

Ismailov Baxit Abdireymovich,
Qoraqalpoq davlat universiteti
e-mail: Ismailov_Bakhit79@mail.ru



XIZMAT KO'RSATISH SOHASI RIVOJLANISHINING IJTIMOY-IQTISODIY AHAMIYATI VA TAMOYILLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati, mazmuni va mohiyati, sohada amalga oshirilayotgan tarkibiy o'zgarishlar, xizmatlarning tasnifiy belgilari bo'yicha turlari va tavsifi hamda xizmatlar sohasini samarali rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari va tamoyillari tadqiq qilingan.

Аннотация. В статье исследуются социально-экономическое значение, содержание и сущность развития сферы услуг, структурные преобразования, реализуемые в отрасли, виды и характеристики услуг по классификационным признакам, а также особенности и принципы эффективного развития сферы услуг.

Annotation. The socio-economic significance, content, and essence of the development of the service sector, structural transformations implemented in the industry, types, and characteristics of services according to classification criteria, as well as the features and principles of effective development of the service sector are examined in the article.

Tayanch so'zlar: servis iqtisodiyoti, xizmat ko'rsatish sohasi, omillar, korxona, xizmatlar tasnifi, xizmat ko'rsatish jarayoni, iste'molchilar.

Ключевые слова: экономика услуг, сфера услуг, факторы, предприятие, классификация услуг, процесс оказания услуг, потребители.

Keywords: service economy, service sector, factors, enterprise, classification of services, service delivery process, consumers.

*Iqtisodiyotning
transformat-
siyalashuvi
sharoitida
xizmatlar sohasi
iqtisodiy jihatdan
sanoat ishlab
chiqarishiga
qaraganda ancha
samaralidir, chunki
xizmatlar sohasida
boshlang'ich
faoliyatni amalga
oshirish kamroq
mablag'larni talab
qilib, kapitalning
aylanish tezligi
ancha yuqori
hisoblanadi.*

Kirish. Xizmat ko'rsatish sohasining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi o'z mazmuniga ko'ra turmush farovonligi va uning sifatini oshirish, zamonaviy tarmoqlarning shakllanishi bilan bog'liq bo'lgan inson kapitalini rivojlantirish uchun maqbul shart-sharoitlarni yaratish, mehnat taqsimotining nisbatan yuqori darajasini ta'minlash bo'yicha xo'jalik faoliyatining turli yo'nalishlarini qamrab oladi.

Iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi sharoitida xizmatlar sohasi iqtisodiy jihatdan sanoat ishlab chiqarishiga qaraganda ancha samaralidir, chunki xizmatlar sohasida boshlang'ich faoliyatni amalga oshirish kamroq mablag'larni talab qilib, kapitalning aylanish tezligi ancha yuqori hisoblanadi.

Hozirgi vaqtda iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarini doimiy tarzda barqaror rivojlanishi hamda xizmat ko'rsatish intensivligini ta'minlashda samaradorlikni oshirishning ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish alohida dolzarb masala hisoblanadi.

Shunga ko'ra, xizmat ko'rsatish korxonalari faoliyatining samaradorligini oshirish hamda ular faoliyatining ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirishda mehnat jarayonlari intensivligi va mehnat unumdorligini oshirish, resurslardan samarali foydalanish, mehnat salohiyati samaradorligini ta'minlash, ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati va natijadorligini oshirish, iste'molchilarning talab va ehtiyojlarini to'liqroq qondirish bilan bog'liq masalalar soha rivojlanishining muhim muammolari hisoblanadi.

Shuningdek, soha korxonalarining xalqaro bozorlardagi xizmatlar sifati va raqobatbardoshligini oshirish hamda xizmatlar eksporti hajmini ko'paytirish respublikamizda iqtisodiy o'sishga erishishda muhim ahamiyatga ega.

Asosiy qism. Iqtisodiy o'sish, servis iqtisodiyoti rivojlanishi, xizmat ko'rsatish sohasining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi, xizmatlar sifati va raqobatbardoshligini oshirish, xizmat ko'rsatish jarayonlarini takomillashtirish, ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni tartibga solish, iqtisodiy samaradorlikni oshirish omillari, zamonaviy xizmat ko'rsatish tarmoqlarini rivojlantirish, mehnat unumdorligining o'sishi, personalning innovatsion rivojlanishi bilan bog'liq muammolarning fundamental jihatlari Keyns J.M. [6], Marshall A. [9], Shumpeter Y.A., [15], Volgin A.P. [4], Xaksever K., Render B., Rassel R., Merdik R. [8], Odegov Y.G., Abduraxmanov K.X., Kotova L.R. [11] asarlarida yoritib berilgan.

Servis tizimida ko'rsatiladigan xizmatlar tavsifi va tasnifi, xizmat ko'rsatish korxonalari faoliyatini rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy

mexanizmi, sohada personal faoliyati samaradorligini oshirish, mehnat samaradorligini oshirish, ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish) intensivligini ta'minlash, soha korxonalarida xizmatlar sifatini ularning iste'mol xususiyati bilan bog'liqligi, xizmatlarning sifatini baholash mezonlari va ko'rsatkichlari, iste'molchilarning motivatsiyasiga bog'liq holdagi xizmatlarning shakllanishi, xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishining o'ziga xos xususiyatlari, korxonalarda xizmat ko'rsatish jarayonlarini tashkil etish, personal kompetentligini ta'minlashga oid tadqiqotlar Teplitskiy V., Kostyukovskiy Y. [13], Vesnin V.R. [3], Katels M. [5], Okoye A. [10], Barinov N.A. [1], Urakov J.R. [14]larning asarlarida o'rganilgan.

Xizmat ko'rsatish tarmoqlarida iqtisodiy o'sish omillarini sifat va miqdoriy jihatdan baholash, ushbu omillarning har birining xizmat ko'rsatish soha va tarmoqlari o'sishiga qo'shayotgan hissasini aniqlash hozirgi kunda ham muhim ilmiy masala bo'lib hisoblanadi. Yuqorida keltirilgan mualliflarning asarlarida turli xil omillarning sohani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri tadqiq etilgan. Ushbu tadqiqotlarda xizmat ko'rsatish korxonalarida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning yo'nalishlari tizimli ravishda o'rganilmagan. Shunga ko'ra, tadqiqot jarayonida xizmat ko'rsatish sohasida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish mexanizmlari tadqiq etilgan.

