

HCS D

**Human capital and social
development.**

2025 – volume 13, issue 1

Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali.

2025 – 13-jild, 1-son



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SHAROF RASHIDOV NOMIDAGI SAMARQAND DAVLAT
UNIVERSITETI**



**Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali
Journal Human capital and social development
Журнал Человеческий капитал и социальноеразвитие
Jurnali**

13-jild, 1-son (fevral) 2025.

Jurnal 2021-yilda tashkil topgan.

Davriyligi: har ikki oyda

Davriy nashirning rasmiy nomi: “Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish”-“Human capital and social development”-“Человеческий капитал и социальное развития” O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan 19.05.2021 sanada berilgan №1179 guvohnomasi bilan ro‘yhatdan o‘tgan.

Junal: O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2023 yil 30 noyabrdagi 342/3-son qarori bilan tasdiqlangan Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) va fan doktori (DSc) Ilmiy darajasiga talabgorlarning dissertatsiya ishlari yuzasidan dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yhatiga kiritilgan.

Jurnal asoschilari: Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti Inson resurslari va mahalla tarqhiyotini boshqarish instituti.

Nashr etuvchi: SamDU tahririy-nashriyot bo‘limi.

Xalqaro indeksi: ISSN 3030-3672

Tahririyat telefoni: +998 (94) 283 56 78, +998 (90) 502 13 03

Pochta manzili: 140104, Samarqand shahar., Universitet xiyoboni, 4

Web-sayt: www.hcsd.samdu.uz.

E-mail: muhridinrabbimov@gmail.com

«INSON KAPITALI VA IJTIMOYIY RIVOJLANISH»
«HUMAN CAPITAL AND SOCIAL DEVELOPMENT»
«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ»
JURNALI

Bosh muharrir: t.f.d., prof. Xalmuradov Rustam Ibragimovich

Bosh muharrir o‘rinbosari: i.f.d., prof. Arabov Nurali Uralovich

Kotib: PhD, dots. Nasimov Ikrom Xusanovich

Texnik muharrir: assistent., Rabbimov Muxriddin Musoqul o‘g‘li

TAHRIRIYAT KENGASHI

O‘zFA akademigi, i.f.d., prof. Abdurahmonov Qalandar Xodjayivech

O‘zFA akademigi, i.f.d., prof. G‘ulomov Saidaxror Saidaxmedovich

DSc, professor Daler Mirpochoyev (Iqtisodiyot va savdo instituti, Tojikiston)

PhD, professor Arindam Banik (Xalqaro menejment instituti, Hindiston)

PhD, professor Jiye Li (Sian Jiatong universiteti, Xitoy Xalq Respublikasi)

PhD, professor Bayong Van Li (Yongnam universiteti, Janubiy Koreya)

PhD, professor Vonyong Li (Yongnam universiteti, Janubiy Koreya)

PhD, professor Yan Patterson (Kvinslend universiteti, Avstraliya)

PhD, dots. Djurakulov Shoxrux Davronovich (SamDU)

i.f.n., dots. Yuldashev Shamsiddin Qiyomiddinovich (SamDU)

i.f.n., dots. Nizamov Axtam Numonovich (SamDU)

i.f.n., dots. Bozorov Berdimurod Ulug‘murodovich (SamDU)

i.f.n., dots. Boboqulov Bahromqul Mamatkulovich (SamDU)

i.f.n., dots. Usmonova Dilafruz Karshiyevna (SamDU)

i.f.n., dots. Alibekova Saodat Lapasovna (SamDU)

PhD, dots. Ulug‘murodova Nodira Berdimuradovna (SamDU)

PhD, dots. Sharifov Shuhrat Saidahmadovich (SamDU)

PhD, dots. Bakayev Ziyovuddin Toshbolta o‘g‘li (SamDU)

PhD, dots. Karjavova Xurshida Abdumalikovna (SamDU)

PhD, dots. Mansurova Nargiza Shamsiddinovna (“Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti)

PhD, dots. Djalilov Faxriddin Azimovich (SamDU)

PhD, dots. Boltayev Burxon Sadinovich (SamDU)

PhD, dots. Maxmudova Mohinur Ravshanbekovna (SamDU)

XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI, NAZARIY YONDASHUVLAR VA XIZMATLAR TASNIFI.

E.E.Pardayev 

Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti, Samarqand, O'zbekiston.

OPEN ACCESS

HCSD

Correspondence

Pardayev Erkin Egamberdi o'g'li

Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti

mustaqil tadqiqotchisi

Email: erkin_sayyor93@mail.ru

Tel: +998937242375

Received: 15 January 2025

Revised: 22 January 2025

Accepted: 14 February 2024

Published: 28 February 2024

Funding source for publication:

Samarkand State University.

Publisher's Note: HCSD stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: Journal Human capital and social development © 2 by Samarkand State University is licensed <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Annotatsiya: Ushbu maqolada xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish xususiyatlari va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati, «xizmat» kategoriyasining mohiyati va mazmuni, xizmat ko'rsatish sohasini tarkibiy jihatdan tizimlashtirishga yondashuvlar, xizmatlarning tasnifiy belgilari bo'yicha turlari va tavsifi, xizmatlarni alohida guruhlariga tasniflashning metodologik yondashuvi hamda xizmatlar bozori amal qilishining o'ziga xos xususiyatlari, funksiyalari va rivojlanish tamoyillari tadqiq qilingan.

Kalit so'zlar: xizmat ko'rsatish sohasi, xizmatlar tasnifi, xizmat ko'rsatish jarayoni, texnologik jarayon, moddiy ishlab chiqarish, nomoddiy ishlab chiqarish, iste'molchilar, funktsiya.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ, ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ УСЛУГ.

Аннотация. В статье рассматриваются особенности развития и социально-экономическое значение сферы услуг, сущность и содержание категории «услуга», подходы к структурной систематизации сферы услуг, виды и характеристики услуг по классификационным признакам, методические подходы к классификации. Рассмотрены особенности, функции и принципы развития рынка услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, классификация услуг, процесс оказания услуг, технологический процесс, материальное производство, нематериальное производство, потребители, функция.

DEVELOPMENT FEATURES OF THE SERVICE SECTOR, THEORETICAL APPROACHES AND CLASSIFICATION OF SERVICES.

Abstract. This article examines the development characteristics and socio-economic significance of the service sector, the essence and content of the category "service", approaches to the structural systematization of the service sector, types and descriptions of services by classification criteria, a methodological approach to classifying services into separate groups, and the specific features, functions, and development principles of the service market.

Keywords: service sector, classification of services, service process, technological process, tangible production, intangible production, consumers, function.

KIRISH (Introduction)

Iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi sharoitida jahonning rivojlangan bozor iqtisodiyotiga asoslangan mamlakatlari taraqqiyotida industrial rivojlanishdan keyingi bosqich (postindustrial) xos bo'lib, mazkur bosqichda iqtisodiy o'sish omillarining o'zni va ahamiyati muntazam o'zgarib bormoqmoqda. Ishlab chiqarish omillariga ilmiy-texnik taraqqiyot omili ham qo'shilib, bunda axborotlar va kognitiv omillar hamda nano va biotexnologiyalarga asoslangan ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish) asosiy resurslar sifatida namoyon bo'lmoqda. Natijada innovatsion iqtisodiyot bevosita ushbu omillar ta'sirida rivojlanib, ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanishda inson kapitali hal qiluvchi o'ringa ega bo'lmoqda. Bu makroiqtisodiyotda boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish va qabul qilish uchun talab qilinadigan axborot hajmlarini keskin darajada ortishiga olib keladi. Natijada xodimlarning bilimi va har bir mamlakatda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanish darajasi uning taraqqiyoti va raqobatbardoshligini belgilab beradi. Jamiyatda industrial rivojlanishidan keyingi bosqichida iqtisodiy o'sishni ta'minlashda intellektual kapital va axborot resurslari asosiy ishlab chiqarish omili sifatida muhim o'rin egallamoqda.

