

XIZMAT KO'RSATISH TURLARI VA ULARNING MILLIY IQTISODIYOTGA TA'SIRI

Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich

Namangan davlat texnika universiteti

dotsenti, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc)

ORCID: 0000-0002-3589-373X

xulugbek1984@gmail.com

Maralova Mashxura Baxtiyor qizi

Namangan davlat texnika universiteti

5-MJ-23 guruh talabasi

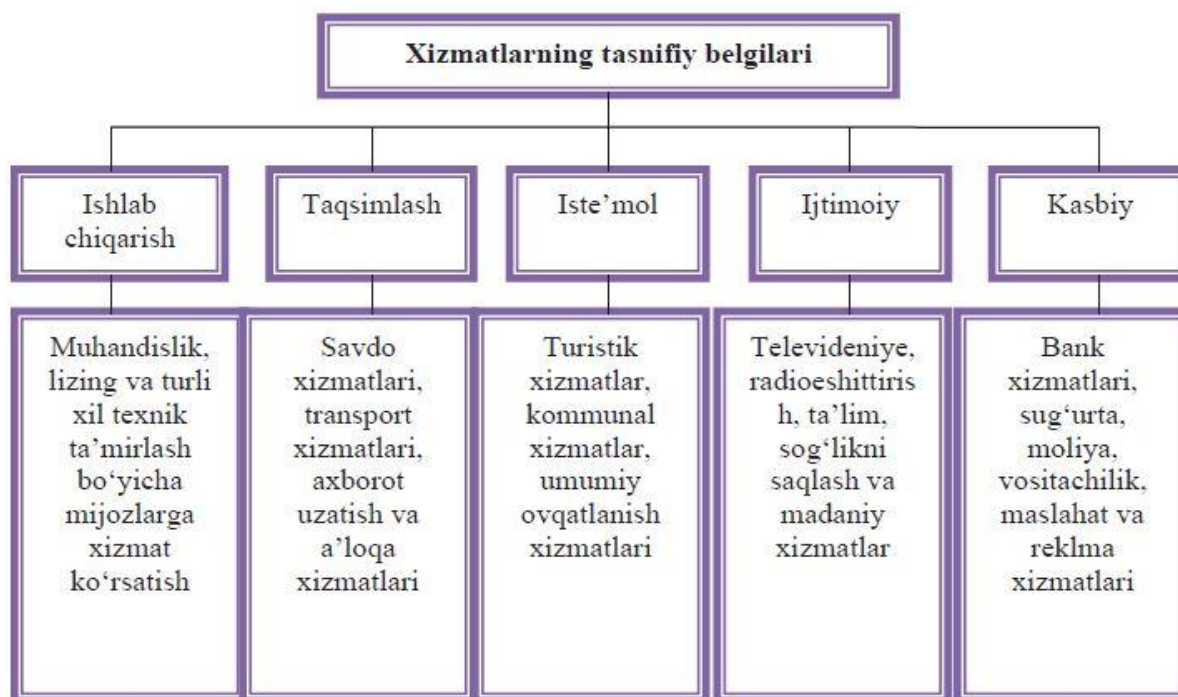
Annotatsiya. Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish va boshqarish juda murakkab ijtimoiy va iqtisodiy masala hisoblanadi. Bu sohani o'ziga xos muammolarini mukammal va chuqur o'rganmasdan xizmat ko'rsatish sohasini boshqarish bo'yicha strategik qarorlarni qabul qilish qiyin. Chunki boshqarishda ijtimoiy o'zgarishlar o'z-o'zidan, mexanik tarzda emas, balki bozor talablariga xos amalga oshirilishi kerak bo'ladi. Aksincha, u o'ta murakkab jarayon bo'lib, undagi ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlar hamda jamiyatdagi yangilanishlar gohida ochiq, gohida yashirin shaklda kechadi. Jahon amaliyoti ham, an'anaviy jamiyatlarning zamonaviy jamiyatlarga o'tish jarayonlarida aholining turmush darajasiga keskin ta'sir etishini, aholi o'rtasida tabaqalashuv va ijtimoiy adolat muvozanati buzilishini ko'rsatdi.