Tadqiqot jarayonida xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni ta'minlash bo'yicha iqtisodiy tizimlar va nisbatlarni o'rganishga dialektik va tizimli yondashuv, kompleks baholash, qiyosiy va solishtirma tahlil, statistik va dinamik yondashuv hamda guruhlash usullaridan foydalanildi.

Xizmat ko'rsatish sohasida ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlikni oshirish xo'jalik yurituvchilar faoliyatlari natijasini aks ettiradi, ijtimoiy samaradorlik esa iqtisodiy subyektlarning ijtimoiy samaradorligini, uni jamiyat hayotining turli tomonlariga ta'sirini aks ettiradi. Bunda ijtimoiy va iqtisodiy samaradorlik muayyan darajada o'zaro bog'liq holda aniqlandi. Shuningdek, servis iqtisodiyotida xizmatlar alohida guruhlari bo'yicha tasniflandi.

Mamlakatimiz iqtisodiyoti rivojlanishining hozirgi bosqichida servis xizmatlari soni va sifatiga qo'yilayotgan talablar oshib bormoqda. Rivojlangan davlatlar tajribasining qo'llanishi xizmatlarga bo'lgan talabning oshishiga olib keldi. Bu, o'z navbatida, iste'mol bozori tarkibida o'zgarishlarni vujudga keltirdi. Aholining ayrim qatlamlarining moddiy farovonligi oshishi natijasida xizmatlarga nisbatan o'zlarining talablari va ehtiyojlari mavjud bo'lgan iste'molchilarning yangi kategoriyasi vujudga

***Tadqiqot
jarayonida
xizmat ko'rsatish
korxonalarida
iqtisodiy
ijtimoiy-iqtisodiy
rivojlanishni
ta'minlash
bo'yicha iqtisodiy
tizimlar va
nisbatlarni
o'rganishga
dialektik va
tizimli yondashuv,
kompleks
baholash, qiyosiy
va solishtirma
tahlil, statistik va
dinamik yondashuv
hamda guruhlash
usullaridan
foydalanildi.***

***Hozirgi kunda
xizmat ko'rsatuvchi
korxonalar
faoliyatining
samaradorligi
bevosita
strategiyaning
asoslanganligiga
bog'liq bo'lib, uni
shakllantirish esa
yuqori boshqaruv
bo'g'inidagi
rahbarlarining
asosiy
vazifalaridan biri
hisoblanadi.***

keldi. Moddiy jihatdan ta'minlangan iste'molchilar o'zlarining hayot qulayliklarini oshirishni ta'minlaydigan turli assortimentdagi xizmatlarga ancha talabgor hisoblanishadi. Shu sababli ayrim xizmat ko'rsatish korxonalari o'z faoliyatlarini aynan aholining shu talab va ehtiyojlarini qondirishga qaratadilar [14].

Hozirgi kunda xizmat ko'rsatuvchi korxonalar faoliyatining samaradorligi bevosita strategiyaning asoslanganligiga bog'liq bo'lib, uni shakllantirish esa yuqori boshqaruv bo'g'inidagi rahbarlarining asosiy vazifalaridan biri hisoblanadi. Xizmat ko'rsatish korxonalari faoliyatini rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish tashqi va ichki muhitning doimiy o'zgaruvchan sharoitlarida alohida ahamiyatga ega bo'lib, bozorda yetakchi mavqeyini saqlab qolishga imkon yaratadi.

Binobarin, xizmat ko'rsatish korxonalarini boshqarishning oqilona mexanizmini ishlab chiqish uchun xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalar faoliyatining oxirgi iste'molchilariga, xususan, jismoniy va yuridik shaxslar, umuman, butun mamlakat iqtisodiyotiga roli va ahamiyatini o'rganish muhim hisoblanadi.

Xizmat ko'rsatish sohasini tadqiq etishda, avvalo, ushbu sohaning qanchalik o'ziga xos ekanligini ta'kidlab o'tish zarur. Buning sababi shundaki, xizmat ko'rsatish korxonalari va tashkilotlari, shuningdek, ushbu sohada ishlayotgan xodimlar aholining moddiy, ijtimoiy, kundalik va ma'naviy ehtiyojlarining katta qismini qondirishga qodirdir. Xizmat ko'rsatish sohasiga umumiy tavsif berish hamda ushbu sohada faoliyat yurituvchi xo'jalik subyektlarining o'rni va ahamiyatini aniqlash uchun, avvalo, "ish" va "xizmat" kabi tushunchalarni ko'rib chiqish hamda bu ikki tushuncha o'rtasidagi chegaraning mavjudligini inobatga olgan holda, ularning aniq ta'riflarini keltirish lozim, chunki ularning iqtisodiy mohiyati o'xshash bo'lsa-da, huquqiy jihatdan bir-biridan farq qiladi.

Xizmat ko'rsatish korxonalari faoliyatining rivojlanishi o'ziga xos xususiyatlar va jihatlarga egadir. Shunga ko'ra, muayyan omillar ta'sirini ifodalovchi mazkur soha rivojlanishining o'ziga xos xususiyatlari va rivojlanish tendensiyalarini nazariy jihatdan yoritib berish alohida ahamiyatga egadir.

Bugungi kungacha xizmatlarning yaxlit ma'noga ega ta'rifi mavjud emas. Ijtimoiy-iqtisodiy mohiyatiga ko'ra muayyan tavsifni aniqlashda moddiy ne'matlarga nisbatan farqli ravishda xizmatlarni ijtimoiy ahamiyati va iqtisodiy natijasi bo'yicha tavsiflash alohida ahamiyat kasb etadi. Ushbu holatda xizmatlarning muhim xususiyati sifatida kishilar ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq faoliyat hisoblanib, konkret faoliyat shakli yoki turining pirovard natijasi ko'rinishida namoyon bo'ladi.

