doktori;

Gabrielyan Sofya Ivanovna – tarix fanlari doktori, dotsent;

Saidov Sarvar Atabullo o'g'li – katta ilmiy xodim, Imom Termiziy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazi, ilmiy tadqiqotlar bo'limi.

08.00.00- IQTISODIYOT FANLARI:

Karlibayeva Raya Xojabayevna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Nasirxodjayeva Dilafruz Sabitxanovna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Ostonokulov Azamat Abdukarimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Arabov Nurali Uralovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Xudoyqulov Sadirdin Karimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

Azizov Sherzod O'ktamovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

Xojayev Azizxon Saidaloxonovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Xolov Aktam Xatamovich – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent;

Shadiyeva Dildora Xamidovna – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent v.b.;

Shakarov Qulmat Ashirovich – iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.;

Jabborova Charos Aminovna - iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).

09.00.00- FALSAFA FANLARI:

Hakimov Nazar Hakimovich – falsafa fanlari doktori, professor;

Yaxshilikov Jo'raboy – falsafa fanlari doktori, professor;

G'aybullayev Otabek Muhammadiyevich – falsafa fanlari doktori, professor;

Saidova Kamola Uskanbayevna – falsafa fanlari doktori;

Hoshimxonov Mo'min – falsafa fanlari doktori, dotsent;

O'roqova Oysuluv Jamoliddinovna – falsafa fanlari doktori, dotsent;

Nosirxodjayeva Gulnora Abdukaxxarovna – falsafa fanlari nomzodi, dotsent;

Turdiyev Bexruz Sobirovich – falsafa fanlari doktori (DSc), Professor.

10.00.00- FILOLOGIYA FANLARI:

Axmedov Oybek Saporbayevich – filologiya fanlari doktori, professor;

Ko'chimov Shuxrat Norqizilovich – filologiya fanlari doktori, dotsent;

Hasanov Shavkat Ahadovich – filologiya fanlari doktori, professor;

Baxronova Dilrabo Keldiyorovna – filologiya fanlari doktori, professor;

Mirsanov G'aybullo Qulmurodovich – filologiya fanlari doktori, professor;

Salaxutdinova Musharraf Isamutdinovna – filologiya fanlari nomzodi, dotsent;

Kuchkarov Raxman Urmanovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent v/b;

Yunusov Mansur Abdullayevich – filologiya fanlari nomzodi;

Saidov Ulugbek Aripovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent;

Qodirova Muqaddas Tog'ayevna - filologiya fanlari nomzodi, dotsent.

12.00.00- YURIDIK FANLAR:

Axmedshayeva Mavlyuda Axatovna – yuridik fanlar doktori, professor;

Muxitdinova Firyuza Abdurashidovna – yuridik fanlar doktori, professor;

Esanova Zamira Normurotovna – yuridik fanlar doktori, professor, O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatgan yurist;

Hamroqulov Bahodir Mamasharifovich – yuridik fanlar doktori, professor v.b.,;

Zulfiqorov Sherzod Xurramovich – yuridik fanlar doktori, professor;

Xayitov Xushvaqt Saparbayevich – yuridik fanlar doktori, professor;

Asadov Shavkat G'aybullayevich – yuridik fanlar doktori, dotsent;

Ergashev Ikrom Abdurasulovich – yuridik fanlari doktori, professor;

Utemuratov Maxmut Ajimuratovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Saydullayev Shaxzod Alixanovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Hakimov Komil Baxtiyarovich – yuridik fanlar doktori, dotsent;

Yusupov Sardorbek Baxodirovich – yuridik fanlar doktori, professor;

Amirov Zafar Aktamovich – yuridik fanlar doktori (PhD);

Jo'rayev Sherzod Yuldashevich – yuridik fanlar nomzodi, dotsent;

Babadjanov Atabek Davronbekovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Normatov Bekzod Akrom o'g'li — yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori;

Rahmatov Elyor Jumaboyevich — yuridik fanlar nomzodi;

13.00.00- PEDAGOGIKA FANLARI:

Xashimova Dildarxon Urinboyevna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Ibragimova Gulnora Xavazmatovna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Zakirova Feruza Maxmudovna – pedagogika fanlari doktori;

Kayumova Nasiba Ashurovna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Taylanova Shoxida Zayniyevna – pedagogika fanlari

doktori, dotsent;

Jumaniyozova Muhayyo Tojiyevna – pedagogika fanlari doktori, dotsent;

Ibraximov Sanjar Urunbayevich – pedagogika fanlari doktori;

Javliyeva Shaxnoza Baxodirovna – pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD);

Bobomurotova Latofat Elmurodovna — pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).

19.00.00- PSIXOLOGIYA FANLARI:

Karimova Vasila Mamanosirovna – psixologiya fanlari doktori, professor, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti;

Hayitov Oybek Eshboyevich – Jismoniy tarbiya va sport bo'yicha mutaxassislarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish instituti, psixologiya fanlari doktori, professor

Umarova Navbahor Shokirovna– psixologiya fanlari doktori, dotsent, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti, Amaliy psixologiyasi kafedrasini mudiri;

Atabayeva Nargis Batirovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent;

Shamshetova Anjim Karamaddinovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent;

Qodirov Obid Safarovich – psixologiya fanlari doktori (PhD).

22.00.00- SOTSIOLOGIYA FANLARI:

Latipova Nodira Muxtarjanovna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri;

Seitov Azamat Po'latovich – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti;

Sodiqova Shohida Marxaboyevna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi.

23.00.00- SIYOSIY FANLAR

Nazarov Nasriddin Ataqulovich –siyosiy fanlar doktori, falsafa fanlari doktori, professor, Toshkent arxitektura qurilish instituti;

Bo'tayev Usmonjon Xayrullayevich –siyosiy fanlar doktori, dotsent, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri.

OAK Ro'yxati

Mazkur jurnal Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2022-yil 30-noyabrdagi 327/5-son qarori bilan tarix, iqtisodiyot, falsafa, filologiya, yuridik va pedagogika fanlari bo'yicha ilmiy darajalar yuzasidan dissertatsiyalar asosiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan.

“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari” elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro'yxatiga olingan.

Muassis: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” mas'uliyati cheklangan jamiyati

Tahririyat manzili:

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog'och ko'chasi, 70/10-uy. Elektron manzil:

scienceproblems.uz@gmail.com

Bog'lanish uchun telefon:

(99) 602-09-84 (telegram).

MUNDARIJA

07.00.00 – TARIX FANLARI

<i>Kurbanov Eldar Ermamatovich, Qormishov Mirjalol Jumamurod o'g'li</i> O'ZBEKISTONDA MILLATLARARO TOTUVLIKNI TA'MINLASHDA MILLIY MADANIY MARKAZLARining INSTITUTSIONAL ROLI VA VAZIFASI (Sirdaryo viloyati markazlari misolida)	11-15
<i>Djurayev Ikrom Nematovich</i> SOPOLLI-KO'ZALI ARXEOLGIK QATLAMLARIDA SHIMOLIY DASHT QABILALARINING IZLARI	16-19
<i>Акбарова Камила Шухрат кизи</i> МЕЖДУ СЕКУЛЯРИЗАЦИЙ И МОДЕРНИЗАЦИЕЙ: СОВЕТСКАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ РЕЛИГИИ В УЗБЕКИСТАНЕ	20-26
<i>Olimov Islombek Ulug'bek o'g'li</i> SUV TA'MINOTI TIZIMINI RAQAMLASHTIRISH: MUAMMOLAR VA YECHIMLAR.....	27-31
<i>Sitorabonu Bobojonova</i> BUXORODA DASTLABKI MUZEYNING TASHKIL TOPISHI.....	32-36
<i>O'ralov Orzubek</i> GEOGRAFIK KASHFIYOTLARGA QADAR POLINEZIYA XALQLARINING RIVOJLANISHI VA DAVLATCHILIK INSTITUTLARINING SHAKLLANISHI TARIXI.....	37-45
<i>Qahhorov Shohjaxon Shodiyor o'g'li</i> ZAHIRIDDIN MUHAMMAD BOBUR MEROSINING TARIXIY VA MA'NAVIY TAHLILI.....	46-50