Shuningdek, hozirgi kunda bozor munosabatlari rivojlanishining muhim strategik yo'nalishi bo'lib, respublikaning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini jadallashtirish, bozor mexanizmlarini joriy etish asosida tarmoqlar va korxonalar faoliyati samaradorligini oshirish, aholi turmush darajasini oshirish uchun fan-texnika

taraqqiyoti va innovatsion rivojlanishga erishish hisoblanadi.

Rivojlangan bozor iqtisodiyoti xizmat ko'rsatish sohasida zamonaviy infratuzilma mavjudligini ob'ektiv ravishda zarurat etmoqda. Iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi sharoitida shaxsning ijodiy rivojlanishi va munosib turmush sharoitlarini shakllantiruvchi kompleks shart-sharoitlarni ta'minlash bo'yicha ehtiyojlarni keskin o'sishiga olib kelmoqda. Milliy iqtisodiyotning soha va tarmoqlari tarkibida xizmat ko'rsatish sohasi jadal sur'atlar bilan rivojlanib boruvchi sohalardan biri hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili (Literature review)

Industrial va servis iqtisodiyoti rivojlanishining o'ziga xos xususiyatlari, iqtisodiy o'sish, xizmat ko'rsatish sohasini o'rganishning o'ziga xos jihati, xizmatlar (mahsulotlar) sifati va raqobatbardoshligini oshirish, xizmat ko'rsatish jarayonida mehnat intensivligi va samaradorligini oshirish, ijtimoiy va iqtisodiy samaradorlikka erishish, xizmat ko'rsatishning zamonaviy tarmoqlarini rivojlantirish, mehnat unumdorligini oshirish, inson kapitali rivojlanishi, xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion rivojlanishi bilan bog'liq muammolarning fundamental asoslari Keyns J.M. [9], Marshall A. [13], Shumpeter Y.A., [21], Kottler F. [10], Makkonnell C.R., Bryu S.L. [11], Katels M. [7] asrlarida yoritib berilgan.

Xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishining tashkiliy-iqtisodiy va institutsional jihatlari, xizmatlarning tavsifi va tasnifi, xizmat ko'rsatish sohasi tarmoqlari va korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni oshirish mexanizmlari, soha korxonalarida mehnat samaradorligini oshirish, ishlab chiqarish

(xizmat ko'rsatish) omillaridan samarali foydalanish, mehnat unumdorligini oshirish, xizmat ko'rsatish intensivligini ta'minlash, xizmatlar bozori infratuzilmasining rivojlanishi, xizmatlarga talab va taklif muvofiqligi, servis korxonalarida xizmatlar sifatini oshirish orqali iste'molchilar talabini qondirish, xizmat ko'rsatish tarmoqlarining innovatsion rivojlanish omillari va xususiyatlari, xizmat ko'rsatish jarayonlarini tashkil etishga oid tadqiqotlar Arabov N.U., Artikov Z.S. [1], Rayzberg B., Lozovskiy L., Starodubseva Ye. [18], Jilsov Ye.N. [6], Tepliskiy V., Kostyukovskiy Yu. [20], Rubsova N.V. [17], Pardaev M.Q., Ochilov I.S. [16], Yerofeeveva A.P. [5], Muxamedov M.M. [14], Axmedjanov A.R. [3] larning asarlarida o'rganilgan.

Mamlakatimiz iqtisodiyotining innovatsion rivojlanishi sharoitida xizmat ko'rsatish sohasining barqaror rivojlanishi xo'jalik sub'ektlari faoliyatining intensivligini ta'minlash, resurslar salohiyatini oshirish, iqtisodiy samaradorlikka erishish mexanizmini takomillashtirishni talab etmoqda. Xizmat ko'rsatish sohasi xo'jalik sub'ektlari faoliyati samaradorligiga erishishga yo'naltirilgan mehnat intensivligi va unumdorligini oshirish, resurslardan tejankor foydalanish, xizmatlar sifatini va raqobatbardoshligini ta'minlash, raqamli xizmatlarni diversifikatsiyalash, iste'molchilarning ko'rsatilayotgan xizmatlarga bo'lgan talabini to'liq qondirish masalalari sohaning asosiy muammolari hisoblanadi. Shuningdek, milliy va xalqaro bozorlarda xizmatlar raqobatbardoshligini oshirish va eksportini ko'paytirish iqtisodiy o'sishga erishishning ustuvor vazifasi bo'lib hisoblanadi.

Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology)

Tadqiqot jarayonida xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish xususiyatlari, «xizmat» kategoriyasining mohiyati va mazmuni, xizmat ko'rsatish sohasini tarkibiy jihatdan tizimlashtirishga yondashuvlar hamda xizmatlarning tasnifiy belgilari bo'yicha turlari, funksiyalari va tamoyillari bo'yicha iqtisodiy tizimlar va nisbatlarni o'rganishga dialektik, tizimli va ilmiy-nazariy yondashuv, qiyosiy va solishtirma tahlil hamda guruhlash usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar (Analysis and results)

Xizmat ko'rsatish sohasi o'zining ijtimoiy-iqtisodiy mohiyatiga ko'ra, aholi turmush darajasi va sifatini oshirish bilan bog'liq inson kapitali rivojlanishiga qulay sharoitlarni yaratish hamda ijtimoiy mehnat taqsimotini yuqori darajaga kutarilishini ta'minlashga yo'naltirilgan inson faoliyatining turli xil yo'nalishlari va sohalarini o'z ichiga qamrab oladi [3].

Bugungi ko'nda rivojlangan mamlakatlarda, xususan, AQSh iqtisodiyotida jami ish o'rinlarining 80,0 %i xizmat ko'rsatish sohasi tarmoqlari hissasiga to'g'ri keladi. Ushbu sohada faoliyat yuritayotgan xodimlarning 85,0 %i yuqori bilim va malakaga ega mutaxassislar hisoblanadi [3].

Shunday holatni iqtisodiy jihatdan rivojlangan boshqa davlatlarda ham kuzatish mumkin. Masalan, Buyuk Britaniya sanoatida ish bilan band bo'lganlar 14,0 %ni, Yaponiyada 18,0 %ni, Italiya va Germaniyada 20,0 %ni tashkil etadi. «Economist» jurnalida keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra, AQSh sanoat ishlab chiqarishida band bo'lganlar soni umumiy mehnatga

layoqatli aholining 10,0 %ini tashkil etadi. Ularning deyarli yarmi bevosita ishlab chiqarishda band bo'lmagan xizmat ko'rsatish bilan bog'liq faoliyat bilan (dizayn, tovarlarni tarqatish, moliyaviy rejalashtirish, marketing va h.k.) shug'ullanishadi [15].

Xizmat ko'rsatish sohasining o'ziga xos jihati sohada faoliyat yuritayotgan xo'jalik sub'ektlari tomonidan aholini keng ko'lamli xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarining salmoqli qismi qondirilishi hisoblanadi. Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishiga umumiy tavsif berish hamda mazkur sohadagi xo'jalik sub'ektlari faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash uchun «xizmat» kategoriyasini tadqiq etish xizmat ko'rsatish jarayonlarini tashkil etishning muhim jihatlariga baho berish orqali uning iqtisodiy mazmunini aniqlashni zarurat etadi.