Hozirgi ba'zi iqtisodiy adabiyotlarda xizmatlar ommalashgan quyidagi turda tavsiflanmoqda "... maqsadli (ongli) mehnat bo'lib, unda ishlab chiqarishning samarasi uning iste'moli bilan mos tushadi" [13].

G'arbiy Yevropa davlatlari iqtisodchi olimlari tomonidan "xizmat" kategoriyasiga quyidagicha ta'rif berilgan: xususan, F.Kottler xizmatlar deganda yirik xilma-xillikdagi faoliyat turlari va tijorat mashg'ulotlarini ta'riflab, ular "bir taraf ikkinchi tarafga taklif qilish mumkin va asosan, ularni his qilib bo'lmaydi hamda biror-bir narsaga egalik qilishga olib kelmaydi. Xizmatlarni ko'rsatish moddiy ko'rinishdagi tovar bilan bog'liq bo'lishi mumkin yoki aksincha, bog'liq bo'lmasligi ham mumkin" [7].

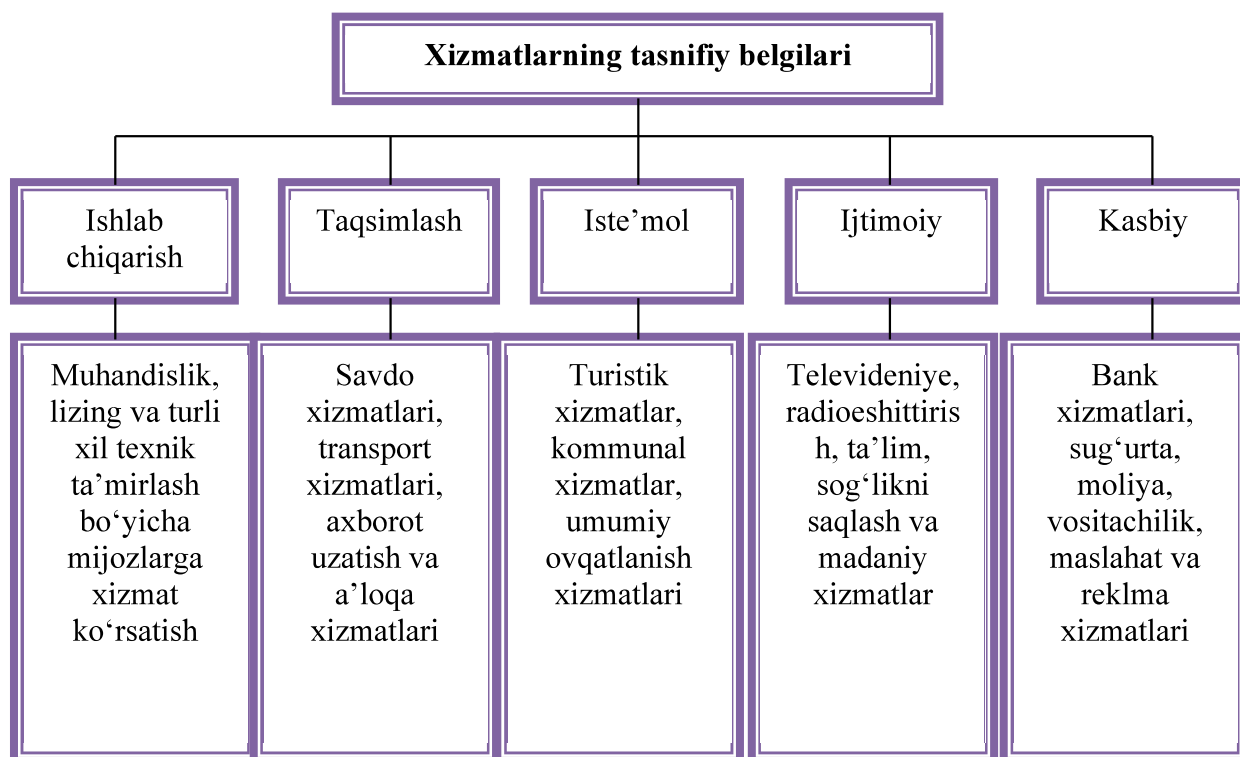
T.Xillaning bergan ta'rifiga ko'ra, xizmat – bu qandaydir iqtisodiy birlikka tegishli bo'lgan shaxs yoki tovar holatining boshqa iqtisodiy birlik tomonidan oldindan birinchi birlikning roziligi bilan sodir etiladigan faoliyati natijasidagi o'zgarishidir. Ushbu ta'rif xizmatlarni aniq foydali iqtisodiy faoliyatning natijasi sifatida qarash imkonini beradi va xizmatni almashuv hamda savdoning predmetiga aylantiradi [12].

M.Katels iqtisodiyotining axborot va axborotlashtirish bilan bog'liq xususiyatlariga e'tibor berib, xizmatlarni yangicha tavsifga egaligi va xizmatlarni ko'rsatishda faoliyatning yangi ko'rinishlarini tadqiq etgan. Uning fikricha, xizmatlar kategoriyasi tarixan turli xil ijtimoiy tuzilmalar va ishlab chiqarish tizimlaridan shakllanib kelayotgan faoliyatni o'z ichiga oladi. Xizmat ko'rsatish sohasida rang-barang faoliyat turlarini biriktirib turuvchi yagona belgi ushbu yagona (umumiy) belgining yo'qligidir. Xizmatlarni ularga tegishli bo'lgan ichki xususiyatlardan kelib chiqib aniqlashda shuni aytish kerakki, axborot iqtisodiyotining rivojlanishi bilan tovarlarning "nomoddiyligi" va "moddiyligi" o'rtasida mazmunan farqi yo'qoldi [5].

Albatta, iqtisodiyotning transformatsiyalashishi sharoitida aksariyat xizmatlar turlari tarkibida moddiy buyumlar ahamiyatli o'ringa ega bo'lsa, buning aksi moddiy ishlab chiqarish tarkibida nomoddiy ko'rinishdagi elementlar hissi oshib bormoqda.