08.00.00 – IQTISODIYOT FANLARI

<i>Madartov Bahrom</i> TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA O'ZARO MUNOSABATLARNI HISOBGA OLISH ASOSIDA STRATEGIK REJALASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH	51-55
<i>Xudayberdiyev Otabek Absalomovich</i> XALQARO SAVDO MUNOSABATLARIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA TA'MINOT ZANJIRI VA LOGISTIKA KONTROLLINGINING ROLI	56-64
<i>Ismailova Shaxnoza Uktamovna</i> O'ZBEKISTONDA INFLYATSION BOSIM OMILLARI VA ULARNING ISTE'MOL NARXLARI INDEKSIDA NAMOYON BO'LISHI.....	65-75
<i>Usmonov Maxsud Tulqin o'g'li</i> XIZMAT KO'RSATUVCHI SUBYEKTLARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI BELGILOVCHI OMILLAR TIZIMINI ANIQLASH VA XIZMAT SIFATI QIYMAT TAKLIFI MIJOZ TAJRIBASI BREND KAPITALI HAMDA TEZKORLIK INDIKATORLARI ASOSIDA BAHOLASH	76-87

09.00.00 – FALSAFA FANLARI

<i>Alimatova Nargis Abduxalilovna</i> INSON ONGINING TABIATINI O'RGANISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI	88-93
--	-------

<i>Utegenova Jamila Djolmurzayevna</i> O'ZBEKISTONDA BIOETIKANING SHAKLLANISHI VA FALSAFIY ASOSLARI	94-97
<i>Mamatqulov Rashid Pazilbekovich</i> JAMIYAT YUKSALISHIDA IJTIMOY NAZORATNING ROLI.....	98-102
<i>Shadimetov Mahmudjon Negmatjanovich</i> RUHIY KAMOLOT TUSHUNCHASINING FALSAFIY MAZMUNI VA TARIXIY ILDIZLARI .	103-108
<i>Ochilov Jamshid Abdurashidovich</i> KOSMOGEN, TEXNOGEN, ANTROPOGEN SIVILIZATSIYALAR MOHIYATINING ONTOLOGIK TALQINI	109-117
<i>Beshimov Xamidjon Sayidovich</i> KASABA UYUSHMALARI TIZIMIDA INSON QADRINI YUKSALTIRISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	118-126
<i>Nosirxodjayeva Gulnora Abdukaxxarovna</i> ABU RAYHON BERUNIY ASARLARIDA FANLARNING INSON HAYOTIDAGI O'RNI MASALALARI	127-130
10.00.00 – FILOLOGIYA FANLARI	
<i>Axmedov Oybek Saporbayevich</i> INGLIZ TILIDAGI SOLIQ-BOJXONA TERMINOLOGIK BIRLIKLARINI O'ZBEK TILIGA TARJIMA QILISHNING STILISTIK MUAMMOLARI.....	131-139
<i>Babadjanova Nazokat</i> OGAHIYNING SO'Z VA NUTQ MASALALARIGA OID QARASHLARINING MA'RIFIY MANBALARI	140-148
<i>Xo'jamqulov Anvar Jozilovich, Tog'ayeva Shoxnoza Elmurod qizi</i> ADABIYOTIDA "ABSURD" TUSHUNCHASI	149-153
<i>Abdullayeva Rahima Raimqul qizi</i> MEDIA YORDAMIDA IMIDJNING SHAKLLANISHI VA IJTIMOY FIKR	154-161
<i>Fozilov Arabjon Nozimjon o'g'li</i> CHET TILLARINI O'RGANISHDA SO'Z YODLASHNING AHAMIYATI	162-165
<i>Sarvinov Abdiraxmonova Davron qizi, Eshtuhtarova Bibigul Bektoshevna</i> THE SIGNIFICANCE OF STUDYING GENDER REPRESENTATION IN IDIOMS AND PHRASEOLOGICAL UNITS.....	166-171
<i>Raxmonova Dildora Mirzakarimovna</i> TAVALLO IJODIDA POETIK OBRAZ YANGILANISHINING IJTIMOY-TARIXIY VA ADABIY- ESTETIK OMILLARI.....	172-185
<i>Кодирова Зарина Баходировна</i> ХУДОЖЕСТВЕННОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ДЕТСКОЙ ПРОЗЫ ДЭВИДА УОЛЛЬЯМСА: «DEMON DENTIST», «THE FING», «GANGSTA GRANNY».....	186-191
<i>Ismatilloev Jobir</i> "FIRDAVS UL-IQBOL"DAGI QASIDALARDA HUKMDORLAR MADHI	192-197
<i>Bozorova Nasiba</i> O'LMAS UMARBEOVNING "YOZ YOMG'IRI" QISSASIDA JINOYATNI O'RGANISHDA RETROSPEKSIYA USULI	198-203

<i>Ганиева Зухра Муратбаевна</i> ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «СМЕРТЬ» В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: КОГНИТИВНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	204-212
--	---------

12.00.00 – YURIDIK FANLAR

<i>Hamroqulov Bahodir Mamasharifovich, Ro'ziboyev Asilbek</i> SUN'IY INTELLEKT QARORLARIDA ADOLATSIZLIK MUAMMOSI VA UNI BARTARAF ETISH YO'LLARI.....	213-218
<i>Bazarova Dildora Baxodirovna</i> ODIL SUDLOVNI TA'MINLASHDA "RAQAMLI SUD"	219-226
<i>Babaev Djaxhonqir Ismailbekovich</i> КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОГОВОРА ПИТЬЕВОГО ВОДОСНАБЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН: ПУТИ МОДЕРНИЗАЦИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА	227-229
<i>Azходжаева Роза Алтыновна</i> РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.....	230-235
<i>Абдужампоров Шахбоз Музаффар ўғли</i> ЭЛЕКТРОННЫЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА В ДЕЛАХ О КИБЕРПРЕСТУПЛЕНИЯХ: ПРОБЛЕМЫ СБОРА, ФИКСАЦИИ И ПРАВОВОЙ ОЦЕНКИ	236-246
<i>Alijanov Ilhomjon Erkinjon o'g'li</i> PROKURATURA ORGANLARIGA QABUL QILISHDA NOMZODLARGA QO'YILGAN TALABLAR, XIZMATGA QABUL QILISH VA YOSH MUTAXASSISLAR BILAN ISHLASHGA DOIR FAOLIYATNI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI	247-253
<i>Sarsenbaeva Aynura Tenelbay qizi, Tanirbergenov Sultanbek Bazarbaevich</i> FUQAROLARNING KONSTITUTSIYAVIY HUQUQ VA ERKINLIKLARIGA QARSHI JINOYATLAR HUQUQIY MOHIYATI.....	254-258
<i>Qudratillayev Jaxongir Zokirjon o'g'li</i> INTERNETDAN FOYDALANISH HUQUQINING TARKIBIY QISMI	259-265
<i>Usmonaliyev Muslimbek Qurvonaliyevich</i> SPORTCHILARNI VAQTINCHALIK IJARAGA Olish SHARTNOMASINING SPORT HUQUQIDAGI O'RNI	266-272
<i>Mamadaliyev Boburjon Bahodirjon o'g'li</i> MAHALLIY BUDJETNI TARTIBGA SOLISHDA MAHALLIY DAVLAT HOKIMIYATI IJRO ORGANLARINING VAZIFALARINING O'ZIGA XOS JIHATLARI.....	273-278
<i>Umarova Xolisxon Nomoz qizi</i> KORPORATSIYA DIREKTORLARINING FUNKSIONAL VAZIFALARINI AMALGA OSHIRISH BILAN BOG'LIQ JAVOBGARLIGI CHEGARASI	279-286
<i>Yaqubova Guli Qosimboy qizi</i> VOYAGA YETMAGANLAR BILAN BOG'LIQ ISHLARNI FUQAROLIK SUDLARIDA KO'RISHDA PROKURORNING ISHTIROKI TUSHUNCHASI VA UNING BUGUNGI KUNDAGI AHAMIYATI	287-294
<i>Ibrohimov Azimjon</i> XO'JALIK JAMIYATLARI BOSHQARUV ORGANLARI TIZIMIDA IJRO ORGANI: ROSSIYA FEDERATSIYASI MISOLIDA	295-301

