Qishloq joylarda yashovchi aholining maishiy xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojini baholash

Xamdamov Eldor Toshtemirovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tadqiqotchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada qishloq joylarda maishiy xizmat ko‘rsatish korxonalarida aholining xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojlarini qondirish darajasini baholashga oid muallif qarashlari, taklif va tavsiyalari keltirilgan.

Kalit so‘zlar: xizmat, xizmat ko‘rsatish, servis, maishiy xizmat, ehtiyoj, baholash, baholash metodikasi.

Аннотация: В данной статье представлены взгляды, предложения и рекомендации автора по оценке уровня удовлетворенности населения потребностями в услугах предприятий бытового обслуживания в сельской местности.

Ключевые слова: услуга, бытовое обслуживание, потребность, оценка, методология оценки.

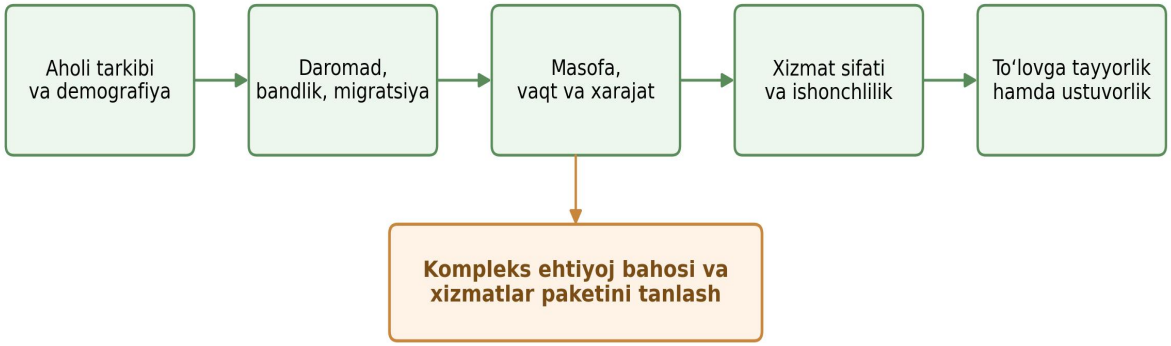
Abstract: This article presents the author's views, suggestions and recommendations on assessing the level of satisfaction of the population's needs for services in household service enterprises in rural areas.

Keywords: service, service, household service, need, assessment, assessment methodology.

Baholash metodologiyasi qishloq joylarda maishiy xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojni to‘g‘ridan-to‘g‘ri so‘rov natijalarisiz ham ma’lum darajada aniqlash mumkinligini nazarda tutadi. Biz aholi ehtiyojlarini real rasmiy statistika, hududlar bo‘yicha xizmatlar hajmi, aholi jon boshiga ko‘rsatkichlar, aholi soni, xizmatlar dinamikasi va ilmiy adabiyotlarda tavsiya etilgan talqinlar asosida proksi usulda baholadik. Bunday yondashuv to‘liq sotsiologik tadqiqot o‘rnini bosa olmaydi, ammo hududiy ustuvorliklarni aniqlash, xizmatlar paketini shakllantirish va investitsion yo‘nalishlarni tanlash uchun yetarli tahliliy asos yaratadi.

Ehtiyoj tushunchasi faqat mavjud iste’mol hajmi bilan cheklanmaydi. U to‘rtta yirik tarkibiy unsurdan iborat: birinchidan, zarurat darajasi – xizmat uy xo‘jaligining kundalik hayoti uchun qay darajada muhim; ikkinchidan, davriylik – xizmatdan qanchalik tez-tez foydalaniladi; uchinchidan, to‘lovga tayyorlik – uy xo‘jaligi ushbu xizmat uchun qancha mablag‘ ajratishi mumkin; to‘rtinchidan, hududiy va tashkiliy qulaylik – xizmatga erishish uchun qancha vaqt va xarajat talab etiladi.

Demak, ehtiyojning yuqori bo‘lishi avtomatik tarzda iste’molning yuqori bo‘lishini anglatmaydi; ba’zan ehtiyoj katta, biroq taklif yetarli emas.



1-rasm. Maishiy xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojni baholash modeli

Yuqoridagi keltirib o‘tilgan model ehtiyojni baholashning bosqichli mantiqini ko‘rsatadi. Dastlab aholi tarkibi va daromad manbalari aniqlanadi, keyin hududiy masofa va vaqt sarfi baholanadi, shundan so‘ng xizmat sifati, ishonchlilik va narx omili integrallashadi. Yakunda uy xo‘jaligi uchun eng muhim xizmatlar paketi shakllanadi. Mazkur yondashuv qishloq hududlari uchun ayniqsa dolzarb, chunki bu yerda bir xil xizmat turiga ehtiyoj mahalla yoki tumanlar kesimida keskin farqlanishi mumkin.

