

## **AUTSORSING – XIZMATLAR SOHASI MUVAFFAQIYATI STRATEGIYASI SIFATIDA**

**Boyjigitov Sanjarbek Komiljon o'g'li**

SamISI "Marketing" kafedrası assistenti

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada bugungi kunda yangi zamonaviy xizmatlar qatorida outsorsing xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari, muvaffaqiyat strategiyalari sifatida qaralishi muallif tomonidan aks ettirilgan. Qolaversa, outsorsing xizmatlarini takomillashtirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** xizmat, outsoring, strategiya, outsorsing xizmatlari.

## **OUTSOURCING AS A SERVICE INDUSTRY SUCCESS STRATEGY**

**Boyjigitov Sanjarbek Komiljon ugli**

Assistant of department of "Marketing" SamIES

**Abstract.** In this article, the author reflects the special characteristics of outsourcing services, as strategies for success, among new modern services. In addition, proposals and recommendations for improving outsourcing services were developed.

**Key words:** service, outsourcing, strategy, outsourcing services.

Global raqobat dunyo bozorida yangi ishtirokchilarning paydo bo'lishi bozorda ishtirok etish uchun yangi texnologiyalardan foydalanishni talab qiladi. Zamonaviy dunyoda biznes rahbarlari amalda xizmatlarning outsorsingidan tobora ko'proq foydalanmoqda va uni yangi boshqaruv strategiyasi sifatida belgilaydi. Kun tartibida eng yaxshi qila oladigan narsani qilish va iloji bo'lsa, kompaniya uchun eng foydali bo'lishi mumkin bo'lgan narsani olish vazifasi turibdi. Natijada bozor ishtirokchilari aniq funktsiya va vazifalar bo'yicha ixtisoslashuv yo'lidan boradilar. Boshqacha qilib aytganda, biznes-loyihani alohida tarkibiy qismlarga bo'lish, outsorsing sxemasi bo'yicha muayyan turdagi

ishlarni bajarish uchun yuqori ixtisoslashgan kompaniyalarga topshirish samarali tijoratning strategik yo'nalishi hisoblanadi.

Autsorsing xizmat ko'rsatish sektori biznes muhiti omillari, tendensiyalari va naqshlarini hisobga olgan holda korporativ funksiyalarni bajarish uchun uchinchi tomon tashkilotlari - outsorserlarga o'tkazish orqali foydali o'zaro hamkorlik qilish uchun bozorda ishtirok etuvchi firma va kompaniyalarning ajralmas to'plamidir.

Jahon bozorida autsorsing xizmatlarini iste'mol qilish bo'yicha bozor ulushini hisobga olgan holda AQSh - 36%, G'arbiy Yevropa - 29% va Yaponiya - 13% yetakchi hisoblanadi. Har qanday funksiya yoki biznes jarayonlarini autsorsingga topshirgan AQSH kompaniyalarining ulushi 2020-yilda 86% ga nisbatan 2019-yildagi 52% ni tashkil etdi. AQSh autsorsing bozorida sotuvlar 2020-yilda 3 baravardan ortiq oshdi<sup>1</sup>.

Autsorsing xizmatlari uchun Yevropa bozorini kengaytirish tendensiyalari kuchaymoqda. Tahlilchilarning hisob-kitoblariga ko'ra, 2021 yilning so'nggi choragida Yevropada 2020 yildan buyon har qanday davrga qaraganda ko'proq autsorsing shartnomalari berilgan. Yetakchi maslahatchilarning ta'kidlashicha, xarajatlarni qisqartirish zarurati Yevropa kompaniyalarini o'z bizneslarining bir qismini subpudratchilarga topshirishni istamasliklarini yengishga majbur qilmoqda. So'nggi yillarda Hindiston, Filippin, Meksika, Xitoy va Sharqiy Yevropa mamlakatlari axborot texnologiyalarini ishlab chiqarish va ulardan foydalanishda sezilarli o'sishni boshdan kechirayotgan "yangi iqtisodiyot" vakillari sifatida autsorsing bozori yetkazib beruvchilari qatoriga qo'shilmogda.

Mijoz uchun kurash o'z tovarlari va xizmatlari sifatini oshirishga majbur bo'lgan sharoitda mahalliy kompaniyalar samaradorlik, iqtisodiy samaradorlik va biznes risklarini kamaytirish masalalariga e'tibor qaratishlari kerak.

---

<sup>1</sup> <http://www.weboutsourcing.ru/rus/articles/sfaow.php?idn46>

Shaxsiy biznes vazifalarini bevosita operativ boshqarishdan voz kechish, ularning bajarilishi ustidan nazoratni saqlab turish, kompaniyaga ularni uchinchi shaxslarga “topshirish” natijasida qo’shimcha xarajatlar, soliq va ijtimoiy xarajatlarning “eroziyasi” yo’lida sezilarli darajada oldinga siljish imkonini beradi.