Vatanimiz va xorijiy adabiyotlarni o'rganish natijalariga asoslanadigan bo'lsak, hozirgi kungacha turli xil ilmiy yondashuvlar mavjud bo'lib, «xizmat» kategoriyasining yaxlit tavsifga ega mohiyati bo'yicha ta'rif berilmagan. Iqtisodiy mazmuniga ko'ra, xizmatlarning asosiy xususiyati sifatida iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan faoliyat bo'lib, aniq xizmat turi yoki ko'rinishining pirovard natijasi hisoblanadi.

MDH mamlakatlari iqtisodiy adabiyotlarida xizmatlar ta'rif quyidagicha tavsiflanmoqda: «... maqsadli (ongli) mehnat bo'lib, unda ishlab chiqarishning samarasi uning iste'moli bilan mos tushadi» [20]. Bizningcha, ushbu keltirilgan ta'rif umumiy tavsifga ega bo'lib, «xizmatlar» kategoriyasining mohiyatini yoritib

berishda ko'proq sub'ektiv yondashuvni ifodalaydi.

Iqtisodchi olimlar B.Rayzberg, L.Lofovskiy, Ye.Starodubsevalarning fikricha: «xizmatlar – faoliyatning bir turi bo'lib, ushbu faoliyat davomida yangi, avval mavjud bo'lmagan moddiy-buyumlashgan mahsulot yaratilmaydi, balki avval yaratilgan mavjud mahsulotning sifati o'zgaradi. Ushbu buyumlar moddiy mahsulotlar ko'rinishida emas, balki faoliyat shaklida taqdim etiladi» [18]. Mazkur ta'rifda xizmatning mazmunini ochib beruvchi mehnat natijasi sifatida yaratilgan mahsulotning buyum shaklida emas, balki faoliyat shakli sifatida taqdim qilinishi aytilgan.

F.Kottlarning fikricha, xizmatlar keng ko'lamli xilma-xil faoliyat turlari hamda tijorat mashg'ulotlarini ifodalab, 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'lmashligi ham mumkin» [10].

M.Katels axborot iqtisodiyotining xususiyatlarini ta'riflab, xizmatlarning yangicha xususiyat kasb etishiga va xizmatlar ishlab chiqarish bo'yicha faoliyatning yangi belgilariga o'z e'tiborini qaratgan. Uning fikriga ko'ra, 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 xususiyalardan kelib chiqib aniqlashda shuni aytish kerakki, axborot

iqtisodiyotining rivojlanishi bilan tovarlarning «nomoddiyligi» va «moddiyligi» o'rtasida mazmunan farqi yo'qoldi [7].

Bizningcha, ushbu ta'rifdan xulosa qilsak, hozirgi axborot texnologiyalariga asoslangan zamonaviy iqtisodiyotda aksariyat xizmatlar tarkibida moddiy buyumlar va ashyolar salmoqli o'ringa ega bo'lsa, aksincha moddiy ishlab chiqarish natijalari tarkibida nomoddiy elementlarning hisssasi ortib bormoqda.

Ye.N.Jilsovning ilmiy yondashuviga kra, «xizmat – bu har qanday mulkka egalik huquqini o'tkazmasdan shaxsiy va jamoaviy ehtiyojlari qondirishga ko'maklashishdir» [6]. Mazkur ta'rifning mazmuni shundan iboratki, iste'molchilar uchun ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan foydali hisoblangan xizmat ko'rsatishning o'ziga xos xususiyati sifatida ham individual, ham jamoaviy ehtiyojlarni qondirishga alohida e'tibor berilgan.

«Xizmat» kategoriyasining mohiyatini aniqlashda aholi ehtiyojlarini qondirish bo'yicha xizmat ko'rsatuvchilar va iste'molchilarning bevosita o'zaro munosabati natijasi sifatida amaliyotga kiritildi. Shuningdek, iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi hamda xizmatlar turlarining diversifikatsiyalanishi bilan ularga bo'lgan talab yanada ortib boradi. Xizmatlar korxonalar va tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish asosida turli xil ehtiyojlarni qondirishga yo'naltiriladi.

Haqiqatdan ham, bizning fikrimizcha, xizmatlar moddiy shaklga ega bo'lmagan, aholi ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan iqtisodiy faoliyatning alohida turi hisoblanadi. Xodimlarning xizmat ko'rsatishdagi

faoliyati oldi-sotdi ob'ekti bo'lgan natijani shakllantiradi va pirovardida ishlab chiqarilgan xizmatlar hajmi mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibiga rasmiy tarzda kiritiladi.

Xizmat ko'rsatish majburiyati bo'yicha xodimning faoliyatining pirovard natijasi moddiy tarkib emas, balki xizmatlar nomoddiy tavsifga ega bo'ladi hamda xizmat ko'rsatuvchi xodimning shaxsi bilan bevosita bog'liqdir. Keltirilgan belgilar ushbu majburiyatlarni mol-mulk va pudrat bo'yicha shartnomalaridan ajratib turadi, chunki ularning natijasi moddiy tavsifga ega bo'lmaydi.

«Xizmat» kategoriyasiga berilgan barcha ta'riflar ikki asosiy yondashuvdan tashkil topib, dastlabki holatda xizmat faoliyatning foydali natijasi sifatida, ikkinchi holatda esa harakatlar jamlanmasi sifatida namoyon bo'ladi. Dastlabki ta'rifni yoqlaydiganlar C.R.Makkonnell va S.L.Bryu quyidagicha tavsiflaydilar: «xizmat nomoddiy (ko'rinmas) bo'lib, uning evaziga iste'molchi, firma yoki hukumat qimmatli narsani berishga tayyordirlar» [11].

Ikkinchi nuqtai nazar bo'yicha xizmatni foydali natija emas, balki muayyan faoliyat sifatida ifodalanadigan xizmat kategoriyasining ta'rifi bo'yicha, biz, quyidagi mualliflar yondashuvlarini keltiramiz: Servis yoki xizmatlar – «bir tomon boshqasiga taklif qilishi mumkin bo'lgan har qanday faoliyat; hech narsaga egalik qilishga olib kelmaydigan nomoddiy harakatlar. Xizmat ko'rsatish moddiy mahsulotlarga ham bog'liq bo'lishi mumkin» [8]. «Xizmat bu harakat yoki samara bo'lib, uning xaridori hech

qanday moddiy ob'ektga egalik qilish huquqiga ega bo'lmaydi» [4].

F.Kotlarning fikricha, xizmatni bir tomonning boshqasiga taqdim etishi mumkin bo'lgan va asosan nomoddiy ko'rinishda bo'lgan har qanday tadbirlar yoki foyda sifatida tushuntiradi [8].

Vatanimiz iqtisodchi olimi M.M.Muxamedovning fikricha, «Xizmat» tushunchasining mantiqiy mazmun-mohiyati shundaki, u inson faoliyati mahsuli sifatida mehnatning boshqa turlaridan o'zida alohida bir muhim

xususiyatni mujassamlashtirganligi bilan ajralib turadi. Xizmatlar – kishilar o'rtasidagi bevosita, to'g'ridan-to'g'ri, ya'ni moddiy shakldagi vositalarsiz o'zaro faoliyat – ne'mat, ishlab chiqarish, iste'mol munosabatlarini ifodalaydi [14].

M.Q.Pardaev va I.S.Ochilovlar «servis deganda insonlarning ma'lum bir ehtiyojini qondirishga yo'naltirilgan kishilarning naf keltiradigan ma'lum sertifikat va andozalarga ega, sifat jihatidan yuqori bo'lgan xizmat jarayoni bilan bog'liq ongli faoliyati tushuniladi» [16], deb ta'rif berganlar. Mazkur ta'rifda servis kategoriyasiga xizmatning muayyan sertifikat va andozalarni ifodalaydigan, yuqori sifatni ta'minlaydigan xizmat ko'rsatish faoliyati sifatida qaraladi.