Kalit so'zlar: xizmat ko'rsatish, ishlab chiqarish, innovatsion faoliyat, korxonalar, usullar, bozor iqtisodiyoti, sof xizmatlar.

O'zbekistonda xizmat ko'rsatish tarmog'ida turli xizmat ko'rsatish sohalari rivojlangan. Ularning ichida milliy qadriyatlar bilan bog'liq sohalar ham bor. Shu bilan birga, zamonaviy xizmat ko'rsatish sohalari ham bor.

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, guruhlarga ajratish mumkin. Ushbu turlar tasniflash usullarini talab qiladi (1-rasm).



1-rasm. Xizmat ko'rsatishning turli tasnifiy belgilari

Xizmat ko'rsatish soha va tarmoqlarining rivojlanib borishi rivojlangan bozor iqtisodiyotiga asoslangan mamlakatlarning yalpi ichki mahsulot tarkibini ham o'zgarishiga o'z ta'sirini ko'rsatmoqda. Hozirgi vaqtda muayyan mamlakatni rivojlangan mamlakatlar qatoriga qo'shish uchun yaratilayotgan yalpi ichki mahsulot tarkibida xizmat ko'rsatish sohasi hissasining 65 foizdan yuqori bo'lishi asosiy mezon hisoblanadi. Mamlakatimiz iqtisodiyoti rivojlanishining hozirgi bosqichida servis xizmatlari soni va sifatiga qo'yilayotgan talablar oshib bormoqda. Bu esa xizmat ko'rsatish tarmoqlarida iqtisodiy o'sishning omillarini aniqlash hamda iqtisodiy samaradorlikka erishishni zarurat etadi.

Mamlakatimiz olimlaridan J.M.Qurbonov "Xizmat - jamiyatda bo'ladigan maxsus harakat, uning bajarilishida albatta falsafiy kategoriya hisoblangan insonning insonga yaxshilik qilish harakati har ikkala tomonga ham manfaat keltirishi kerak" [4], Ye.S.Fayziyev "Xizmat – bu insonlarning ehtiyoj va talablarini qondirishga qaratilgan faoliyatdir. Ushbu faoliyat mahsulotda gavdalanishi (moddiy xizmatlar), hamda

mehnat jarayonining o'zida iste'mol qilinadigan foydali mehnat samarasi sifatida (nomoddiy xizmatlar) namoyon bo'ladi..." [1], R.S.Amriddinova esa, "Xizmat - bu bir kishining ikkinchi kishi uchun qiladigan ma'lum ishi, deb tushuniladi. Xizmat tovardan farq qiladi, shu bilan birga o'zida tovar kabi o'z narxi va qiymatiga ega bo'ladi" [3], - deb izohlaydilar.

Umuman olganda, xizmatlarni tasniflashda ularni ma'lum darajada tartibga keltirishda Birlashgan Millatlar tashkiloti tomonidan mavjud xizmatlarning 160 ta turini 12 hil guruhga ajratiladi [2]. Ya'ni, ishchanlik xizmati 46 turda, aloqa xizmati 25 turda, injiniring va qurilish xizmati 5 turda, distribyutorlik xizmati 5 turda, umumta'lim xizmatlari 5 turda, atrof-muhitni muhofaza qilish xizmati 4 turda, moliyaviy hamda sug'urta xizmatlari 17 turda, sog'liqni saqlash, ijtimoiy xizmatlar 4 turda, sayyohlik va turizm xizmati 4 turda, madaniy hamda sportga oid xizmatlar 5 turda, transport xizmatlari 33 turda hamda boshqa maishiy xizmatlar 7 turda tasniflanadi.