Umumiy ma’noda, *tijorat xizmatlarini outsorsing qilish* - bu muayyan turdagi xizmatlarni bajarish uchun tashqi outsorsing kompaniyasiga o’tkazish hisoblanadi. Outsorsing kompaniyalarga o’zlarining asosiy biznesiga e’tibor qaratishga va yordamchi funksiyalar yukini ularni muvaffaqiyatli bajara oladigan kompaniyalarga topshirishga imkon beradi. Kompaniyada uzoq muddatli outsorsing strategiyasining mavjudligi, yetakchi tahliliy agentliklarning fikriga ko’ra, tijoratni muvaffaqiyatli rivojlantirish va uning tez o’zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashishi uchun zarur shartidir. Bunday strategiya natijasida kompaniyaning ichki korporativ jarayonlari va iqtisodiy munosabatlarning boshqa sub’yektlari bilan tashqi aloqalari qayta qurish sodir bo’ladi. O’z navbatida, bu korxonaning asosiy fondlarini yanada oqilona taqsimlash, uning ichki resurslarini bo’shatish, asosiy funksiyalarni bajarish samaradorligini oshirish, ishlab chiqarish xarajatlarini sezilarli darajada kamaytirish va nazorat qilish imkonini beradi.

Xalqaro tahlilchilarning fikricha, milliy iqtisodiyotning ochiqligi va globallasuvi sharoitida dunyoning yetakchi kompaniyalari to’liq offshor outsorsing iste’molchilari hisoblanadi. ***Offshor outsorsing*** - mijozning mamlakatidan tashqaridagi outsorsing kompaniyalari ishtirokidagi outsorsing (masalan, offshor IT-outsorsingi). Tabiiy savol tug’iladi: o’z mamlakatingizda ishlarni bajarishmi yoki ularning bajarilishini offshor kompaniyalarga topshirishmi?

Agar boshqaruv jarayonini o’zgartirish to’g’risida qaror qabul qilinsa, uning barcha tarkibiy qismlarini har qachongidan ham aniqroq va ehtiyotkorlik bilan boshqarish vazifasi birinchi o’ringa chiqadi. Aksariyat hollarda jarayon chet

eldagi hamkorlar, yetkazib beruvchilar va mijozlar bilan yanada qattiqroq sinxronlashtirilishi kerak bo'ladi. Mamlakatimizdagi yirik biznesning mahalliy top-menejerlari offshor outsorsingning bunday muammolarini hal etishni muhim deb aytadi: Internetga tezkor ulanish; mijozlar tomonidan kompaniya web-saytiga o'zlari uchun qulay bo'lgan istalgan vaqtda bepul kirish, shuningdek, ma'lumotlarning kunlik zahirasini olish; ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimi (ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimi), korporativ elektron pochta, samarali ishlaydigan ma'lumotlar tarmog'i, telefon tarmog'ining mavjudligi, viruslar va xakerlik hujumlarini o'z vaqtida "aks ettirish" ning nosozliklari va boshqalar.

Mamlakatimizning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, biz milliy outsorsingga ko'proq o'tkaziladigan xizmatlar orasida ishga yollash birinchi o'rinda, ovqatlanish ikkinchi o'rinda, axborot texnologiyalari uchinchi o'rinda, ish haqi va buxgalteriya hisobi to'rtinchi o'rinda ekanligini ta'kidlaymiz; beshinchisi - qurilish ishlarining ayrim turlarini bajarish.

Outsorsingning ta'rifi uni quyidagi nuqtai nazardan talqin qilishning xilma-xilligini aks ettiradi:

- a) fikrlash tarzi;
- b) boshqaruv tamoyillari;
- c) iqtisodiy faoliyat sohalari;
- d) outsorsing falsafasidan moslashuvchan foydalanishning sinergik ta'siri.

**“Outsorsing”** atamasi inglizcha **“outside resource using”** – **“tashqi resurslardan foydalanish”** so'zlaridan kelib chiqqan. Boshqacha qilib aytganda, bu individual biznes-jarayonlarni maqsadli ravishda taqsimlash va ularni uchinchi tomon tashkilotining bajarilishiga topshirishdir. Amalda outsorsingga qarama-qarshi metodologiya mavjud, ya'ni insorsing deb ataladigan, ya'ni korporatsiyaga ilgari bozorning boshqa sub'yektlari tomonidan bajarilgan funksiyalarni kiritish hisoblanadi.

Ko'pgina ekspertlar outsorsing axborot tizimlari va texnologiyalarining rivojlanishi bilan bog'liq holda tarqaldi deb hisoblashadi va “outsorsing

davri”ning boshlanishini 1960-yillarga bog’lashadi. XX asr o’rtalarida, ya’ni 1962 yil, dunyoga mashhur Electronic Data Corporation (EDS) kompaniyasining tashkil topgan sanasi hisoblanib, ayna shu kompaniya autsorsingning boshlanish davri deb qaraladi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati**

1. Po’latov M.E., Xolmamatov D.H., Yahyoxonov N.B. Xizmatlar marketing. O’quv qo’llanma. Samarqand. Fan bulog’i nashryoti, 2021 y., - 445 bet.

2. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. - O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi - T.: “IQTISODIYOT”, 2019. - 305 bet.

3. Haqberdievich K. D., Shavkiddinovich M. M. USE OF INTERNATIONAL MARKETING STRATEGIES IN THE DEVELOPMENT OF FREE ECONOMIC ZONES //Journal of marketing, business and management. – 2022. – T. 1. – №. 1. – С. 53-61.

4. Haqberdievich K. D., Shavkiddinovich M. M. SWOT ANALYSIS OF FREE ECONOMIC ZONES (FEZ) IN UZBEKISTAN //Gospodarka i Innowacje. – 2022. – T. 22. – С. 610-615.

5. Мурадова Н. У. Специфика рынка лизинговых услуг и используемых в них маркетинговых инструментов //ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ. – 2019. – С. 493-499.

6. Kholmamatov Diyor Haqberdiyevich. [Main Directions of Application Marketing Logistics](#). Academic Journal of Digital Economics and Stability, 2021