N.A.Barinovning bergan ta'rifiga ko'ra, "xizmat – bu mahsulotning (narsaning) foydali harakati yoki insonning o'ziga xos, oqilona ehtiyojlarini qondirish uchun faoliyat shaklida namoyon bo'ladigan, foydalanish qiymatlarini yaratadigan mehnat natijalari bo'yicha paydo bo'ladigan iqtisodiy munosabatlardir" [1]. Shuning uchun xizmat ko'rsatish jarayoniga iste'molchilarga xizmatlarni yetkazib berish jarayoni, ya'ni har qanday shakldagi jismoniy va yuridik shaxslarning ehtiyojlarini qondirish jarayoni sifatida qaralishi kerak.

T.Xillaning bergan ta'rifiga ko'ra, xizmat – bu qandaydir iqtisodiy birlikka tegishli bo'lgan shaxs yoki tovar holatining boshqa iqtisodiy birlik tomonidan oldindan birinchi birlikning roziligi bilan sodir etiladigan faoliyati natijasidagi o'zgarishidir. Ushbu ta'rif xizmatlarni aniq foydali iqtisodiy faoliyatning natijasi sifatida qarash imkonini beradi va xizmatni almashuv hamda savdoning predmetiga aylantiradi.



1-rasm. Xizmatlarning tasnifiy belgilari bo'yicha guruhlariga ajratilishi¹

“Xizmat” tushunchasining aniqroq ta’rifini keltiradigan bo’lsak, bizningcha, “**xizmat** – uni bajaruvchi va iste’molchi o’rtasidagi bevosita o’zaro aloqalarning natijasi bo’lib, iste’molchining talabini qondirish bo’yicha bajaruvchining foydali faoliyatida yuzaga keladigan iqtisodiy munosabatdir”.

Ta’kidlash kerakki, xizmat tushunchasini ko’rib chiqishda xizmatlar bozorini davlat tomonidan tartibga solishning muhim vositalaridan biri sifatida xizmatlarni standartlashtirishga alohida e’tibor qaratiladi. Xizmat ko’rsatishda standartlar kimyoviy tozalash, kir yuvish, mehmonxona biznesi, aloqa, sug’urta, bank, savdo, transport xizmatlari, avtomobillarga xizmat ko’rsatish kabi sohalarda qo’llanishi mumkin.

Tarixan har bir xizmat turi o’ziga xos xususiyatlarga ega bo’lgan alohida faoliyat sohasi sifatida ko’rib chiqilgan. Xizmat ko’rsatish sohasining o’zi ushbu ko’plab faoliyat turlarining kombinatsiyasi sifatida taqdim etilgan va ularning ro’yxatiga kiritilgan. Xizmatlarning barcha turlarini turli xil tasnifiy belgilariga ko’ra, guruhlariga ajratish mumkin. Ushbu turlar tasniflash usullarini talab qiladi (1-rasm).

¹ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Shuni ta'kidlash kerakki, ilmiy-texnik taraqqiyot jarayonida bir qator noodatiy xususiyatlarga ega bo'lgan xizmatlar paydo bo'ladi. Masalan, axborot xizmatlari an'anaviy odatdagi xizmatlardan quyidagi xususiyatlari bilan farq qiladi: axborot faoliyati natijasi ommaviy axborot vositalarida saqlanishi va yuborilishi mumkin bo'lgan hujjatlarda moddiy ifodaga ega bo'ladi, axborot faoliyatining xizmat ko'rsatish jarayoni iste'molchi va ishlab chiqaruvchi (xizmat ko'rsatuvchi) o'rtasida shaxsiy aloqalarni talab qilmaydi.

Hozirgi kunda bir-biridan farq qiluvchi ayrim xizmatlar toifalarini ajratish tendensiyasi mavjud va ushbu toifalar bo'yicha xizmatlarni quyidagicha tasniflash mumkin (1-jadval).

Xizmatlarning har xil turlarida nomoddiy va moddiy elementlarning nisbati bir xil emas, bu an'anaviy va noan'anaviy xizmatlarni ajratib olishga imkon beradi. Shuni ta'kidlash kerakki, turli xil xizmatlarning moddiy va nomoddiy elementlari o'rtasida turli xil nisbatlar mavjud: moddiy mahsulotning tegishli xizmatlar bilan kombinatsiyasi (masalan, kompyuterni sozlash, ta'mirlash, internetga ulanish xizmatlari bilan); oziq-ovqat xizmatlari (masalan, restoranda ovqatlanish narxi 30% bo'lishi mumkin, qolganlari oziq-ovqat sotib olish, ovqat tayyorlash, dasturxon bezash, xonasini ijaraga olish, bino va xona dizayni, avtomobil turargohi, san'atkorlar xizmatlariga to'g'ri keladi); kasallar, qariyalar, nogironlar, bolalar va boshqalarni parvarish qilish bo'yicha "sof xizmatlar" deb nomlangan xizmatlar.

Xizmatlarni taqdim qilishni faqatgina xizmat ko'rsatishni ta'minlash uchun zarur bo'lgan bajaruvchining faoliyati sifatida emas, balki jarayon sifatida hisobga olsak, uning quyidagi asosiy bosqichlarini ajratib ko'rsatish mumkin: zarur resurslar bilan ta'minlash, ijro etishning texnologik jarayoni, nazorat qilish, sinovdan o'tkazish, qabul qilish, baholash, xizmat ko'rsatish jarayoni.

Xizmat ko'rsatish jarayonida sifat ko'rsatkichlari alohida o'rin tutadi hamda ular doimiy o'zgarish va takomillashtirish jarayonida bo'ladi. Asosiy bazaviy parametrlar sifatida quyidagilarni olish mumkin: xizmat ko'rsatish vaqti (iste'molchi xizmat ko'rsatuvchi bilan o'zaro aloqada bo'lgan vaqt davri); xizmatni bajarish vaqti (xizmatni bajarish uchun belgilangan vaqt me'yori). Xizmatning iste'molchisiga ta'sir ko'rsatadigan barcha sifat parametrlari tashkilotning quyidagi ikkita ichki hujjatlarida qayd etilishi va korxonada sifat nazorati xizmati tomonidan doimiy nazoratida bo'lishi kerak: xizmat ko'rsatish qoidalari – xizmat ko'rsatish tartibi va shartlarini tartibga soluvchi talablar va standartlarni o'z ichiga

Xizmatlarning har xil turlarida nomoddiy va moddiy elementlarning nisbati bir xil emas, bu an'anaviy va noan'anaviy xizmatlarni ajratib olishga imkon beradi. Shuni ta'kidlash kerakki, turli xil xizmatlarning moddiy va nomoddiy elementlari o'rtasida turli xil nisbatlar mavjud.

olgan hujjat; xizmat ko'rsatish shartlari – xizmat ko'rsatish jarayonida iste'molchiga ta'sir ko'rsatadigan omillar majmuyini tavsiflovchi hujjat.