<i>Choriyeva Xupshidabonu Xuppam qizi</i> O'ZBEKISTON RESPUBLIKASINING "VASIYLIK VA HOMIYLIK TO'G'RISIDA"GI QONUNINI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH MUAMMOLARI.....	302-310
<i>Saidazimov Yusuf Sodiq o'g'li</i> MA'MURIY AKT. MA'MURIY AKTNING MAZMUN-MOHİYATI. GERMANIYA TAJRIBASI.....	311-316
<i>Tursunov Ilxomjon Salimovich</i> MUQADDAM SUDLANGAN SHAXSLAR TOMONIDAN SODIR ETILISHI MUMKIN BULGAN JINOIY HARAKATLARNI OLDINI OLIŞ VA MAXSUS PROFILAKTIKANI TAKOMILLASHTIRISH	317-321
<i>Xojanazarov Otabek Saydazimovich</i> OZODLIK DAN MAHRUM QILISH BILAN BOG'LIQ BO'LMAGAN JAZOLAR IJROSI USTIDAN PROKUROR NAZORATI: MILLIY VA XALQARO TAJRIBA.....	322-329
<i>Raxmedov Xurshid Ashrapxodjayevich</i> JINOYAT ISHINI QO'ZG'ATISH INSTITUTINING HUQUQIY TABIATI VA PROTSESSUAL AHAMIYATI	330-339
<i>Mansurova Xulkar Nabiyevna</i> FUQAROLIK PROTSESSINING TEZKORLIGINI TA'MINLASHDA SIRTDAN HAL QILUV QARORI CHIQRISHNING AHAMIYATI	340-349
<i>Begimova Nasiba Xudayberdievna</i> FARZANDLIKKA OLIŞ INSTITUTINING TADRIJIIY RIVOJLANISHI	350-358
<i>Yo'ldoshbekov Anvar</i> NAQDSIZ HISOB-KITOB LAR VA RAQAMLI NAZORAT TIZIMLARINING HUQUQIY AHAMIYATI	359-367
13.00.00 – PEDAGOGIKA FANLARI	
<i>Jumaniyozova Muhayyo Tojiyevna</i> EVRISTIK TA'LIM NAZARIYASIDA TA'LIM OLUVCHINING MUSTAQIL FIKRLASH KO'NIKMALARINI RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARI	368-372
<i>Shukurov Mirjalol Norpulatovich</i> YAKKAKURASHCHILARNI TEXNIK USULLARIGA O'RGATISHDA KLAS TER USLUBIDAN FOYDALAN HOLDA TAKOMILLASHTIRISH	373-377
<i>Tilyabayev Kamil Zaitjonovich</i> O'ZBEK TILINING O'RGANILISHI VA DEKOLONIZATSIYASIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR: (DE)KOLONIAL HIS-TUYG'ULAR, MILLAT VA O'Z-O'ZINI ANGLASH	378-383
<i>Xudoyberdiyev G'iyosiddin Baxtiyor o'g'li</i> SHARQ MUTAFAKKIRLARNING FALSAFIY QARASHLARI ASOSIDA BO'LAJAK O'QITUVCHILARDA VALEOLOGIK KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING MUHIM PEDAGOGIK OMILI SIFATIDA.....	384-388
<i>Xo'jamqulov Rasulbek Qurbon o'g'li</i> KOMPYUTER GRAFIKASI TEXNOLOGIYALARINI LOYIHA ASOSIDA O'QITISHGA INTEGRATSIYALASHNING PEDAGOGIK SAMARADORLIGI	389-393
<i>Badalov Ulug'bek Xikmatovich</i> GEOGRAFIYA FANI DARSLARIDA ONLAYN GIS TIZIMLARIDAN FOYDALANISH.....	394-398

<i>Anvarjonova Nodirakhon Nasimbek qizi</i> IS EXPLICIT GRAMMAR INSTRUCTION STILL PEDAGOGICALLY JUSTIFIED? A CRITICAL RECONSIDERATION OF ITS ROLE IN CONTEMPORARY ENGLISH LANGUAGE EDUCATION.....	399-406
<i>Imomov Fozil Shakarbek o'g'li</i> TEMPERAMENT NAZARIYASI VA INDIVIDUAL PSIXOLOGIK XUSUSIYATLAR ASOSIDA GRAFIK FAOLIYATNI TASHKIL ETISH: PEDAGOGIKA, PSIXOLOGIYA VA SAN'AT TERAPIYASI KONTEKSTIDA.....	407-412
<i>Курбанбаев Джавод Аминбаевич</i> КОГНИТИВНЫЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВЫ ЛЕКСИЧЕСКИХ ГЛОССАРИЕВ В ЯЗЫКОВОМ ОБРАЗОВАНИИ	413-417
<i>Eshnazarova Farida Jo'raqulovna</i> JAMOADA LIDERLIK VA UNING SIFATLARI (SPORT JAMOALARI MISOLIDA).....	418-421
<i>Yuldasheva Muhayyo Alimbaevna</i> AVTOMOBILLARDA TASHISH VA HARAKAT XAVFSIZLIGINI TASHKIL ETISH FANINI O'QITISHDA ZAMONAVIY TA'LIM VOSITALARINING O'RNI.....	422-429
<i>Umarov Komil, Sobirov Orif, Sultanov Rustam, Egamberdiyev Abdullo</i> YUQORI MALAKALI GANDBOLCHILAR MASHG'ULOTLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	430-435
<i>Doniyorova Gulnoza Anvar qizi, Kurbanova Gulnoz Negmatovna</i> INTERAKTIV VOSITALAR VA AXBOROT RESURSLARIDAN FOYDALANISH ORQALI KASBIY KOMPETENSIYALARNI RIVOJLANTIRISH METODIKASI.....	436-441
<i>Nafasov Arslon Komilovich</i> PEDAGOGIK TA'LIM KLASTERI YO'NALISHIDA TARIX O'QITISH METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH SAMARADORLIGI.....	442-447
<i>Pulatova Muxabbat Egamberdiyevna, Qalandarova Sevinch Aqiljon qizi</i> BO'LAJAK BOSHLANG'ICH SINIF O'QITUVCHILARINING KOMMUNIKATIV SALOHIYATINI SHAKLLANTIRISHDA INTERFAOL METODLARDAN FOYDALANISH	448-453