Biz, yuqorida keltirilgan ilmiy qarashlar va yondashuvlarga asoslanagan holda «xizmat» kategoriyasining quyidagi ta'rifini ishlab chiqdik: «xizmat – bu foydali faoliyatning bir turi bo'lib, mehnatning boshqa turlaridan o'zida alohida bir muhim xususiyatini mujassam etganligi bilan ajralib turuvchi, uni bajaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi bevosita o'zaro munosabatlarning natijasi sifatida iste'molchining talabini

qondirishga yo'naltirilgan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatdir».

Moddiy xizmatlarni ishlab chiqarish moddiy ob'ektlar bilan bevosita uzviy bog'liqdir. Masalan, transport ob'ektlarning makondagi holatini o'zgartiradi, savdo esa ularning kimgadir tegishli ekanligini namoyon etadi. Bundan farqli ravishda nomoddiy xizmatlar ishlab chiqarish moddiy ob'ektlarga nisbatan tubdan ajralib turadi. Bunda ta'sir ob'ekti bo'lib, moddiy buyumlar emas, balki bevosita shaxs hisoblanadi.

Amerikalik iqtisodchi olim Duglas Norton xizmat ko'rsatish sohasini tarkibiy jihatdan tizimlashtirishga yondashuvi alohida qiziqishni yuzaga keltiradi. Olimning fikricha, institutlarning jamiyat hayotidagi roli va o'rnini ta'kidlash uchun yaxlit iqtisodiyotda transformatsion sektor (tovarlarni fizik xususiyatini o'zgarishi) tranzaksion sektor (kimgadir iqtisodiy ne'matlar egalik qilishi bo'yicha sof ijtimoiy tavsifning o'zgarishi)ga ajratib ko'rsatish zarurligi ta'kidlangan [23]. Mazkur yondashuv asosida xizmat ko'rsatish sohasining bir qismi transformatsion sektorga (transport, ta'lim), bir qismi esa transaksion sektorga (savdo, menejment, moliya) tegishlidir.

Amaliyotda xizmat ko'rsatish sohasi ko'plab faoliyat turlarini o'z ichiga qamrab olib, ularni quyidagi turlari bo'yicha tasniflash mumkin (1-rasm).

Xizmatlarni tovarlar bilan aloqadorligi va o'zaro bir-birini almashtirib turishiga ko'ra, guruhlariga tasniflash mumkin [22]:

1. Tovarlarga biriktirilgan xizmatlar (kinofilmlar, plastinkalarga ovoz yozish,

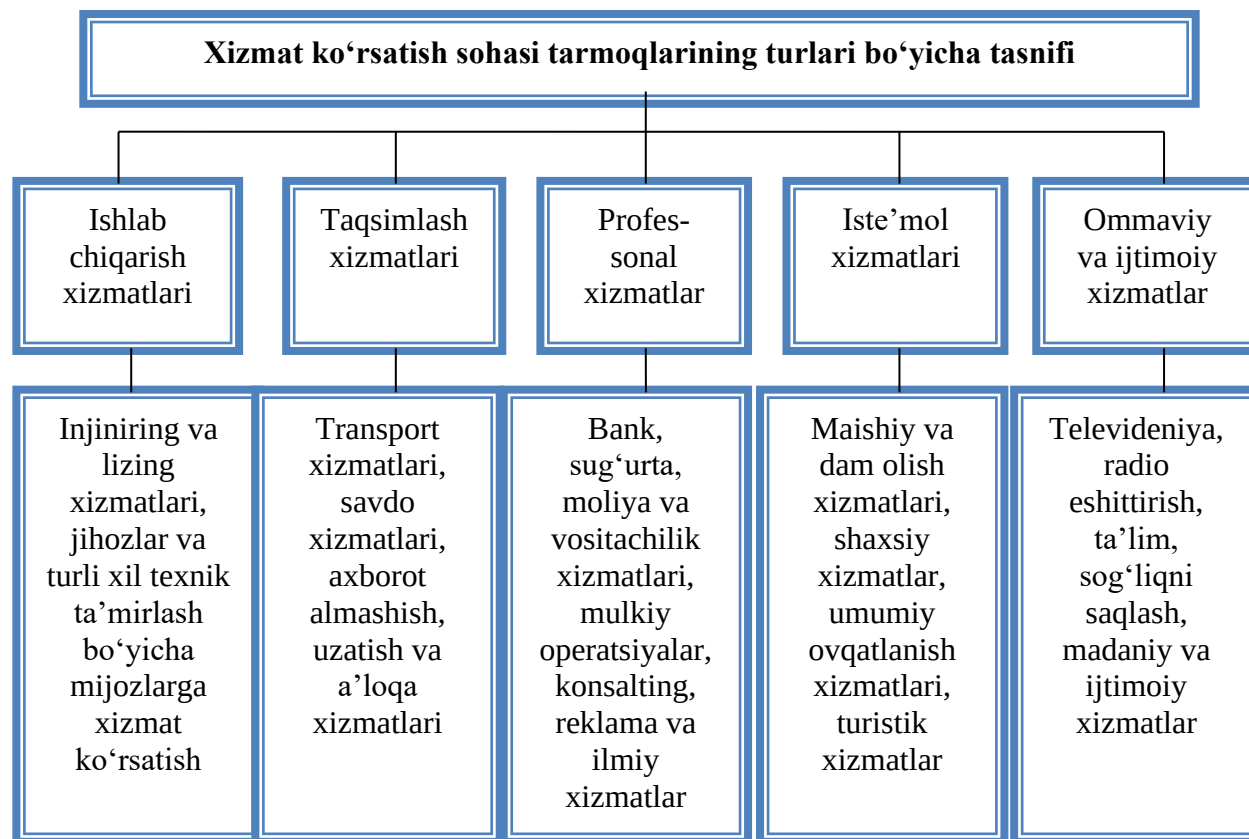
magnit lentalar, diskalar, kasetalar va boshqalar);

2. Tovarlar savdosiga qo'shimcha xizmatlar (pochta xizmatlar, saqlash, etkazib berish, yuklarni so'g'urtalash, tovarlarni sotish bilan bog'liq bank xizmatlari);

3. Tovarlarni sotish o'rini bosuvchi xizmatlar (lizing, ta'mirlar va iqtisodiy-texnik xizmatlar);

4. Tovarlar realizatsiyasi bilan bog'liq bo'lmagan xizmatlar (arxitektura, injiniring, moliyaviy hisobot, yuridik, tibbiy, axborot xizmatlari, ma'lumotlarni qayta ishlash, telekommunikatsiya, sayyohlik).

Biroq, hozirgi kunda xizmatlarning turlari bo'yicha umumqabul qilingan aniq tasnifi mavjud emas.



1-rasm. Xizmat ko'rsatish sohasi tarmoqlarining turlari bo'yicha tasnifi

Moddiy ishlab chiqarishga tegishliligi bo'yicha xizmatlarni ikki guruhga ajratish mumkin:

– ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatish va iste'mol kanallari orqali davom ettirish bilan bog'liq xizmatlar;

– shaxsiy va ijtimoiy tavsifga ega bo'lgan nomoddiy xizmatlar.

Xizmatlarni shartli ravishda bunday bo'linishi axborot, maslahat, marketing kabi turlarini garchi nomoddiy tavsifga ega bo'lsada, ularni ishlab chiqarish

xizmatlari guruhiga kiritish zarur hisoblanadi.