1-jadval

**Xizmatlarning muayyan tasnifiy belgilari bo'yicha turlarga
ajratilishi²**

№	Xizmatlarning tasnifiy belgilari	Xizmatlar turlari
1.	Xizmatlarning turlari bo'yicha	Ishlab chiqarish; taqsimlash; kasbiy; iste'mol (ommaviy); ijtimoiy.
2.	Moddiy-buyum mazmuniga ega xizmatlar	Moddiy ishlab chiqarish xizmatlari; nomoddiy xizmatlar.
3.	O'ziga xos xususiyatlariga ko'ra	Yangi iste'mol qiymatini yaratuvchi; tovarlarning iste'mol xususiyatini tiklovchi xizmatlar; shaxsiy tavsifdagi xizmatlar.
4.	Sezuvchanlik darajasi bo'yicha	Obyekt sifatida insonga yo'naltirilgan seziluvchan xizmatlar (sog'liqni saqlash, restoran, kafe, yo'lovchi transporti); obyekt sifatida tovarlar va buyumlarga yo'naltirilgan seziluvchan xizmatlar (kimyoviy tozalash, jihozlar ta'mirlash); inson tafakkuriga yo'naltirilgan sezilmaydigan xizmatlar (ta'lim, radioeshittirish, teatr, muzey); sezilmaydigan aktivlar bilan bog'liq sezilmaydigan xizmatlar (huquqiy, sug'urta maslahat).
5.	Ishlab chiqaruvchining xarakteriga bog'liqligi bo'yicha	Insonlarga taqdim qilinadigan xizmatlar; mashina va mexanizmlarga taqdim qilinadigan xizmatlar.
6.	Xizmatlarni ko'rsatish vaqtida mijozlarning ishtirok etishiga bog'liqligi bo'yicha	Mijozning ishtirokini talab qiluvchi xizmatlar (kosmetolog, vrach); mijozning ishtirokini talab qilmaydigan xizmatlar (adabiyotlarni qidirish, maishiy xizmat buyumlarini ta'mirlash).
7.	Iste'molchilarning motivatsiyasiga bog'liq holdagi xizmatlar	Insonlarning shaxsiy zaruratini qondirishga mo'ljallangan xizmatlar (ta'lim, madaniyat, sport); korxona va tashkilotlarning jamoaviy ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan xizmatlar (ishbilarmonlik tavsifdagi xizmatlar); ijtimoiy ehtiyojlarni qondirishga yo'naltirilgan xizmatlar.
8.	Ishlab chiqaruvchilarning motivatsiyasiga bog'liq holdagi xizmatlar	Maqsadi foydaga yo'naltirilgan tijorat xizmatlari; muayyan ijtimoiy samarani olishga yo'naltirilgan muhtojlarga yordam berish bo'yicha xizmatlar.
9.	Xizmat ko'rsatish shakllari bo'yicha	Tomonlarning kelishuv shartlari bilan muvofiqlikda xizmatlar olish huquqini taqdim qiluvchi hujjatga asoslangan xizmatlar; Ish, dam olish, turarjoylari bo'yicha; vaqt oralig'ida amalga oshiriladigan shoshilinch xizmatlar; o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish.
10.	U yoki bu tarmoqqa tegishliligiga ko'ra	Sog'liqni saqlash, ta'lim, maishiy, kommunal, turizm, ko'chmas mulk sohasidagi, bank, axborot, moliyaviy va boshqa turdagi xizmatlar.
11.	Samaradorlikni oshirishga ta'siri bo'yicha	Progressiv xizmatlar; subyektiv xususiyatga ega xizmatlar; individual xizmatlar.

² Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Shu bilan birga, ta'kidlash joizki, xizmat sifatini aniqlashda muayyan qiyinchiliklar mavjud, chunki iste'molchida uni baholash uchun aniq mezonlar mavjud emas. Biroq yuqorida aytib o'tilganidek, ishlab chiqaruvchi buni hisobga olishi kerak.

Turli xil odamlar uchun sifatli xizmat va xizmat ko'rsatish sifati bir xil narsani anglatmaydi. Hatto xaridor sifatli xizmat deganda nimani anglatishini sotuvchilar tushungan taqdirda ham, nostandart kelishmovchiliklarning oldini olishga qaratilgan xizmatni boshqarishda muammolar mavjud.

Bundan tashqari, xizmat ko'rsatuvchi xodimlar o'rtasida ham fikrlar xilma-xilligi mavjud bo'lishi mumkin, ularni mashinada ishlab chiqarilgan mahsulotga nisbatan aniq baholash ancha qiyin kechadi [8]. Xizmatlar sifatining o'zgaruvchanligini oldini olishga urinish bilan bog'liq muammolar shu bilan kuchayib boradiki, iste'molchilar xizmatlar sifatining nomuvofiqligiga rahbariyatning e'tibor berishi kerakligiga urg'u bermaydi, buning natijasida rahbariyat sifatsiz xizmat ko'rsatish darajasidan bexabarligi tufayli tegishli choralarni ko'ra olmaydi.