Received: 15 January 2026
Accepted: 2 February 2026
Published: 14 February 2026

Article / Original Paper

DETERMINING THE SYSTEM OF FACTORS DETERMINING THE COMPETITIVENESS OF SERVICE PROVIDERS AND ASSESSING THEM ON THE BASIS OF SERVICE QUALITY, VALUE PROPOSITION, CUSTOMER EXPERIENCE, BRAND CAPITAL AND SPEED INDICATORS

Usmonov Maksud Tulqin oğlu

Scientific supervisor: Qodirov Farrukh Ergash oğlu

Shakhrisabz State Pedagogical Institute

Head of the Department of Mathematics and Information Technology in Education, DSc,
Associate Professor

Abstract. This paper identifies a structured system of factors that shape the competitiveness of service providers and proposes an assessment methodology based on five integrated indicator blocks: service quality, value proposition, customer experience, brand equity, and speed/responsiveness. The theoretical foundation draws on service-dominant logic, the service-profit chain, resource-based theory, and brand equity frameworks. An operational measurement model is developed using survey scales (Likert), operational metrics (waiting time, response speed, fulfillment lead time), and market-outcome proxies (repurchase intention, recommendation likelihood). The “Results” section provides tables and conceptual figures: a macro-meso-micro factor matrix, an indicator catalogue, an index computation workflow, and illustrative PLS-SEM/SEM outputs. The paper concludes with actionable guidance for prioritizing key competitiveness drivers and establishing a transparent, replicable monitoring system.

Keywords: competitiveness; service quality; value proposition; customer experience; brand equity; responsiveness; composite index; PLS-SEM; service management.

XIZMAT KO'RSATUVCHI SUBYEKTLARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI BELGILOVCHI OMILLAR TIZIMINI ANIQLASH VA XIZMAT SIFATI QIYMAT TAKLIFI MIJOZ TAJRIBASI BREND KAPITALI HAMDA TEZKORLIK INDIKATORLARI ASOSIDA BAHOLASH

Usmonov Maxsud Tulqin o'g'li

E-mail: maqsudu32@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9997-6617>

Ilmiy rahbar: Qodirov Farrux Ergash o'g'li

Shahrisabz davlat pedagogika instituti

Matematika va ta'limda axborot texnologiyasi

kafedrasi mudiri i.f.d DSc, dotsent

Farruxbek0209@mail.ru;

<http://orcid.org/0000-0002-4574-7728>

Annotatsiya. Ushbu maqolada xizmat ko'rsatuvchi subyektlar (servis korxonalari) raqobatbardoshligini belgilovchi omillar tizimi konseptual va empirik yondashuvlar asosida aniqlanadi hamda raqobatbardoshlik xizmat sifati, qiymat taklifi, mijoz tajribasi, brend kapitali va tezkorlik (responsiveness/speed) indikatorlari integratsiyasi orqali baholash metodologiyasi taklif etiladi. Tadqiqot nazariy asos sifatida xizmat-dominant mantiq, xizmat foyda zanjiri (service-profit chain), resurslarga asoslangan yondashuv va brend kapitali

konsepsiyalariga tayanadi. Amaliy qismda o'lchashning operatsion modeli ishlab chiqilib, indikatorlar bo'yicha so'rovnoma (Likert shkalasi), operatsion ma'lumotlar (kutish vaqti, yetkazib berish vaqti, javob berish tezligi), shuningdek bozor natijalariga yaqin proksi ko'rsatkichlar (qayta xarid niyati, tavsiya ehtimoli) bir tizimga birlashtiriladi. Natijalar bo'limida omillar tizimi (makro-mezo-mikro), indikatorlar matritsasi, indeks hisoblash algoritmi, hamda PLS-SEM (yoki SEM) yondashuviga mos namunaviy natijalar jadvallar va rasmlar orqali taqdim etiladi. Yakunda xizmat korxonalari uchun raqobatbardoshlikni oshirishda qaysi "haydovchi omillar" (drivers) ustuvorligi va ularni o'lchashning shaffof, takrorlanadigan (replicable) protokoli bo'yicha amaliy tavsiyalar beriladi.

Kalit so'zlar: raqobatbardoshlik; xizmat sifati; qiymat taklifi; mijoz tajribasi; brend kapitali; tezkorlik; SERVQUAL/SERVPERF; NPS; indeks; PLS-SEM.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V6I2Y2026N11>

Kirish. Xizmat ko'rsatish iqtisodiyoti sharoitida raqobat "narx"dan ko'ra ko'proq tajriba, ishonch, vaqt va brend atrofida kechadi. Mijoz uchun xizmatning qiymati ko'pincha mahsulotnikiga o'xshab "ko'rinadigan" bo'lmaydi: u jarayon davomida (kutish, muloqot, xatolarni tuzatish, qo'llab-quvvatlash) shakllanadi. Shu bois xizmat ko'rsatuvchi subyektlarning raqobatbardoshligini aniqlashda bir vaqtning o'zida bir nechta "qatlam"ni ko'rish talab etiladi: xizmat sifati qanday, mijoz qanday tajriba oladi, brendga ishonch qay darajada, kompaniya qanday qiymat taklifini beradi va eng muhimi — xizmat tezkor hamda barqaror bajarilyaptimi.

Nazariy adabiyotlarda xizmatlar bozorida ustunlik ko'pincha resurslar va kompetensiyalar (xodimlar, jarayonlar, texnologiya, brend) orqali tushuntiriladi [Barney, 1991, 99–103]. Xizmatning iqtisodiy natijaga aylanish mexanizmi esa "service-profit chain" orqali izohlanadi: ichki xizmat sifati → xodim qoniqishi → xizmat qiymati → mijoz qoniqishi/loyalligi → daromad va o'sish [Heskett va boshq., 1994, 165–170]. Biroq amaliy boshqaruvda muammo shundaki, kompaniyalar raqobatbardoshlikni ko'pincha faqat moliyaviy ko'rsatkichlar bilan baholaydi; holbuki moliyaviy natija kechikkan indikator bo'lib, uning ortida xizmat sifati, qiymat va tajriba kabi "oldindan signal beruvchi" ko'rsatkichlar turadi.

Ushbu maqolaning maqsadi — xizmat ko'rsatuvchi subyektlar raqobatbardoshligini belgilovchi omillar tizimini (faktorlar kartasi) ishlab chiqish va uni 5 ta indikator bloki asosida baholash metodologiyasini taklif etish:

1. Xizmat sifati (service quality),
2. Qiymat taklifi (value proposition / perceived value),
3. Mijoz tajribasi (customer experience),
4. Brend kapitali (brand equity),
5. Tezkorlik (speed / responsiveness).

Maqolada nazariy yondashuvlar integratsiyasi beriladi, keyin operatsion model (o'lchash va hisoblash protokoli) taklif qilinadi va "Natijalar" bo'limida jadvallar hamda konseptual rasmlar orqali amaliy qo'llash ko'rsatiladi.

Adabiyotlar tahlili va metodlar.

1. Raqobatbardoshlik tushunchasini xizmatlar kontekstida aniqlash

Klassik raqobat strategiyasi adabiyotida ustunlik ko'pincha xarajat yetakchiligi yoki differentsiatsiya orqali tushuntiriladi [Porter, 1985, 11–18]. Xizmatlar bozorida differentsiatsiya ko'proq tajriba va ishonchga tayanadi: xizmat "ishlab chiqarish" va "iste'mol" bir vaqtning o'zida yuz beradi, natija esa ko'pincha subyektiv baholanadi. Service-dominant logic xizmatni qiymat yaratishning markaziga qo'yadi: qiymat kompaniya tomonidan "yetkazib berilmaydi", balki mijoz bilan birgalikda (co-creation) shakllanadi [Vargo va Lusch, 2004, 2–6]. Demak,

raqobatbardoshlikni o'lchashda faqat ichki jarayonlar emas, mijozning idroki ham kiritilishi zarur.