Xizmatlarni shaxsiy va ijtimoiy xizmatlarga bo'linishi ham etarlicha aosga ega emas, chunki sog'liqni saqlash, madaniyat nafaqat shaxsiy ehtiyojlarni, balki ijtimoiy ehtiyojlarni qondirishga ham yo'naltirilgan. Yagona texnologik jarayon va boshqaruv asosidagi xilma-xil xizmatlar (kommunal xo'jaligi, transport, aloqa va b.)ning o'zaro bog'liqligi va aloqadorligi ham ishlab chiqarishga

tengishliligi bo'yicha ham farqlashni murakkablashtiradi.

Deyarli MDH davlatlarining barchasida ba'zi xizmat ko'rsatish sohaslarini (savdo, uy-joy kommunal xo'jaliklari, maishiy xizmatlarning sanoat turlari) moddiy ishlab chiqarishga o'tkazilishi bozor iqtisodiyotidan oldingi davrda an'anaviy tarzda joriy etilgan. Buning asosiy sababi unumli mehnat orqali yaratilgan milliy daromadning asosiy manbai sifatida moddiy ishlab chiqarishga siyosiy ustuvorlikning berilishi hisoblangan. Qolganlari shaxsiy tavsifdagi xizmatlarni moliyalashtirishga yondashuvlarni ifoda etgan.

Xizmatlar tasnifini ishlab chiqishda asos sifatida turli xil mezonlar, ya'ni iste'molchilar maqsadiga ko'ra, xizmatlarning mehnat sig'imi, ko'rsatilayotgan xizmatlarning moddiylashuv darajasi va sezuvchanligiga ko'ra, guruhlariga ajratish mumkin.

Xizmat ko'rsatish sohasining turli xil tarmoqlari iqtisodiy taraqqiyotning sanoat rivojlanishidan keyingi bosqichining rivojlanish xususiyatlarini o'zida aks ettirganligi sababli, iqtisodiy adabiyotlarda zamonaviy postindustrial jamiyat rivojlanishini ob'ektiv ravishda tavsiflash uchun xizmat ko'rsatish va servis sohasini uchta sektorga ajratish tavsiya etilgan. Bular: 1. Birinchi darajali sektor – moddiy ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatuvchi xizmatlar; 2. Ikkinchi darajali sektor – savdo, moliya, sug'urta, ko'chmas mulkni saqlash xizmatlari; 3. Uchinchi darajali sektor – axborot-kommunikatsion, ta'lim, ilmiy-tadqiqot, tadbirkorlik va davlat boshqaruvi xizmatlari.

Servis jarayoni – bu resurslardan foydalanish omillarini yakuniy natijaga o'zgartirishga yo'naltirilgan harakat yoki

harakatlar to'plamidir. O'zgartirish ob'ekti sifatida inson, moddiy va nomoddiy ob'ektlar ishtirok etishi mumkin.

K.Lavlok xizmat ko'rsatish jarayonlarini operatsion (funktional) nuqtai nazardan ko'rib chiqib, ularni to'rtta katta guruhga ajratadi [12]:

- insonga yo'naltirilgan (tibbiyot, sport, mehmonxona, restoran, ransport, yo'lovchi va b.) xizmatlar;

- inson tafakkuriga yo'naltirilgan (axborot, ta'lim, madaniy-ko'ngil ochar) xizmatlar;

- inson mulki hisoblangan moddiy ob'ektlarga yo'naltirilgan (transport, yuk tashish, texnikalarni ta'mirlash, savdo va b.) xizmatlar;

- axborotlarni qayta ishlashga asoslangan nomoddiy aktivlarga yo'naltirilgan (bank, moliyaviy, huquqiy, sug'urta, buxgalteriya, ilmiy-tadqiqot va b.) xizmatlar.

Bizning fikrimizcha, xizmatlarning alohida yo'nalishlari va belgilari bo'yicha tasnifi 1-jadvalda keltirilgan.

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 kombinasiyasi (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 ular ishlab chiqarish-texnologik va «sof xizmatlar» deb nomlangan xizmatlar funksional yondashuvlar hisoblanadi. [2]. Texnologik umumiylikka asoslangan

Jahon statistika amaliyotida ikki ishlab chiqarish-texnologik jihat xizmat xususiyatni birlashtirgan tasniflash ko'rsatish sohasini jamoaviy vertikal yondashuvi ancha ommalashgan bo'lib, shakllanishi sifatida birlashtiradi.

1-jadval

Xizmatlarning muayyan tasnifiy belgilari bo'yicha turlarga ajratilishi

№	Xizmatlarning tasnifiy belgilari	Xizmatlar turlari
1.	Xo'jalik faoliyatini muvofiqlashtirish uslubiga ko'ra	Bozor xizmatlari, nobozor xizmatlar.
2.	Resurslardan foydalanishda mulk shakli bo'yicha	Ijtimoiy sektor xizmatlari, xususiy sektor xizmatlari, aralash mulk shakliga asoslangan firmalar xizmatlari.
3.	Tarmoq belgilari bo'yicha	Savdo, transport, ta'lim, sog'liqni saqlash, turizm, maishiy, kommunal, axborotlashtirish, ko'chmas mulk sohasidagi, bank, madaniyat va boshqalar.
4.	Operatsion (funktional) belgilari bo'yicha	Insonlarga yo'naltirilgan xizmatlar; inson tafakkuriga yo'naltirilgan xizmatlar, mulkiy ob'ektlarga yo'naltirilgan xizmatlar, axborotlarni qayta ishlashga yo'naltirilgan xizmatlar.
5.	Moddiy-buyum mazmuniga ega xizmatlar	Moddiy ishlab chiqarish xizmatlari; nomoddiy xizmatlar.
6.	O'ziga xos xususiyatlariga ko'ra	Yangi iste'mol qiymatini yaratuvchi; tovarlarning iste'mol xususiyatini tiklovchi xizmatlar; shaxsiy tavsifdagi xizmatlar.
7.	Sezuvchanlik darajasiga ko'ra	Ob'ekt sifatida insonga yo'naltirilgan seziluvchan xizmatlar (sog'liqni saqlash, restoran); ob'ekt 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).
8.	Xizmatlarni taqdim qilish joyiga ko'ra	Iste'molchi turgan joyiga ko'ra, etkazib beruvchi turgan joyga ko'ra, masofaviy xizmatlar.
9.	Iste'mol qilish davriga ko'ra	Doimiy talabga ega xizmatlar, muntazam bo'lmagan talabga ega xizmatlar, davriy talabga ega xizmatlar, mavsumiy talabga ega xizmatlar.
10.	Xizmatlarni ko'rsatuvchi va	Yuqori darajadagi o'zaro ta'sirga ega xizmatlar (kasalxona, sartaroshxona), o'rta darajadagi o'zaro

	iste'molchining munosabatiga ko'ra	ta'sirga ega xizmatlar (moliyaviy, konsalting), past darajadagi o'zaro ta'sirga ega xizmatlar (elektron tijorat),
11.	Iste'molchilar bilan o'zaro munosabatning xarakteriga ko'ra	Rasmiy munosabatlar bo'yicha xizmatlar (axborot, savdo), barqaror personallashtirilgan xizmatlar (sartaroshxona, stomotolog), klub tavsifidagi xizmatlar (sport xizmatlari).
12.	Servis jarayonidagi joyiga ko'ra	Asosiy xizmatlar (transport, yo'lovchi), qo'shimcha xizmatlar (bilet sotish, band qilib qo'yish), hamkorlikdagi xizmatlar (oziq-ovqat ta'minoti).
13.	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).
14.	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.
15.	Ishlab chiqaruvchi motivatsiyasiga bog'liq holdagi xizmatlar	Maqsadi foydaga yo'naltirilgan tijorat xizmatlari; muayyan ijtimoiy samarani olishga yo'naltirilgan muhtojlarga yordam berish bo'yicha xizmatlar.
16.	Xizmat ko'rsatish shakllari bo'yicha	Tomonlarning kelishuv shartlari bilan muvofiqlikda xizmatlar olish huquqini taqdim qiluvchi hujjatga asoslangan xizmatlar; ish, dam olish, turar joylari bo'yicha; vaqt oralig'ida amalga oshiriladigan shoshilinch xizmatlar; o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish.
17.	Samaradorlikka erishishga ta'siri bo'yicha	Progressiv tavsifdagi xizmatlar; sub'ektiv xususiyatiga ko'ra xizmatlar; individual turdagi xizmatlar.