Xizmatlar ko'rsatish bo'yicha faoliyat turlari iqtisodiyotning deyarli barcha sohalariga kirib borgan, shuning uchun xizmat ko'rsatish sohasi chegaralarini aniq belgilash juda mushkul. Aslida, bu haqiqatan ham xizmat ko'rsatish faoliyatining "ommalashtirish sohasi" bo'lib, u iqtisodiyotning ayrim sohalarida asosiy hisoblanadi, boshqalarida esa qisman ishtirok etadi, masalan, tog'-kon sanoati va ishlab chiqarish sanoatida. Shunday ekan, xizmat ko'rsatish sohasining eng muhim xususiyati uning xilma-xilligi, statistika fani va amaliyot uchun uning "chegaralarini" belgilash muammosi juda dolzarbdir, chunki ushbu hodisani talqin qilishning noaniqligi milliy va jahon iqtisodiyotining tuzilishini aks ettirganda bevosita namoyon bo'ladi, iqtisodiy rivojlanish natijalari, uning iqtisodiy o'sish sifati va aholi hayoti, iqtisodiy faoliyat turlarining butun majmuasi, turli darajadagi iqtisodiy jarayonlar, shu jumladan, iqtisodiyotning ayrim tarmoqlari va mintaqalari bo'yicha statistik ma'lumotlarning izchilligi va integratsiyalashuvi asosida ma'lum bir mamlakat reytingi aniqlanadi [2].

Servis sohasidagi korxonalarning o'rni va ahamiyatini aniqlash uchun servis iqtisodiyoti (xizmat ko'rsatish sohasi bevosita unga tegishli bo'lgan) va industrial iqtisodiyot o'rtasidagi asosiy farqlarini ajratish muhimdir.

Birinchidan, servis iqtisodiyotida korxonalar, birinchi navbatda, mijozlarning o'ziga xos ehtiyojlarini to'liq qondirish uchun samarani oshirishga qaratilgandir. Industrial iqtisodiyotda esa korxonalar mahsulotlarini maksimal darajada ishlab chiqarishga intilishadi.

Xizmatlar ko'rsatish bo'yicha faoliyat turlari iqtisodiyotning deyarli barcha sohalariga kirib borgan, shuning uchun xizmat ko'rsatish sohasi chegaralarini aniq belgilash juda mushkul. Aslida, bu haqiqatan ham xizmat ko'rsatish faoliyatining "ommalashtirish sohasi" bo'lib, u iqtisodiyotning ayrim sohalarida asosiy hisoblanadi, boshqalarida esa qisman ishtirok etadi, masalan, tog'-kon sanoati va ishlab chiqarish sanoatida.

Butun dunyoda xizmatlar sohasi amalda inqilobiy xususiyatdagi o'zgarishlar bosqichini boshidan kechirmoqda, bunda an'anaviy biznes modellari tobora kam darajada yaroqli bo'lib qolmoqda. Yangi mingyillikning boshlarida xizmatlar sohasidagi yangicha tendensiyalar ta'siri ostida odam hayoti va uning ish uslublari keskin o'zgarishlarga duchor bo'lmoqda.

Ikkinchidan, xizmat ko'rsatish iqtisodiyotida foydalilik tushunchasi ham moddiy mahsulot, ham shunga mos keluvchi xizmatlarni o'z ichiga oladigan tizimlarning qanchalik mukammalligi, industrial iqtisodiyotda esa mahsulotlarning faqat moddiy jihatlari hisobga olinadi.

Uchinchidan, servis iqtisodiyotida sifat deganda, ishlab chiqaruvchining xaridorlar bilan ularning ehtiyojlarini qondirish darajasini maksimallashtirish maqsadida munosabatlarni o'rnatishi hamda ularni doimiy kuzatib borishga bo'lgan qobiliyati tushuniladi. Industrial iqtisodiyotda sifat deganda, korxonaning o'z ishini yaxshi bajara olish qobiliyati nazarda tutiladi.

To'rtinchidan, servis iqtisodiyotida boshqaruv uslubi o'zgarib borib, bunda qabul qilinadigan qarorlarning moslashuvchanligi, tezkorligi, tarmoqli tashkil etish, manyovr erkinligi va ochiqlik uning farqli jihati sifatida qaraladi. Industrial iqtisodiyotda menejment sezilarli ravishda mexanizatsiyalashgan xususiyatga ega bo'lib, bu hal qiluvchi darajada tuzilmalarning iyerarxikligi va ularning haddan ortiq tartiblanishi bilan belgilanadi. Hozirgi zamon xo'jalik subyektlari ancha yuqori darajada rivojlangan gorizont al aloqalar bilan ajralib turadigan va bunda ularning bo'linmalari o'rtasidagi vertikal integratsiyalashuv darajasi kamroq bo'ladigan tashkiliy tuzilmalarni yaratishga intiladilar.

Beshinchidan, servis iqtisodiyotida asosiy e'tibor moddiy-xizmat ko'rsatish tizimlarining faoliyat yuritish samaradorligiga, industrial iqtisodiyotda esa xomashyoning tayyor mahsulotga aylantirilishiga (asosiy texnologiyalarga yo'naltirish) qaratiladi.

Shunday ekan, servis iqtisodiyotida korxona muvaffaqiyatini belgilab beruvchi asosiy omil bo'lib uni mijozning afzal ko'rgan tizimlari va rivojlanish tendensiyalarini tushunish qobiliyati hamda mijoz talab-ehtiyojlarini iloji boricha yaxshiroq qondirishga qobiliyati namoyon bo'ladi.

Xizmatlar ko'rsatish rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlar yalpi ichki mahsuloti tarkibida sezilarli ulushga ega bo'la boshladi.

Butun dunyoda xizmatlar sohasi amalda inqilobiy xususiyatdagi o'zgarishlar bosqichini boshidan kechirmoqda, bunda an'anaviy biznes modellari tobora kam darajada yaroqli bo'lib qolmoqda. Yangi mingyillikning boshlarida xizmatlar sohasidagi yangicha tendensiyalar ta'siri ostida odam hayoti va uning ish uslublari keskin o'zgarishlarga duchor bo'lmoqda. Doimiy ravishda bu sohadagi talab-ehtiyojlarni

qondirishning yangidan yangi usullari ixtiro qilinmoqda, bunda kishilar yaqin-yaqin vaqtlargacha ham mavjudligini hali o'z tasavvurlariga keltira olmagan talab-ehtiyojlarni qondirish yo'llari ham paydo bo'lib bormoqda.