Yosh oilalar va ayollar bandligi yuqori bo‘lgan uy xo‘jaliklarida vaqtni tejovchi servislar alohida ahamiyat kasb etadi. Tayyor ovqat, kir yuvish, bolalar parvarishiga yaqin xizmatlar, go‘zallik, tikuvchilik, buyurtma asosidagi maishiy texnika servisi kabi yo‘nalishlar aynan shu segmentda tez rivojlanadi. Bunday xizmatlar uy xo‘jaliklarining mehnat bozorida faol bo‘lishiga, uy ichidagi to‘lanmaydigan mehnat hajmini kamaytirishga va bo‘sh vaqtni oqilona qayta taqsimlashga yordam beradi. Shu ma’noda maishiy xizmatlar gender tenglikni ham bilvosita qo‘llab-quvvatlaydi.

1-jadval

Uy xo‘jaliklari segmentlari bo‘yicha maishiy xizmatlarga ehtiyojning tavsifi

№	Uy xo‘jaligi tipi	Ustuvor xizmatlar	Talab davriyligi	To‘lov qobiliyati	Baholash xulosasi
1	Yosh oilalar	Bolalar parvarishi, tikuvchilik, go‘zallik, maishiy texnika va raqamli xizmatlar	Haftalik va oylik	O‘rtacha va o‘suvchi	Kompleks paketlar, uyga yaqin servis, onlayn buyurtma.
2	Maktab yoshidagi bolali oilalar	Transport, repetitorlik, kompyuter ta’miri, kiyim-kechak va ovqatlanish	Haftalik	O‘rtacha	Ta’limga aloqador va uy-ro‘zg‘or xizmatlari birikmasi kuchli.

3	Keksalar va nogironligi bo‘lgan shaxslar	Uyga yetib boruvchi tibbiy, parvarish, kichik ta’mirlash va maishiy yordam xizmatlari	Doimiy va ehtiyojga ko‘ra	Nisbatan cheklangan	Ijtimoiy xizmatlar va subsidiya elementlari zarur.
4	Ayollar bandligi yuqori bo‘lgan oilalar	Tayyor ovqat, kir yuvish, tikuvchilik, bolalar parvarishi, go‘zallik xizmati	Haftalik	O‘rtacha va yuqori	Vaqtni tejovchi servislar talabining elastikligi katta.
5	Migrant daromadlari mavjud oilalar	Uy-joyni ta’mirlash, mebel, maishiy texnika, avtomobil servisi	Mavsumiy va yirik xaridli	Yuqori	Remittanslar ta’sirida sifat talabi va servis hajmi oshadi.
6	Fermer va tadbirkor oilalar	Transport, logistika, uskunalar ta’miri, aloqa, moliyaviy va huquqiy maslahatlar	Muntazam	O‘rtacha va yuqori	Ishlab chiqarish ehtiyojlari bilan uy-ro‘zg‘or talabi tutashadi.

Manba: ilmiy adabiyotlar va hududiy xususiyatlar tahlili asosida muallif tomonidan tuzildi.

Uy xo‘jaliklari segmentatsiyasi ehtiyojlarni yanada aniqroq ko‘rsatadi. 1-jadvaldan ko‘rinadiki, yosh oilalar, maktab yoshidagi bolali oilalar, keksalar yashaydigan uy xo‘jaliklari, migrant daromadlari mavjud oilalar va fermer-tadbirkor oilalarning servis talabi bir-biridan farq qiladi. Demak, maishiy xizmatlar siyosati “barcha uchun bir xil taklif” tamoyiliga emas, balki hayot sikli va turmush tarzi jihatidan turli segmentlarga moslashgan formatlarga tayanishi kerak.

Keksalar va ijtimoiy himoyaga muhtoj guruhlar uchun ehtiyojning asosiy mezoni narxdan ko‘ra qulaylik va yaqinlik hisoblanadi. Ular ko‘pincha uyga borib xizmat ko‘rsatish, dorixonaga yaqin tibbiy-servis, kichik ta’mirlash, tikuvchilik yoki oziq-ovqat yetkazib berish kabi xizmatlarni afzal ko‘radi. Ushbu segment bozor tamoyili bilan bir qatorda ijtimoiy himoya elementlarini ham talab qiladi. Demak, qishloq joylarda maishiy xizmatlar tizimini shakllantirishda mahalla, xususiy sektor va ijtimoiy xizmatlar o‘rtasida kooperatsiya modeli zarur.