Funksional tavsif tarmoqlarning ixtisoslik (masalan, mulk ob'ektlari, shaxslar va iste'molchilarga xizmat ko'rsatish) yo'nalishlarini ifodalaydi.

Bizning fikrimizcha, makroiqtisodiy darajada xizmatlarni tasniflashda tarmoq bo'linishi bilan funksional yo'nalish bilan birlashtirish maqsadga muvofiqdir. Tarmoq bir xil ishlab chiqarish jarayoniga ega bo'lgan iqtisodiy birliklar guruhi sifatida

aniqlanadi, ya'ni bir turdagi mahsulotlar va xizmatlarning bir turi yoki guruhini ishlab chiqarishdan yakuniy xizmatlarning bir xilligigacha faoliyat yurituvchi iqtisodiy agentlar to'g'risida axborotlarni tartibga solish imkonini beradi.

Tarmoq va funksional yondashuvlarning uyg'unligi xizmat ko'rsatish sohasini milliy hisoblar tizimiga to'liq kiritish uchun zaruriy

shart-sharoitlarni yaratadi. Bu esa xizmatlarning ijtimoiy takror ishlab chiqarishdagi o'рни, ularning zamonaviy iqtisodiyotdagi rolini real aks ettirish imkonini beradi. Iqtisodiy jihatdan xizmatlar iqtisodiy tovarlar tarkibiga kiradi. Xizmatlarni ko'rsatish bo'yicha faoliyat Milliy hisoblar tizimi vositasida aholining turmush darajasi bilan bevosita bog'liq. Amalda bu, bizga, xizmatlarning funksional tabiati bo'yicha ba'zi tafovutlarni va noaniqliklarni bartaraf etish imkonini beradi. Chunki aksariyat xizmatlar (masalan, aloqa, transport, axborot xizmatlari va b.) ishlab chiqarishga (yuk transportiga) xizmat ko'rsatishda jamoaviy xususiyatga va individual yondashuvda shaxsiy yo'nalishdagi xizmatlarga (yo'lovchi tashish) ega bo'ladi. Xizmatlarning alohida guruhlari yoki xizmatlar turlarida ularning tasnifi funksional maqsadi (masalan, ishbilarmonlik xizmatlari maslahat, moliyaviy, investitsion, operatsion, texnik-ekspluatatsion, axborot, aholi bandligiga ko'maklashish kabilardan tashkil topadi), iste'mol maqsadidagi (moddiy va nomoddiy tovarlar, qurilish materiallari savdosi va h.k.), maqsadga yo'naltirilganligi (turizm rekreatsion, ekskursion, ilmiy, ishbilarmonlik, etnik maqsadlarda bo'lishi mumkin) va boshqa ko'plab xususiyatlariga ko'ra guruhlardan tashkil topishi mumkin.

Aytish kerakki, xizmat ko'rsatish jarayonidagi o'рни bo'yicha asosiy va qo'shimcha xizmatlarga bo'lish mumkin. Asosiy xizmatlar texnologik jarayonning mohiyatini tashkil qiladi. Ushbu xizmatlar asosiy ehtiyojni qondirishda ko'mak berish uchun muljallangan va aksariyat hollarda ularning narxi asosiy profildagi

xizmatlarning narxiga kiritiladi. Qo'shimcha xizmatlar iste'molchining iltimosiga ko'ra amalga oshiriladi va uning hisobidan to'lanadi. Xizmatlarni asosiy va qo'shimcha turlarga bo'lish ichki guruh tasnifini tuzish imkonini beradi. Masalan, chakana savdoda servis jarayonining o'рни bo'yicha tovarlarni oldi-sotdi qilish bilan bog'liq asosiy xizmatlar, o'zaro bog'liqligiga ko'ra, ma'lumotlar byurosi, qo'riqlash kameralari kabilarni ifodalovchi xizmatlar hamda kreditga tovarlarni taqdim qilish, xarid qilingan tovarlarni transportda uyiga etkazib berish, texnik xizmatlar ko'rsatish kabi qo'shimcha xizmatlarni keltirish mumkin. Ba'zi tarmoqlarda ixtisoslik yo'nalishlariga ega xizmatlar iste'molchilarga ko'rsatilayotgan xizmatlar bo'yicha hamkorlikdagi yoki qo'shimcha funksiyalarni bajarishi mumkin. Faoliyat ko'rinishlari bo'yicha xizmatlar tasnifi xizmat ko'rsatish sohasining tarmoq tarkibini aniqlash uchun xizmat qiladi.

Hozirgi vaqtda dunyo mamlakatlarining rivojlanishi milliy xo'jaliklarda iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi darajasi bilan bog'liq bo'lib, uning mohiyati zamonaviy xizmat ko'rsatish tarmoqlarining jadal sur'atlar bilan kengayib borishida namoyon bo'lmoqda. Bu esa, o'z navbatida xizmat ko'rsatish jarayonlarining xususiyatlariga asoslangan holda yangicha ilmiy yondashuvni zarurat etmoqda.

Shunday ekan, xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi ko'rsatilayotgan xizmatlarga talab va taklif o'rtasidagi nisbatga bog'liq holda xizmatlar bozori sub'ektlarining iqtisodiy manfaatlarini ro'yobga chiqarishga yo'naltirilgan funksiyalarni bajaradi. Ushbu

funksiyalarning mazmuniga e'tiborimizni qaratsak:

1. Vositachilik funksiyasi – xizmatlarni realizatsiya qilish bo'yicha iste'molchilargacha turli xil xizmatlarni etkazib berish jarayonini tashkil etishdan iborat. O'z mazmuniga ko'ra, ushbu jarayon turli xil bo'lib, xizmatlarga bo'lgan bitimni amalga oshirishda muqobil variantlarni tanlash imkonini beradi. Iste'molchilar xizmatlarni optimal variant bo'yicha tanlash imkoniyatiga ega bo'ladi. Mazkur holatda xaridorga eng maqbul bo'lgan xizmat ko'rsatuvchini tanlash amalga oshiriladi.

2. Rag'batlantirish funksiyasi – xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lgan xodimlarga sarflangan xarajatlar o'rnini to'ldirish ko'zda tutiladi. Bunda korxona va tashkilotlar xodimlarining mehnat natijalari bo'yicha manfaatdorligini oshishi xizmatlarni miqdor va sifat ko'rsatikchlarini yaxshilashga moddiy rag'batni yuzaga keltiradi hamda iste'molchilarning talablariga mos xizmatlar ko'rsatiladi. Shu bilan birga, ushbu funktsiyani keng ma'noda qaraydigan bo'lsak, ishchi kuchini takror ishlab chiqarish natijasida ularni shaxs sifatida shakllanishi, intellektual kapitalni rivojlanishi, sog'lig'ini mustahkamlashi hamda yangi bilim va ko'nikmalarni o'zlashtirish imkoni yuzaga keladi.