Xizmat ko'rsatish korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi ularni maqsadlar va vazifalarni amalga oshirishda asosiy qoidalarga rioya etishni nazarda tutadi. Shunga ko'ra, xizmat ko'rsatish sohasining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, ushbu sohada faoliyat yuritadigan korxona va tashkilotlar rivojlanishining asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

1. Xizmat ko'rsatish faoliyatining **maqsadga yo'naltirilganlik** tamoyili. Ushbu tamoyil xizmat ko'rsatish korxonalarida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni ta'minlash maqsadlarini realizatsiya qilishdan iboratdir. Iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish jarayonida amalga oshirilishi zarur bo'lgan maqsadlar qo'yilgan vazifalarning umumiy va alohida xususiyatlarini e'tiborga olgan holda xizmat ko'rsatish samaradorligini oshirish yo'nalishlarini aniqlaydi.

2. Xizmatlarni realizatsiya qiluvchi va xaridorning yakuniy natijalariga **muvofigligi** tamoyili. Xizmatlarni realizatsiya qiluvchi va xaridor ishining yakuniy natijasini (xizmat ko'rsatishning pirovard natijasi) bir-biridan farqlash kerak. Murakkablik shundan iboratki, xizmatlarni realizatsiya qiluvchi va uning xaridorining maqsadlari, manfaatlari va resurslari ko'pincha bir-biriga mos kelmaydi yoki aniq belgilanmagan bo'ladi. Xizmatlarni realizatsiya qiluvchi va xaridor munosabatining pirovard natijalari o'rtasida nomuvofiqlikka qarshi kurashish uchun quyidagi choralarni amalga oshirish zarur: xizmatlarni huquqiy jihatdan qo'llab-quvvatlash; riskni sug'urtalash; xizmatlarni va muayyan tartiblarni sertifikatlash va standartlashtirish; ijro sifatini nazorat qilishning maxsus tartiblarini joriy etish; vaqtni nazorat qilish; shikoyat va takliflarni tahlil qilish; shu xizmatlarni ko'rsatish yuzasidan raqobatchilarning taqqoslama tahlilini amalga oshirish.

3. Xizmatlar bozorida **talab va taklif muvofigligini ta'minlash** ta'moyili. Xizmatlar bozorida talabning barqarorligi sharoitida xizmatlarni saqlash muhim hisoblanmaydi. Biroq talabning o'zgarib borishi natijasida korxonaning xizmat ko'rsatishi va faoliyatining rentabelligi bilan bog'liq qiyinchiliklar va muammolar yuzaga keladi. Xizmatlarni diversifikatsiyalash, tabaqalashtirish, dastlabki buyurtmalarni shakllantirish usullari, avvalambor, korxonaning tashqi muhitga ta'sir qilishi uchun mo'ljallanadi. Korxonaning ichki muhit (xodimlar, resurslar, ish vaqti) omillariga ta'sir qilish orqali xizmatlarga bo'lgan talab va taklif

Xizmat ko'rsatish faoliyatining maqsadga yo'naltirilganlik tamoyili. Ushbu tamoyil xizmat ko'rsatish korxonalarida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni ta'minlash maqsadlarini realizatsiya qilishdan iboratdir.

Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining menejrlari uchun muhim muammo – bu samaradorlik hisoblanadi. Shunga ko'ra, mehnat unumdorligini oshirish – bu ham davlat darajasida, ham korxona darajasida belgilanadigan muhim maqsaddir.

hajmini muvofiqlashtirish, resurslardan samarali foydalanish va korxona rentabelligini oshirish mumkin.

4. Xizmatlar bozorini rivojlantirishning **transversallik** tamoyili. Ushbu tamoyil xizmat ko'rsatish sohasida infratuzilmaviy va institutsional cheklovlarni bartaraf etish, hududiy iqtisodiy munosabatlarni rivojlantirish bo'yicha maqsadli dasturlarni ishlab chiqish hamda realizatsiya qilish, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishda an'analar va innovatsiyalarning integratsiyasini ta'minlash kabilarni o'z ichiga oladi.

5. Xizmat ko'rsatish sohasida **mehnat unumdorligining uzluksiz o'sishini ta'minlash**. Mazkur tamoyil xizmat ko'rsatish korxonalarini ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan rivojlantirish, ishlab chiqarilgan xizmatlarga talab va taklif muvofiqligiga erishish hamda barqaror iqtisodiy rivojlanishni ta'minlash imkonini beradi.

Ushbu tamoyillar iqtisodiy qonunlarning amal qilishiga muvofiq namoyon bo'ladi va sohaning barqaror rivojlanishini ta'minlash imkonini beradi.

Xulosa va takliflar. Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining menejrlari uchun muhim muammo – bu samaradorlik hisoblanadi. Shunga ko'ra, mehnat unumdorligini oshirish – bu ham davlat darajasida, ham korxona darajasida belgilanadigan muhim maqsaddir. Ta'kidlash mumkinki, mehnat unumdorligini oshirmasdan samaradorlikni oshirish bu qoniqarsiz natijalarga erishishning ancha oson yo'llarini topishning o'zginasidir. Xizmat ko'rsatish sohasida mehnat unumdorligini oshirish vazifasi nafaqat uning oshishi, balki ko'p jihatdan rahbariyatning harakatlari natijasi bo'lib hisoblanadigan baholash bilan ham bog'liq bo'ladigan o'ziga xos murakkabliklarni namoyon qiladi.

Xizmat ko'rsatish sohasidagi yana bir muhim o'ziga xos xususiyatlardan biri shundan iboratki, bunda ko'plab xizmatlarni ko'rsatish mulkchilik huquqlarining o'rin almashuviz va xizmatlarning iste'molchilari hamda ishlab chiqaruvchilari o'rtasidagi munosabatlarning o'zgarishsiz amalga oshirilishidir.