Xizmatlar sohasining mazmuni va mohiyatiga to'xtaladigan bo'lsak, adabiyotlarda xizmatlar tushunchasiga bir qancha ta'riflari mavjud:

- u manfaatli harakatlar, jarayon yoki faoliyat;
- u sotish uchun ishlab chiqariladigan nomoddiy aktivlar;
- u vaziyat yoki bir qancha harakatlar, ya'ni bu harakatlar qiymatni ishlab chiqish vositasidir. Ular qiymatni yaratish imkoniga ega bo'lishi mumkin, ammo ularning o'zi alohida qiymat bo'la olmaydi.

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. (1-jadval)

1-jadval

Xizmatlarning muayyan tasnifiy belgilari bo'yicha turlarga ajratilishi

№	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 tavsifidagi 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 oraliqida 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.

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

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. 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 korxonalarining o'рни 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.

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 gorizontaloqalar 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 qobilligi 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 hususiyatdagi 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.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.

1. Fayziev E.S. Servis tizimi faoliyati asoslari. O'quv qo'llanma. Samarqand. "Zarafshon" nashriyoti. – 2010. -23b.

2. Арупов А.А. Казахстан в системе мировых торговых рынков. – Алматы: Университет «Туран», 2000.–с. 63.
3. Amriddinova R.S. “Mehnat resurslarini boshqarish asosida turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish yo‘llari (Samarqand viloyati turizm korxonalari misolida)” // I.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. - S.: SamISI, 2012. - 13 b.
4. Qurbonov J.M. Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish. Ma’ruzalar matni, I-qism. Samarqand, SamISI, 2009.–126 b.
5. Khakimov, B. J., Alimov, B. B., Kholmirezayev, U. A., & Polechov, A. X. (2013). theory of Economic Analysis. *Tashkent" economics-finance"*—2013.
6. Abdulazizovich, X. U. B. (2025). BILIMLAR IQTISODIYOTI SHAKLLANISHINING USTUVOR YO ‘NALISHLARI. *Journal of new century innovations*, 74(2), 65-70.
7. Abdulazizovich, X. U. B. (2025). MOLYAVIY AKTIVLAR HISOBINING USLUBIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH. *ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ*, 62(3), 146-152.
8. Abdulazizovich, X. U. B. (2025). INNOVASION FAOLIYATNING MOLYAVIY TA’MINOTINI KUCHAYTIRISH ZARURLIGI VA OMILLARI TAHLILI. *Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting*, 5(03), 142-146.
9. Xolmirzayev, U. B., & Hakimova, G. Z. (2024). SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI AMALGA OSHIRISHNING MOLYAVIY MEXANIZMI. *QO ‘QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 10, 96-98.
10. Abdulazizovich, X. U. B. (2023). Moliyaviy aktivlar hisobini yuritishda xalqaro standartlar qoidalarini qo‘llash masalalari. *Ilmiy monografiya. Toshkent–2023*.
11. Xolmirzayev, U. A., & Hakimova, G. A. (2024). SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI BOSHQARISH TIZIMI. *Экономика и социум*, (5-1 (120)), 938-941.

12. Khakimov, J. B., & Kholmirezayev, A. U. (2021). Positive Aspects Of Cash Method In Small Enterprises In The Context Of Pandemic. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12(7).
13. Холмирзаев, У. А. (2023). ДЕБИТОР ҚАРЗЛАРИНИ АЙЛАНИШИ ТАҲЛИЛИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ: ДЕБИТОР ҚАРЗЛАРИНИ АЙЛАНИШИ ТАҲЛИЛИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ.
14. Abdulazizovich, K. U. (2023). POSITIVE ASPECTS OF THE CASH METHOD IN SMALL ENTERPRISES UNDER UNUSUAL CIRCUMSTANCES. *ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW* ISSN: 2319-2836 *Impact Factor: 8.071*, 12(11), 38-47.
15. Qutbiddinovich, S. I., & Abdulazizovich, X. U. B. (2023). GAAP ASOSIGA QO'YILGAN MOLIYAVIY HISOB KONTSEPTSIYALARI. *Interpretation and researches*, 1(3), 42-50.