Resurslarga asoslangan yondashuv (RBV) xizmatlar uchun ayniqsa muhim: noyob kompetensiyalar (xodimlar madaniyati, xizmat dizayni, IT platforma, brend) raqobat ustunligini beradi [Barney, 1991, 105–110]. Brend kapitali esa ushbu resurslarning bozorga “tarjima”si sifatida qaraladi: brend tan olinishi, assotsiatsiyalar, idrok qilingan sifat va sodiqlik kompaniyaga narx premiumi, past marketing xarajati va yuqori qayta xarid olib kelishi mumkin [Aaker, 1991, 15–21].

2. Xizmat sifati: SERVQUAL/SERVPERF va zamonaviy talqin

Xizmat sifati o'lchovida keng tarqalgan yondashuv SERVQUAL bo'lib, u mijoz kutishi va idroki orasidagi farqni (gap) baholaydi [Parasuraman, Zeithaml va Berry, 1988, 18–24]. Amaliyotda esa ba'zan faqat idrok qilingan ishlash (performance)ni baholash (SERVPERF) qulayroq bo'lishi mumkin; tanlov tadqiqot maqsadi va ma'lumot yig'ish imkoniyatiga bog'liq [Parasuraman va boshq., 1988, 25–27]. Xizmat sifatining tipik o'lchamlari: ishonchlilik, javob tezligi, kafolat (assurance), empatiya, moddiy dalillar (tangibles).

Muhim nuqta: xizmat sifati “ichki” (standartlarga mos bajarish) va “tashqi” (mijoz idroki) komponentlardan iborat. Shuning uchun bu maqolada xizmat sifati bloki ikki manbadan shakllantiriladi:

- so'rovnoma (mijoz idroki),
- operatsion metrikalar (xatolar soni, qayta ishlash ulushi, shikoyat yechish vaqti).

3. Qiymat taklifi: “narx” emas, “qiymat/foyda–sarflar” nisbatidir

Perceived value konsepsiyasi bo'yicha mijoz xizmatdan olayotgan foydani (quality, emotional benefit, convenience) va sarflarni (pul, vaqt, xavf, stress) solishtirib qiymat chiqaradi [Zeithaml, 1988, 14–18]. Demak, raqobatbardoshlikni oshirish faqat xizmat sifatini oshirish emas, balki:

- qiymatni oshirish (foydani ko'paytirish),
- sarflarni kamaytirish (vaqt, murakkablik, noaniqlikni pasaytirish) orqali ham amalga oshadi.

Qiymat taklifini o'lchashda xizmat paketining “utilitar” (tezlik, qulaylik, natija) va “emosional” (e'tibor, xavfsizlik, status) komponentlari ajratilishi tavsiya etiladi.

4. Mijoz tajribasi: jarayonning “end-to-end” o'lchovi

Mijoz tajribasi (CX) — mijozning kompaniya bilan barcha “touchpoint”larda (qidirish, sotib olish, foydalanish, qo'llab-quvvatlash) olgan umumiy taassuroti. Tajriba iqtisodiyoti adabiyotida kompaniyalar qiymatni tajriba dizayni orqali yaratishi ta'kidlanadi [Pine va Gilmore, 1998, 98–104]. CX o'lchovida amaliy indikatorlar: jarayon soddaligi, aniq kommunikatsiya, muammo hal bo'lishi, hissiy qoniqish, “effort” (mijoz sarflagan kuch) va boshqalar.

Tavsiya ehtimoli (NPS) CX ning tezkor proksisi sifatida ishlatiladi, biroq uni yagona ko'rsatkich sifatida mutlaq qilib bo'lmaydi; u ko'proq “signal” vazifasini bajaradi [Reichheld, 2003, 48–52]. Shu sabab CX bloki ko'p-item shkala bilan baholanadi va NPS faqat qo'shimcha indikator sifatida kiritiladi.

5. Brend kapitali: raqobatbardoshlikning nomoddiy aktivlari

Brend kapitali konsepsiyasida brendning qiymati (brand equity) mijoz ongidagi assotsiatsiyalar va sodiqlik orqali shakllanadi [Aaker, 1991, 20–26]. Keller brend kapitalini

“consumer-based brand equity” sifatida ta’riflaydi: brendga nisbatan bilim va assotsiatsiyalar marketing reaksiyasini o’zgartiradi [Keller, 1993, 3–7]. Xizmatlar bozorida brend kapitali ayniqsa muhim, chunki mijoz xizmatni oldindan to’liq sinab ko’ra olmaydi; brend “xavfni kamaytiruvchi signal” vazifasini bajaradi.

Brend kapitalini o’lchashda:

- brend xabardorligi,
- idrok qilingan sifat,
- assotsiatsiyalar (ishonch, innovatsionlik, halollik),
- sodiqlik (loyalty) indikatorlari qo’llanadi.

6. Tezkorlik: xizmat raqobatida “vaqt” faktori

Tezkorlik (responsiveness/speed) xizmat jarayonining muhim farqlovchi omili bo’lib, “vaqt bo’yicha raqobat” konsepsiyasi tezroq bajarish, tezroq javob berish va tezroq yetkazish ustunlik berishini ko’rsatadi [Stalk va Hout, 1990, 29–35]. Xizmatda tezkorlik faqat “tez” bo’lish emas, balki:

- barqaror tezlik (variatsiya past),
- muammoga tez javob,
- navbat/kutishni boshqarish,
- “first-contact resolution” (birinchi urinishda yechim) kabi ko’rsatkichlarni ham anglatadi.

7. Tadqiqot metodlari: o’lchash modeli + integratsiyalashgan baholash

Ushbu maqolada ikki muqobil metodologiya taklif qilinadi:

(A) Kompozit indeks (Composite Competitiveness Index, CCI): 5 blok indikatorlari normalizatsiya qilinadi (0–100), so’ng vaznlar (equal, ekspert, yoki PLS og’irliklari) orqali umumiy indeks hisoblanadi [OECD, 2008, 36–41].

(B) Struktural tenglamalar modeli (SEM yoki PLS-SEM): Latent konstruktlar (Sifat, Qiymat, Tajriba, Brend, Tezkorlik) o’lchanadi, keyin ular raqobatbardoshlik proksilari (loyallik, qayta xarid, ulush, daromad)ga ta’siri baholanadi. PLS-SEM kichik tanlanmalar va prediktiv maqsadlar uchun amaliy jihatdan qulay [Hair va boshq., 2019, 7–12].

Ushbu maqoladagi “Natijalar” bo’limida metodologiyani ko’rsatish uchun namunaviy (illustrativ) hisob-kitoblar beriladi. Real tadqiqotda jadvallar siz yig’gan haqiqiy ma’lumot bilan qayta hisoblanadi.

Muhokama.

1. Omillar tizimini aniqlash: makro–mezo–mikro logika

Xizmat subyekti raqobatbardoshligi ko’p darajali tizimdir:

- Makro omillar: institutlar, tartibga solish, infratuzilma, daromad darajasi, raqamlashtirish muhiti.
- Mezo omillar: tarmoq raqobati, klasterlar, ta’minot zanjiri, hamkorlar ekotizimi.
- Mikro omillar: ichki resurslar (xodim, IT, jarayon), xizmat dizayni, brend va CX.

Amaliy baholashda ko’pincha faqat mikro omillar o’lchanadi (so’rovnoma, jarayon metrikalari). Biroq makro va mezo omillar nazorat qilinmasa, subyektlar taqqoslanishi adolatsiz bo’lishi mumkin. Shu sababli indeks (yoki SEM)da makro/mezo omillar nazorat o’zgaruvchilari sifatida kiritilishi tavsiya etiladi [Porter, 1985, 52–55].