Ko'plab xizmatlar moddiylashgan bo'lmagani va nomoddiy qiymatliklar bilan munosabatlarga egaligi sababli buyumlarga bo'lgan mutlaq huquq kabi mulkchilik huquqi ham an'anaviy, tipik xizmatlarning nomoddiy, ko'zga ko'rinmaydigan tabiati bilan bog'liq bir qancha murakkabliklarga duch keladi. Xizmat ko'rsatish sohasida ko'pchilik vaziyatlarda nisbiy huquq, ya'ni bir tomondan, ishlab chiqaruvchining iste'molchiga talablari huquqi va ishlab chiqaruvchiga nisbatan iste'molchilarning majburiyatlari, ikkinchi tomondan esa iste'molchining

ishlab chiqaruvchiga nisbatan talablari huquqi va ishlab chiqaruvchining iste'molchiga nisbatan majburiyatlari amal qiladi. Xizmatlarni ishlab chiqarishning moddiy shart-sharoitlariga mulk huquqi muayyan darajada iste'molchining huquqlari bilan cheklanadi va bu yerda nozik huquqiy munosabatlar rivojlanadi. Ular iste'molchiga yetkazilgan ziyon o'rnini qoplash majburiyati xizmatlarni ko'rsatuvchining yoki mulk egasining zimmasiga yuklatilishini ko'zda tutib, bunda xavfsizlik talablariga yetarlicha darajada rioya qilmaslik anchagina zarar keltirishi mumkin bo'ladi.

Xizmat ko'rsatish sohasida intellektual mahsulot va nomoddiy qiymatliklar (masalan, tovar belgisi)ga nisbatan mulkchilik munosabatlarini qamrab oladigan intellektual mulk huquqi tobora keng yoyilmoqda. Intellektual mulk obyekti sifatida moddiy shakl emas, balki mazmun nazarda tutiladi. Lekin uni mulkchilik bilan birlashtiradigan asosiy jihat – bu intellektual faoliyat natijalariga to'la huquqning mutlaq xususiyati.

Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishida kichik korxonalar katta ahamiyatga ega bo'ladi. Jahon statistikasi shu haqida guvohlik beradiki, unga ko'ra, turli mamlakatlar va mintaqalardagi xizmat ko'rsatish ishlab chiqarishining katta qismi aynan kichik biznes sohasida jamlangandir.

Ta'kidlab o'tish muhimki, xizmat ko'rsatish sohasining kengayib borishi barcha davlatlarning rivojlanish darajasiga ta'sir ko'rsatadi. Mazkur sohaning rivojlanganlik darajasi jamiyat rivojlanishining mezoniga aylanib ulgurdi. Hozirgi vaqtda agarda xizmatlar sohasida yalpi milliy mahsulotning 65,0% dan kam qismi yaratiladigan bo'lsa, bunday mamlakat rivojlangan mamlakatlar qatoriga kiritilmaydi. Demak, hozirgi zamon iqtisodiyotida eng muhim makroiqtisodiy mutanosiblik xizmat ko'rsatish va tovarlar ishlab chiqarish sohalarining nisbati hisoblanadi.

Shunday qilib, xizmat ko'rsatish korxonalarida samaradorlikni oshirishga yo'naltirilgan xizmat ko'rsatish jarayonlarini intensivlashtirish alohida ahamiyatga ega. Bu jarayon xizmatlarni ishlab chiqarishda innovatsion boshqarish usullari va texnologiyalardan foydalanishni talab qiladi. Mazkur jarayon nafaqat xizmat ko'rsatishning innovatsion omillaridan foydalanishni, balki ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini ham oshirib boradi.

Xizmat ko'rsatish sohasida intellektual mahsulot va nomoddiy qiymatliklar (masalan, tovar belgisi)ga nisbatan mulkchilik munosabatlarini qamrab oladigan intellektual mulk huquqi tobora keng yoyilmoqda. Intellektual mulk obyekti sifatida moddiy shakl emas, balki mazmun nazarda tutiladi. Lekin uni mulkchilik bilan birlashtiradigan asosiy jihat – bu intellektual faoliyat natijalariga to'la huquqning mutlaq xususiyati.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. *Баринов Н.А. Указ. Соч. – С. 17.*
2. *Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика: учебное пособие / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т. А. Туренко; под ред. Т.Д. Бурменко. – Москва: КНОРУС, 2007. – 328 с.*
3. *Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика. – Москва: Проспект, 2011. – 688 с.*
4. *Волгин А.П. Управление персоналом в условиях рыночной экономики: Учебник – Москва, 2009.*
5. *Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура: Пер. с англ. Под. ред. О.И. Шкаратана. – Москва : ГУВШЭ, 2000.*
6. *Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Пер. сангл. проф. Н.Н.Любимова, под. ред. д.э.н., проф. Л.П.Куракова. – Москва: МИЭМП, 2010.*
7. *Котлер Ф. Основы маркетинга. – Москва: Прогресс, 1993.*
8. *Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг, 2-е изд. / Пер. с англ. Под ред. В. В. Кулибановой. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 752 с.: ил. – Серия «Теория и практика менеджмента».*
9. *Маршалл А. Принципы экономической науки / А.Маршалл: В 3 т. – Москва: Прогресс-Т.З. 1984. – 119 с.*
10. *Okoye A. Theorising corporate social responsibility as an essentially contested concept: is a definition necessary? [Text] // Journal of Business Ethics / 2009. – № 89. pp. 613–627.*
11. *Одегов Ю.Г., Абдурахманов К.Х., Котова Л.Р. Оценка эффективности работы с персоналом: методологический подход: Учебно-практическое пособие. – Москва: Издательство «Альфа-Пресс», 2011. – 752 с.*
12. *Сфера услуг: новая концепция развития/В.М. Рутгайзер, Т.И. Корягина, Т.И. Арбузов и др. – Москва: Экономика, 1990. – С. 148.*
13. *Теплицкий В., Костюковский Ю. Как оценить инвестиционную привлекательность предприятия // Деловая жизнь, 1993. – № 9. – С. 11-18.*
14. *Ураков Ж.Р. Хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизми (Самарқанд вилояти мисолида) // Иқт. фан. номз. ... дисс. – Тошкент: СамИСИ. 2011. 15-16 б.*
15. *Шумпетер Й.А. История экономического анализа в 3 тт. – Санкт-Петербург: Экономическая школа, 2004.*