3. Tartibga solish funksiyasi – xizmatlar bozorining asosiy funksiyasi hisoblanadi. Ushbu funktsiya orqali iqtisodiyotning muayyan tarmog'idan boshqa tarmog'iga kapital mablag'lar harakatlanadi hamda ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish)ning barqaror rivojlanishi ta'minlanadi. Shu bilan birga, xizmatlar bozori narxni shakllantirish funksiyasini ham bajaradi.

Bu xizmatlarga bo'lgan talab va taklif hajmini kengaytirish yoki pasaytirish uchun signal sifatida namoyon bo'ladi. Shunday ekan, xizmatlar bozori zaruriy ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish) nisbatini o'rnatishga qodir hisoblanadi.

4. Iqtisodiy funktsiya – iste'molchilarga xizmatlar ko'rsatishda ularning talablarini to'liq qondirish orqali hudud ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi uchun resurslardan samarali foydalanish imkoniyati oshadi va iqtisodiy samaradorlikka erishiladi. Mazkur funktsiya hududlarda xizmat ko'rsatish tarmoqlari rivojlanishi uchun qulay sharoitlarni yaratish bo'yicha iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish va rag'batlar tizimini realizatsiya qilishni nazarda tutadi.

5. Axborot funksiyasi – xizmat bozori kon'yunkturasi haqida axborotlarni to'plash, ularni qayta ishlash tizimi hamda xo'jalik sub'ektlarini axborotlar bilan ta'minlash, axborotlarni realizatsiya qilish va ommalashtirishdan iborat. Bunda xizmat ko'rsatish sub'ektlari xizmatlarga bo'lgan talab va taklif haqida axborotga ega bo'ladilar. Soha korxonalari faoliyatini istiqbolashtirishda axborotlar bilan ta'minlaydi. shu bilan birga axborot xizmatlari xizmat ko'rsatish sohasining alohida tarmog'i sifatida amal qiladi.

6. Xizmatlar bozorida talab va taklif nisbatini nazorat qilish funksiyasi – ushbu funktsiyaning mohiyati shundaki, bozor xaridorlarga maqbul darajadagi sifatga ega xizmatlarni taklif qila olmaydigan, faoliyati samarasiz korxonalar va xo'jalik birliklarini siqib chiqaradi.

Yuqorida keltirilgan funktsiyalarga asoslangan holda, bizningcha, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish tamoyillari quyidagilardan iborat:

– ko'rsatilayotgan xizmatlarni realizatsiya qilishda tomonlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni shakllantirish va bozor sub'ektlarining manfaatlarini hisobga olish;

– xizmat ko'rsatish sohasida zamonaviy xizmat ko'rsatish jarayonlarini diversifikatsiyalash asosida xizmatlar raqobatbardoshligini oshirish;

– xizmat ko'rsatish sub'ektlari (xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar, vositachilar, sotuvchilar) faoliyatida mehnat jarayolarini intellektuallasuvi darajasini oshirish hamda iqtisodiy tejamkorlikka erishish;

– alohida xizmat turlari, faoliyat ko'rinishlari va yo'nalishlarini ixtisoslashtirish asosida xizmatlar bozori ishtirokchilari faoliyatining samaradorligini oshirish.

Xulosa va takliflar(Conclusion/Recommendations)

1. Iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi sharoitda xizmat ko'rsatish sohasining o'ziga xos xususiyati sohada faoliyat yuritayotgan xo'jalik sub'ektlari tomonidan aholini keng ko'lamli xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarining salmoqli qismini qondirilishi bilan bog'liqdir. Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishiga umumiy tavsif berish hamda mazkur sohadagi xo'jalik sub'ektlari faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash uchun «xizmat»

kategoriyasini tadqiq etish xizmat ko'rsatish jarayonlarini tashkil etishning muhim jihatlariga baho berish orqali uning iqtisodiy mazmunini aniqlashni zarurat etadi.

2. Xizmat – bu foydali faoliyatning bir turi bo'lib, mehnatning boshqa turlaridan o'zida alohida bir muhim xususiyatini mujassam etganligi bilan ajralib turuvchi, uni bajaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi bevosita o'zaro munosabatlarning natijasi sifatida iste'molchining talabini qondirishga yo'naltirilgan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatdir.

3. Amaliyotda xizmat ko'rsatish sohasi ko'plab faoliyat turlarini o'z ichiga qamrab olib, ularni ishlab chiqarish xizmatlari, taqsimlash xizmatlari, professional xizmatlar, iste'mol xizmatlari, ommaviy va ijtimoiy xizmatlar guruhlarini bo'yicha turlari hamda xizmatlarning alohida yo'nalishlari va belgilari bo'yicha tasniflash mumkin.

4. Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi ko'rsatilayotgan xizmatlarga talab va taklif o'rtasidagi nisbatga bog'liq holda xizmatlar bozori sub'ektlarining iqtisodiy manfaatlarini ro'yobga chiqarishga yo'naltirilgan vositachilik, rag'batlantirish, tartibga solish, iqtisodiy, axborot va nazorat qilish funksiyalarini bajaradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Arabov N.U., Artikov Z.S. Servis korxonalarida xizmat ko'rsatish sifatini oshirish. Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali // Samarqand, SamDU, № 1, 2021, 153-164 b.

2. Антонова Н.В. Психология управления. – М.: Высшая школа экономики, 2010. – С. 12

3. Axmedjanov A.R. Xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish // Diss. iqtisodiyot fanlaridan PhD. – Samarqand: SamISI, 2021. 13-14-b.

4. Дойоль П. Менеджмент: стратегия и тактика. СПб: Питер, 1999. - С. 448.
5. Ерофеева А.П. Модернизация системы управления персоналом на предприятиях сферы услуг. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Великий Новгород: 2014. – С. 141.
6. Жильцов, Е.Н. Экономика сферы платных услуг / Е.Н. Жильцов. - Казань: ИНАР, 1996. – 213 с.
7. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура: Пер. с англ. Под. ред. О.И. Шкаратана – М. : ГУВШЭ, 2000.
8. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб: Питер, 2005. С. 301.
9. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Пер. с англ. проф. Н.Н.Любимова, под. ред. д.э.н., проф. Л.П.Куракова. – Москва: МИЭМП, 2010.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 1993. - С.63-8.
11. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. Принципы, проблемы, политика. – М.: Республика, 1992. Т. II. – С. 398.
12. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. – С. 75-79.
13. Маршалл А. Принципы экономической науки / А.Маршалл: В 3 т. - Москва: Прогресс-Т.3. 1984. – 119 с.
14. Muxammedov M.M. va boshqalar. Xizmat ko'rsatish sohasi va turizmni rivojlantirishning nazariy asoslari (monografiya). – Samarqand: Zarafshon, 2017. – 300 b., 46-b.
15. О сокращении занятости в мировой промышленности // БИКИ. 2015. № 138 (8934), - С. 4.
16. Pardaev M.Q., Ochilov I.S. Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarida samaradorlikni oshirish yo'llari. Monografiya, - T.: Iqtisod moliya, 2011. 11-b.
17. Рубцова Н.В. Оценка эффективности сервисной деятельности. // Дисс. кан. экон. наук. – Иркутск: 2006. – С. 171.
18. Современный экономический словарь / Составители Б.Райзберг, Л.Лозовский, Е.Стародубцева - М.-ИНФА -М, 1997. - С.352.
19. Сфера услуг: новая концепция развития/В.М. Рутгайзер, Т.И. Корягина, Т.И. Арбузов и др. - М.: Экономика, 1990. - С. 148.
20. Теплицкий В., Костюковский Ю. Как оценить инвестиционную привлекательность предприятия // Деловая жизнь, 1993. – № 9. - С. 11-18.
21. Шумпетер Й.А. История экономического анализа в 3 тт. – СПб.: Экономическая школа, 2004.
22. https://studme.org/231967/marketing/klassifikatsiya_vidov_deyatelnosti_sfer_e_uslug
23. <https://studfile.net/preview/5277003/page:3/>