Fermer va tadbirkor oilalar segmentida maishiy va ishlab chiqarish ehtiyoji ko‘pincha bir-biri bilan tutashadi. Masalan, transport-servis, uskunalarni mayda ta’mirlash, aloqa, moliyaviy va huquqiy maslahatlar, kompyuter va ofis texnikasiga xizmat ko‘rsatish nafaqat biznes jarayonlari, balki uy xo‘jaligi farovonligi uchun ham muhim. Shuning uchun qishloq servis bozorida ayrim xizmatlar an’anaviy uy-ro‘zg‘or kategoriyasidan chiqib, kichik tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlovchi infratuzilmaga aylanadi.

Xizmatlarni davriylik bo‘yicha guruhlash ehtiyojni baholashda amaliy ahamiyatga ega. 2-jadvalda kundalik, davriy, mavsumiy, epizodik va ijtimoiy ahamiyatli xizmatlar ajratildi. Kundalik xizmatlar bo‘yicha hududiy yaqinlik va tezkorlik hal qiluvchi omil bo‘lsa, davriy va epizodik xizmatlarda kafolat, ustaning malakasi, ehtiyot qism va bo‘lib-bo‘lib to‘lash imkoniyati ko‘proq

ahamiyat kasb etadi. Shu sababli qishloq hududlarida xizmatlarni joylashtirish va tashkillashtirishda bir xil infratuzilma modeli samara bermaydi.

2-jadval

Maishiy xizmatlarga ehtiyojni davriylik bo‘yicha guruhlash

T/r	Xizmat turi bo‘yicha guruh	Tarkibi	Ehtiyojni shakllantiruvchi omillar	Tashkiliy model
1	Kundalik	Sartaroshlik, tikuvchilik, mayda ta’mirlash, transportga oid mayda servislar, tayyor ovqat	Yashash hududiga yaqinlik, narx, tezkorlik	Mahalla markazlari, ko‘cha servis nuqtalari, mobil buyurtma.
2	Davriy	Maishiy texnika, kompyuter, poyabzal, mebel va uy jihozlarini ta’mirlash	Ishonchlilik, ehtiyot qism mavjudligi, kafolat	Tuman markazidagi ustaxonalar va buyurtmani yig‘ib olib ketish xizmati.
3	Mavsumiy	Qurilish-ta’mirlash, isitish-sovutish uskunalari servisi, qishloq xo‘jaligi mavsumi bilan bog‘liq xizmatlar	Daromad mavsumiyligi, ob-havo, bozor holati	Ko‘chma brigadalar va mavsumiy servis punktlari.
4	Epizodik	Marosim, katta hajmdagi remont, mebel tayyorlash, avtomobil kapital ta’miri	Yirik xarajat, kredit, uzoq muddatli reja	Oldindan bronlash, bo‘lib-bo‘lib to‘lash, konsalting.
5	Ijtimoiy ahamiyatli	Keksalar va ijtimoiy himoyaga muhtoj guruhlar uchun uyga borib xizmat ko‘rsatish	Jismoniy imkoniyat, masofa, subsidiya	Mahalla, ijtimoiy xizmat va xususiy sektor kooperatsiyasi.

Manba: muallif umumlashtirishlari.

Kompleks indeks asosida hududlar bo‘yicha ustuvorliklarni aniqlash uchun uchta proksi indikator tanlandi: aholi soni, bozor sig‘imi; aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlar hajmidan kelib chiqadigan ta’minot darajasi; hamda 2015–2025-yillardagi o‘sish koeffitsiyenti, ya’ni yashirin talabning bozorga chiqish sur’ati. Mazkur yondashuv ma’lum soddalashtirishlarga ega bo‘lsa-da, aynan qaysi tumanlarda yangi servis nuqtalari, ko‘chma brigadalar yoki kompleks markazlar tashkil etish ko‘proq samara berishini ko‘rsatib beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati

1. Sharifov, Sh. S., & Astanaqulov, S. (2022). Improving the welfare and employment of the population.

2. Saidahadovich, S. S. (2021). The ways of Efficient use of Resources in Consumer Services. *American Journal of Social and Humanitarian Research*, *2*(8), 22-29.

3. Sh.S.Sharifov O‘zbekiston qishloq hududlarida maishiy xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot 2023 y.12.12.