2. “Xizmat sifati” va “mijoz tajribasi”ni ajratish zarurati

Ko’p amaliyotlarda CX va xizmat sifati aralashib ketadi. Metodik farq:

- xizmat sifati — ko‘proq “xizmat atributlari” (ishonchlilik, javob tezligi, xatolar),
- CX — “end-to-end hissiy va kognitiv taassurot” (jarayon soddaligi, ishonch, e‘tibor, effort).

CX sifatsiz xizmatda ham vaqtincha “marketing” bilan yuqori ko‘rinishi mumkin, ammo uzoq muddatda loyallik pasayadi. Shuning uchun modellashda CX va sifat alohida latent konstruktlar bo‘lib, ularning qiymat taklifi va loyallikka ta‘siri tekshiriladi [Heskett va boshq., 1994, 171–175].

3. Brend kapitali: “signal” va “xavfni kamaytiruvchi” mexanizm

Xizmatlarda brend kapitali ayniqsa kuchli, chunki mijoz xizmatdan oldin natijani bilmaydi. Brend:

- sifat haqida signal beradi,
- xavfni kamaytiradi,
- narxga sezgirlikni pasaytiradi,
- ijobiy tajribani “mustahkamlaydi” [Keller, 1993, 8–12].

Modelda brend kapitali bevosita raqobatbardoshlikka, shuningdek, CX va qiymat idrokiga vositachi (mediator) sifatida ham ta‘sir qilishi mumkin.

4. Tezkorlik: “tezlik–barqarorlik–aniqlik” uchligi

Tezkorlikni faqat o‘rtacha vaqt bilan o‘lchash yetarli emas. Xizmatda variatsiya (tarqalish) ham muhim:

- o‘rtacha 10 daqiqa, lekin ba‘zan 40 daqiqagacha cho‘zilsa, CX yomonlashadi;
- tez, ammo ko‘p xato bo‘lsa, qayta ishlash va shikoyat ortadi. Shu bois tezkorlik bloki 3 ko‘rsatkich guruhidan tuziladi: (i) vaqt (mean), (ii) barqarorlik (std/percentile), (iii) birinchi urinishda yechim (FCR).

5. Integratsiyalashgan baholashning afzalligi

Alohida indikatorlar (masalan, faqat NPS) “yaxshi ko‘rinishi” mumkin, lekin xizmat sifati yoki tezkorlik yomon bo‘lsa, uzoq muddatda raqobatbardoshlik yemiriladi. Integratsiya (5 blok) kompaniyaga:

- muammoning ildizini topish,
- resurslarni ustuvor yo‘nalishga yo‘naltirish,
- monitoringni tizimlashtirish imkonini beradi [OECD, 2008, 41–45].

Natijalar. Quyida 5 indikator blokiga asoslangan raqobatbardoshlik baholash modeli, hisoblash algoritmi va namunaviy natijalar taqdim etiladi.

Jadval 1.

Raqobatbardoshlik omillari tizimi (makro–mezo–mikro)

Daraja	Omilar guruhi	Namuna omillar	O‘lchash manbasi	Izoh
Makro	Institut va muhit	tartibga solish, infratuzilma, raqamli qamrov	rasmiy statistika/proksi	nazorat o‘zgaruvchilari
Mezo	Tarmoq struktura	raqobat intensivligi, hamkorlar sifati	tarmoq tahlili	subyektlar taqqoslanishi
Mikro	Xizmat sifati	ishonchlilik, empatiya, tangibles	survey operatsion +	SERVQUAL/SERVPERF [Parasuraman va boshq., 1988, 18–24]

Mikro	Qiymat taklifi	“foйда-sarflar” balansi	survey	perceived value [Zeithaml, 1988, 14–18]
Mikro	Mijoz tajribasi	effort, jarayon soddaligi, hissiy qoniqish	survey + NPS	tajriba dizayni [Pine va Gilmore, 1998, 100–104]
Mikro	Brend kapitali	xabardorlik, assotsiatsiya, sodiqlik	survey + bozor proksi	[Aaker, 1991, 20–26]
Mikro	Tezkorlik	kutish vaqti, javob tezligi, FCR	operatsion KPI	vaqt bo'yicha raqobat [Stalk va Hout, 1990, 29–35]

Jadval 2.

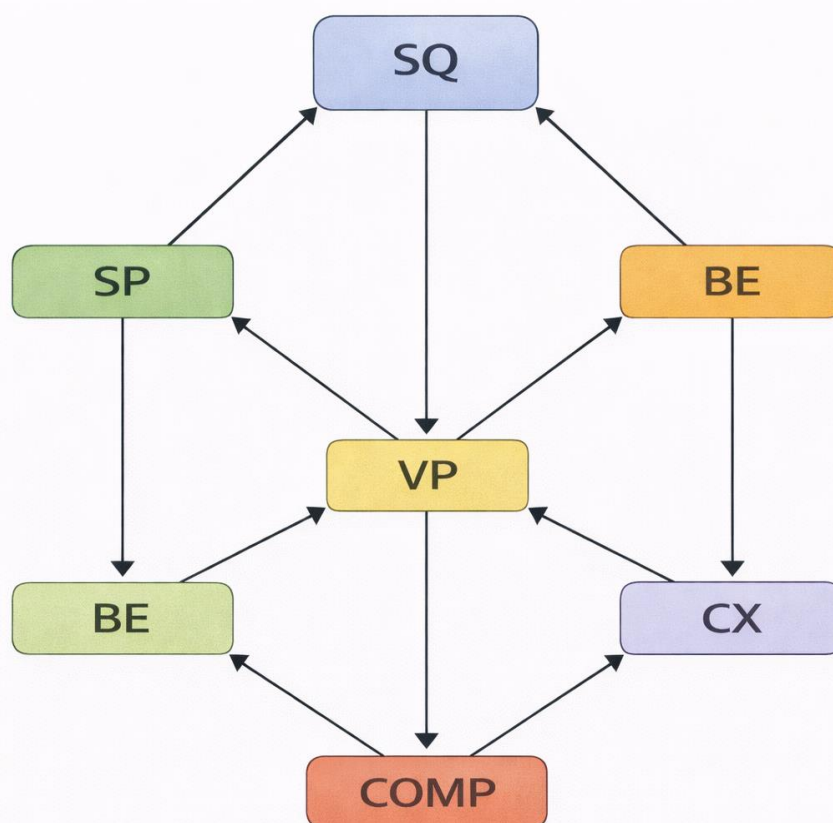
5 indikator blokining operatsionlashtirilishi (indikator katalogi)

Blok	Sub-indikatorlar (namuna)	Shkala/Formula	Normalizatsiya (0–100)
Xizmat sifati (SQ)	ishonchlilik, javob tezligi, empatiya, kafolat, tangibles	Likert 1–5; shikoyat yechish vaqti	min-max yoki $z \rightarrow 0-100$
Qiymat taklifi (VP)	narx adolatligi, “value for money”, qulaylik, xavf	Likert 1–5	0–100
Mijoz tajribasi (CX)	jarayon soddaligi, effort, muloqot, muammo hal bo'lishi	Likert 1–5 + NPS	0–100
Brend kapitali (BE)	xabardorlik, ishonch, assotsiatsiya, sodiqlik	Likert 1–5	0–100
Tezkorlik (SP)	kutish vaqti (p50/p90), javob SLA, FCR	KPI (daqiqalar, %)	“teskari” (kam vaqt = yuqori ball)