CONTENTS

1	XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA IJTIMOY-IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH OMILLARI.	
	O'rinov Yigitali Muratovich	4-14
2	O'ZBEKISTONDA ELEKTRON SAVDONING RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.	
	Xamrayeva Sayyora Nasimovna	15-23
3	XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI QISHLOQ JOYLARIDA RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY YO'NALISHLARI.	
	Taylakova Dilafruz Baymamatovna	24-31
4	O'ZBEKISTONDA MAISHIY XIZMATLAR KO'RSATISH SOHASIDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLASHTIRISHNING O'RNI.	
	Isxakova Sarvar Ayubovna	32-38
5	ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКА В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИИМТЕЛЬСТВА.	
	Ахмедова Азиза Тохировна	39-45
6	IMPROVING THE USE OF MARKETING TOOLS IN THE DIGITALIZATION OF BANKING SERVICES.	
	Khojaev Aziz Avazkhonovich	46-52
7	BANK LIQUIDITY AND ITS TYPES.	
	Khodjaeva Feruza Avazhonovna	53-59
8	TA'LIM XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISH UCHUN ZAMONAVIY XUSUSIYATLAR VA SHAROITLAR MAZMUNI.	
	Ismoilova Feruza Kubaymurodovna	60-65
9	INSON RESURLARI ANALITIKASI (TAHLILI) FANNING PREDMETI VA OB'EKTI BO'YICHA MUHOZALAR.	
	M.Q.Pardaev, O.M.Pardaeva, S.A.Babanazarova	66-70
10	TADBIRKORLIK TUSHUNCHASINING MOHIYATI, TAVSIFI VA TASNIFLANISHINING NAZARIY JIHATLARI.	
	Z.K.Raximov, A.U.Zaripov	71-76
11	PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL TOURISM IN UZBEKISTAN	
	Nasreddinova Mehrangiz Shavkatovna, Usmanova Dilafruz Karshievna	77-83
12	O'ZBEKISTONDA KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.	
	Nasimov Ikrom Xusanovich	84-87
13	INNOVATION-INVESTISION FAOLLIK JARAYONLARINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH.	
	Abdullayeva Dilara Kuysunovna, Abdulhaqova Inoyat Musayevna	88-93
14	OLIY TA'LIM XIZMATLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASH METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH.	
	Ishankulova Farangis Azamovna	94-99
15	CHO'L-YAYLOVLARNI YAXSHILASHDA "MUDBALL" TEXNOLOGIYASI YORDAMIDA YUQORI SAMARADORLIKKA ERISHISH.	
	Muxiddinov Shohruh Xusniddinovich	100-104
16	РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ УЗБЕКИСТАНА НА МИКРОУРОВНЕ.	
	Абдукадырова Х.А	105-110
17	TURISTIK KOMPANIYALARDA MOLYAVIY REJALASHTIRISHNING ASOSIY PRINSIPLARI VA YONDASHUVLARI.	
	Bakhodirov Bunyod Baxtiyorovich, Fattohov Mirshod Dilshod o'g'li	111-116
18	INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA AYOLLAR MEHNATINI TASHKIL ETISHNING DOLZARB MASALALARI.	
	Ulug'muradova Nodira Berdimuradovna, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Ernazarov Avazbek Akmal o'g'li	117-123
19	XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI, NAZARIY YONDASHUVLAR VA XIZMATLAR TASNIFI.	
	Pardayev Erkin Egamberdi o'g'li	124-137
20	INNOVATSION IQTISODIYOTDA KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA XALQARO TAJRIBALAR.	
	Boltayev Burxon Sadinovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Ernazarov Avazbek Akmal	138-143

	o'g'li.	
21	MEHNAT RESURLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI SANOAT KORXONALARIDA MEHNAT UNUMDORLIGI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH.	
	Xamidova Aziza Abdufattoyevna, Ismoilov Shuxratjon Siqiq o'g'li	144-148
22	NORASMIY ISH BILAN BANDLIKNING IQTISODIY-TAHLILY ASOSLARI VA UNING MEHNAT BOZORIGA TA'SIRI.	
	Qurbonov Sirojiddin Qurbonovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Uvaytov Sarvarjon Axadjon o'g'li	149-157
23	BARQAROR RIVOJLANUVCHAN MUHANDISLIK YO'NALISHIDA RAQOBATBARDOSH KADRLAR TAYYORLASHNING DOLZARBLIGI.	
	B.Sh.Usmonov, A.N.Nabiev	158-165
24	RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH VA UNING INNOVATSION O'ZGARISHLARI.	
	Boltayev Burxon Sadinovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Odilov Muhammad Olim o'g'li	166-172
25	XODIMLAR ISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING STRATEGIK ASOSLARI.	
	Qurbonov Sirojiddin Qurbonovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Nasirillayev Sevinchbek Doniyor o'g'li	173-177
26	BIZNESNING IJTIMOY MAS'ULIYATI: NAZARIY KONSEPSIYALAR VA MILLIY TAJRIBALAR.	
	Davlatov Nurbek Nug'monovich	178-183
27	TURIZM SOHASIDAGI INNOVATSION FAOLIYAT VA INNOVATSIYALARNI KOMPLEKS RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI.	
	Arabov Nurali Uralovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Sanaqulov Baxrom Bektosh o'g'li	184-189
28	THE ROLE OF THE SERVICE SECTOR IN PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM.	
	Toshkhujayev Mustafokhon Abdusosi o'g'li	190-196
29	XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA MEHNAT RESURLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI TAHLILI.	
	Sultonov Sanjar Jahongir o'g'li	197-203
30	O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA TURIZM SOHASIDA INNOVATSION FAOLLIKNING MOHIYATI, MAZMUNI VA UNI OSHIRISH TAMOYILLARI.	
	Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Botirov Og'abek Jasurbek o'g'li	204-211
31	MAMLAKATIMIZDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI.	
	Otabek Azimov Islamovich	212-219
32	MAHALLALARDA KICHIK SA'NOAT, QISHLOQ XO'JALIGI VA XIZMAT KO'RSATISH OBYEKTLARINI TASHKIL ETISH NATIJASIDA AHOLI DAROMADLARINI OSHIRISH.	
	Mahqulov Rivojiddin Jaloliddinovich	220-228
33	INNOVATSIYANING IQTISODIYOTDAGI O'RNI.	
	F.Erkinova, B.K.Abdusamatov	229-235
34	TURIZMNING INSONPARVARLIK FUNKSIYASI.	
	Abduvaxidova Nargiza Akbardjonovna	236-240
35	XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH.	
	Z.K.Raximov	241-245
36	TO'SIQSIZ TURIZMNING XUSUSIYATLARI VA UNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI.	
	D.E.Umrzakova	246-254
37	XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASH YO'LLARI.	
	Kuldoshev Lazizjon Sharifovich	255-259
38	НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	
	Усманова Дилафруз Каршиевна	260-266
39	RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.	
	D.Sh.Hakimov, V.R.Tursunov	266-272
40	ELEKTRON TIJORAT SOHASIDA QO'LLANILADIGAN RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA ULARNING AHAMIYATI	
	Tashmatov Sharaf Urokboyevich	273-278