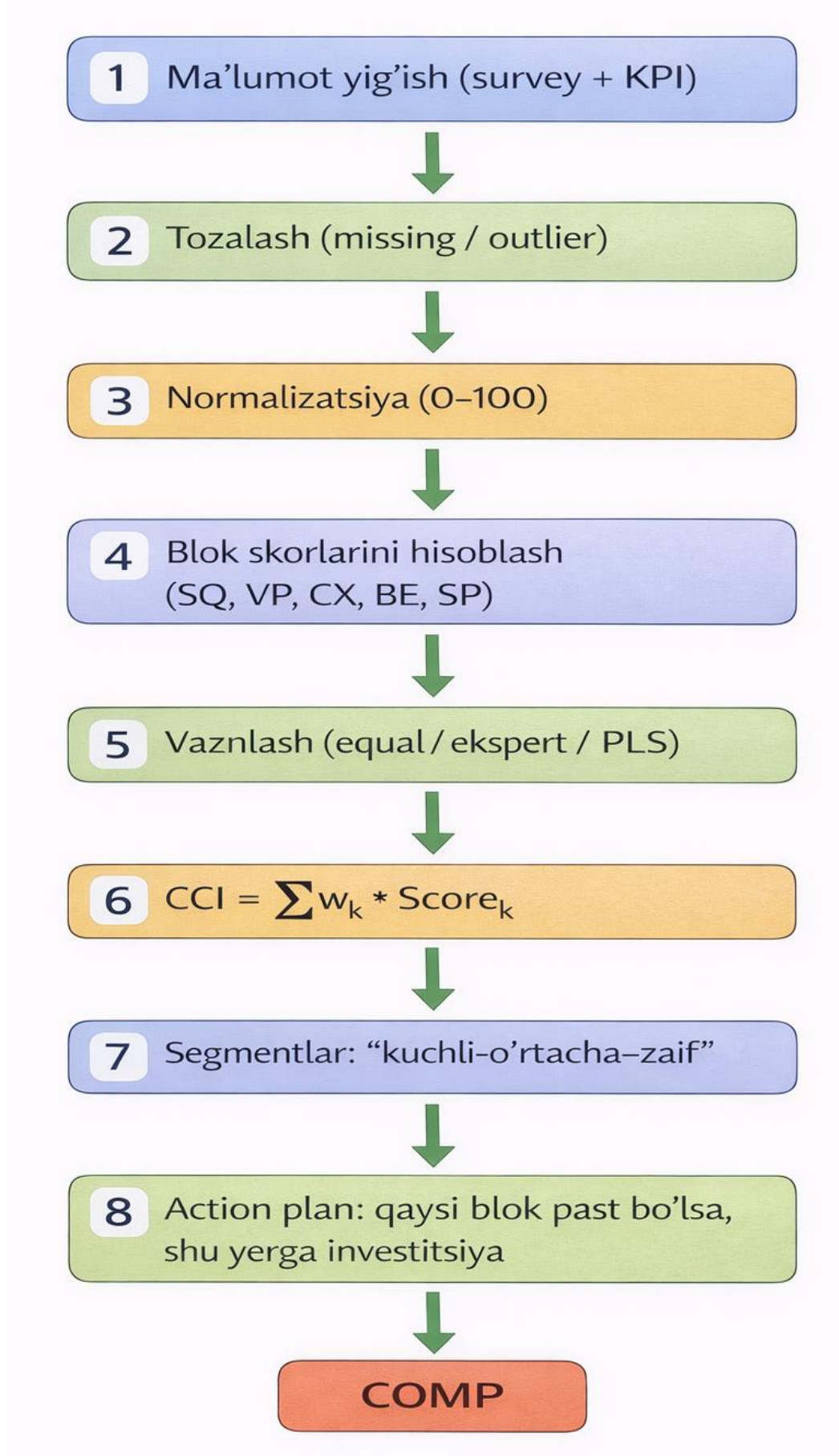
Jadval 3.

So'rovnoma itemlari (qisqa) va o'lchash modeli

Konstrukt	Item (namuna bayonot)	Manba konsepti
SQ	“Xizmat va'da qilinganidek bajarildi”; “Xodimlar ishonch uyg'otadi”	SERVQUAL [Parasuraman va boshq., 1988, 21–23]
VP	“To'lagan pulimga yarasha foyda oldim”; “Sarflagan vaqtim arziydi”	Perceived value [Zeithaml, 1988, 16–18]
CX	“Jarayon tushunarli va oson”; “Muammo tez hal bo'ldi”	Tajriba [Pine va Gilmore, 1998, 102–104]
BE	“Brendga ishonaman”; “Boshqalarga tavsiya qilaman”	Brand equity [Keller, 1993, 8–10]
Raqobat natijasi (COMP)	“Qayta xarid niyatim yuqori”; “Tavsiya ehtimolim yuqori (0–10)”	Loyallik/NPS [Reichheld, 2003, 48–52]

Rasm 1. Konseptual model (SEM/PLS-SEM uchun)

Bu mantiq xizmat sifati va tezkorlik CXni shakllantirishini, brend kapitali esa qiymat idrokini kuchaytirishini, VP va CX orqali raqobat natijalari (loyallik, qayta xarid, tavsiya) oshishini ko'rsatadi [Heskett va boshq., 1994, 165–172].

Rasm 2. Indeks asosida baholash oqimi (Composite Competitiveness Index, CCI)

Kompozit indikatorlar qurishda metodologik shaffoflik va sezgirlik tahlili tavsiya etiladi [OECD, 2008, 55–60].

Jadval 4. Kompozit indeks (CCI) hisoblash formulasi (taklif)

CCI quyidagicha hisoblanadi:

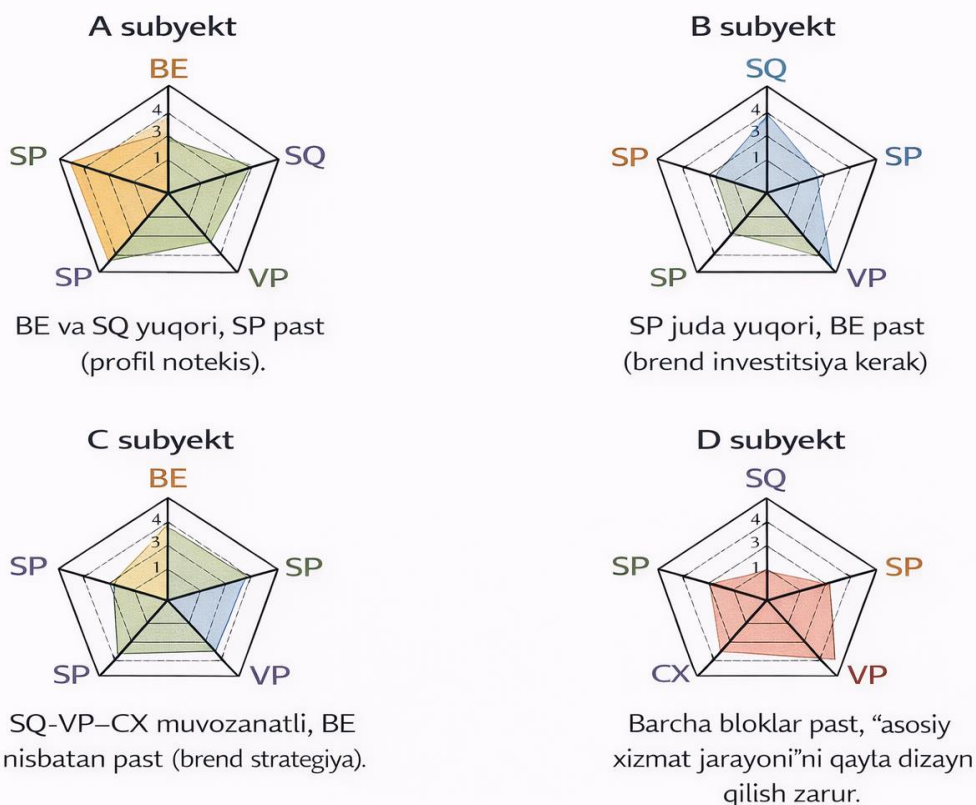
$$CCI_i = w_{SQ}SQ_i + w_{VP}VP_i + w_{CX}CX_i + w_{BE}BE_i + w_{SP}SP_i,$$

bu yerda $\sum w = 1$. Amaliy boshlang'ich bosqichda **teng vazn** (har biri 0.20) qo'llanib, keyin ekspert yoki PLS og'irliklariga o'tiladi [OECD, 2008, 41–45].

Vazn turi	Qachon mos?	Afzallik	Xavf
Teng vazn	monitoringni tez boshlash	sodda, shaffof	real ta'sir farqi inobatga olinmaydi
Ekspert vazni	soha tajribasi bor	kontekstga mos	subyektivlik
PLS vazni	empirik prediksiya kerak	data-driven	namunaga sezgir

Jadval 5. Namunaviy (illustrativ) indeks natijalari: 4 ta xizmat subyekti kesimida
Quyidagi raqamlar metodologiya ko'rinishi uchun namunaviy keltirilgan.

Subyekt	SQ	VP	CX	BE	SP	CCI (teng vazn)	Kuchli jihat	Zaif jihat
A	78	72	75	80	60	73.0	brend, sifat	tezkorlik
B	70	68	62	55	85	68.0	tezkorlik	brend
C	82	76	80	65	70	74.6	CX, sifat	brend
D	60	58	55	50	65	57.6	tezkorlik o'rtacha	sifat, CX

Rasm 3. “Radar” tahlil (vizual taqqoslash uchun)

Bu tahlil “qaysi blok” raqobatbardoshlikni cheklayotganini tez ko’rsatadi.

Jadval 6. SEM/PLS-SEM uchun namunaviy model natijalari (yo’l koeffitsientlari)

Namuna sifatida tipik xizmat tadqiqotlaridagi mantiqqa mos ko’rsatkichlar berildi; real tadqiqotda bootstrap asosida baholanadi [Hair va boshq., 2019, 12–18].

Yo’l (Path)	β	Izoh
SQ → CX	0.42	sifat CXni kuchli oshiradi
SP → CX	0.30	tezkorlik CXga sezilarli ta’sir
BE → VP	0.28	brend qiymat idrokini ko’taradi
SQ → VP	0.33	sifat qiymat hissini oshiradi
CX → COMP	0.45	tajriba loyallikka eng kuchli
VP → COMP	0.31	qiymat taklifi ham muhim
BE → COMP	0.14	brend bevosita, ammo kichikroq

Talqin: raqobat natijasini (COMP) ko’proq CX va VP “haydaydi”; CX esa SQ va SPdan kuch oladi. Bu xizmat foyda zanjiri mantiqiga mos keladi [Heskett va boshq., 1994, 168–172].

Jadval 7. O’lchov ishonchliligi va validligi (namunaviy)

Konstrukt	Cronbach α	CR	AVE	Qisqa xulosa
SQ	0.88	0.91	0.56	ishonchli
VP	0.84	0.89	0.58	ishonchli
CX	0.90	0.93	0.62	juda yaxshi
BE	0.86	0.90	0.55	ishonchli
COMP	0.80	0.87	0.58	qoniqarli

PLS-SEM amaliyotida α , CR va AVE thresholdlari bo'yicha qarorlar beriladi [Hair va boshq., 2019, 20–25].

Xulosa. Ushbu maqolada xizmat ko'rsatuvchi subyektlar raqobatbardoshligini baholash uchun omillar tizimi va 5 blokli indikator model taklif etildi. Asosiy ilmiy-amaliy xulosalar:

1. Xizmatlar bozorida raqobatbardoshlik ko'p qatlamli: makro va mezo muhit ta'siri mavjud bo'lsa-da, mikro darajada xizmat sifati, qiymat taklifi, mijoz tajribasi, brend kapitali, tezkorlik eng muhim boshqariladigan omillar hisoblanadi.
2. Xizmat sifati va tezkorlik CXni shakllantiruvchi "operatsion haydovchi"lardir; CX va qiymat taklifi esa loyallik/tavsiya kabi raqobat natijalarini kuchliroq prognozlaydi. Bu service-profit chain mantig'iga mos keladi [Heskett va boshq., 1994, 165–172].
3. Baholashda bitta indikatorga tayanish (faqat NPS yoki faqat shikoyatlar) tavsiya etilmaydi. 5 blok integratsiyasi "qaysi bo'g'in uzildi?" savoliga aniq javob beradi va resurslarni ustuvor yo'naltirishga yordam beradi.
4. Amaliy monitoring uchun kompozit indeks (CCI) tezkor va shaffof yechim; ilmiy tahlil va sababiy munosabatlarni tekshirish uchun SEM/PLS-SEM mos keladi [Hair va boshq., 2019, 7–12].
5. Har ikki yondashuvda ham o'lchov protokoli (codebook), normalizatsiya, vaznlash mantig'i, ma'lumot sifati tekshiruvlari va natijalarni takrorlash talablari (replikatsiya) qat'iy hujjatlashtirilishi zarur [OECD, 2008, 36–45].

Amaliy tavsiya (qisqa): agar CCI past bo'lsa, avval "tezkorlik + sifat" (jarayon)ni stabilizatsiya qiling; so'ng CX dizayn (touchpoint) va qiymat taklifini (paket/kommunikatsiya) takomillashtiring; parallel ravishda brend kapitalini ishonch, kafolat va ijtimoiy dalillar orqali kuchaytiring.

Adabiyotlar/Литература/References:

1. Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Free Press.
2. Barney, Jay. 1991. "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management* 17(1): 99–120.
3. Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. 2019. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
4. Heskett, James L., Thomas O. Jones, Gary W. Loveman, W. Earl Sasser Jr., and Leonard A. Schlesinger. 1994. "Putting the Service-Profit Chain to Work." *Harvard Business Review* 72(2): 164–174.
5. Keller, Kevin Lane. 1993. "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity." *Journal of Marketing* 57(1): 1–22.
6. OECD. 2008. *Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide*. Paris: OECD Publishing.
7. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing* 64(1): 12–40.
8. Pine, B. Joseph II, and James H. Gilmore. 1998. "Welcome to the Experience Economy." *Harvard Business Review* 76(4): 97–105.

9. Porter, Michael E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
10. Reichheld, Frederick F. 2003. "The One Number You Need to Grow." *Harvard Business Review* 81(12): 46–54.
11. Stalk, George Jr., and Thomas M. Hout. 1990. *Competing Against Time: How Time-Based Competition Is Reshaping Global Markets*. New York: Free Press.
12. Vargo, Stephen L., and Robert F. Lusch. 2004. "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing." *Journal of Marketing* 68(1): 1–17.
13. Zeithaml, Valarie A. 1988. "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence." *Journal of Marketing* 52(3): 2–22.

SCIENCEPROBLEMS.UZ

IJTIMOIIY-GUMANITAR FANLARNING DOLZARB MUAMMOLARI

№ 2 (6) – 2025

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari” elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro'yxatiga olingan.

Muassis: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”
mas'uliyati cheklangan jamiyati

Tahririyat manzili:

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog'och ko'chasi, 70/10-uy. Elektron manzil:

scienceproblems.uz@gmail.com

Bog'lanish uchun telefon:

(99) 602-09-84 (telegram).