

## **XIZMATLAR SOHASINING IQTISODIYOTDAGI O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI**

**Siddikov A.**

SamISI, "Menejment" kafedrası o'qituvchisi

**Shukurullayev A.S.**

SamISI MN-120 guruh talabasi

**Annotasiya.** Mazkur maqolada xizmatlarning o'ziga xos tabiati, mohiyati va asosiy tavsifnomalari, shuningdek, xizmatlar sohasining o'ziga xos xususiyatlari muallif tomonidan ko'rib chiqilgan. Xizmatlar sohasining iqtisodiyotdagi roli va ahamiyati ochib berilgan hamda muallif tomonidan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

**Tayanch so'zlar:** xizmatlar, xizmatlar sohasi, xizmatlar tavsifnomasi, xizmatlarni turlari, xizmatlarni o'ziga xos xususiyatlari, xizmatlar bozori.

## **SPECIFIC CHARACTERISTICS OF THE SERVICES SECTOR IN THE ECONOMY**

**Siddikov A.**

teacher of department "Management" of SamIES

**Shukurullayev A.S.**

Student of MN-120 group of SamIES

**Abstract.** In this article, the specific nature, essence and main descriptions of services, as well as the specific characteristics of the service sector, are considered by the author. The role and importance of the service sector in the economy is revealed, and suggestions and recommendations are developed by the author.

**Key words:** services, service sector, service characteristics, service classification, service features, service market.

Bugungi kunda mamlakatimizda xizmat ko'rsatish va servis sohasi mamlakatimiz iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishning eng muhim manbai va

omili hisoblanadi. Jahon tajribasi bugun aynan mazkur soha YaIMning shakllantirish, aholi bandligini ta'minlash, odamlarning hayot farovonligini oshirishda yetakchi o'rin tutishni ko'rsatmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 2020 yil 29 dekabr kuni Oliy Majlisga navbatdagi Murojaatnomani taqdim etdi. Murojaatnomada 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi doirasida milliy iqtisodiyotimizning barcha soha va tarmoqlari qatori, xizmatlar sohasida ham amalga oshirilayotgan muhim islohotlar, erishilayotgan natijalar va oldimizda turgan ustuvor vazifalar chuqur tahlil etildi [2].

Xizmatlar sohasi bugungi kunda murakkab, ko'pqirrali mexanizm bo'lib, lekin zamonaviy iqtisodiyotimizning eng istiqbolli va tez rivojlanayotgan tarmog'i hisoblanib, u o'z ichiga savdodan tortib transport, aloqa va axborotlashtirish, ta'lim, fan, sog'liqni saqlash, madaniyat, san'at, sport, maishiy va kommunal xizmatlar, texnik xizmatlar, bank-moliya, sug'urta, turizm, auditorlik-konsalting xizmatlari, mehmonxonalar, dam olish uylari, televideniye, radio, kino teatrlar, muzeylar kabi keng faoliyatni oladi.

Rivojlangan mamlakatlarning amaliyoti shuni ko'rsatmoqdaki, ishlab chiqarishni murakkablashuvi va bozorni texnik jihatdan murakkab bo'lgan tovarlar bilan to'ldirilishi natijasida xizmatlarga bo'lgan talab ham oshib bormoqda. Bizning mamlakatimizda ham xizmatlarni turli yangi hillari paydo bo'lishi natijasida xizmatlar sohasi, ishlab chiqarish sohasiga nisbatan tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda.

Hozirgi kunda mamlakatimiz milliy iqtisodiyotida band bo'lgan aholining yarmidan ortig'i shu sohada mehnat qilmoqda. Har yilgi yangi yaratilayotgan ish o'rinlarining uchdan bir qismidan ortig'i ham shu soha hissasiga to'g'ri kelmoqda.

Xizmat – bu korxonalar va ayrim shaxslar tomonidan, aynan shunday ikkinchi tomonga ko'rsatiladigan faoliyat turi bo'lib, uni ushlab, ko'rib

bo'lmaydi hamda u mijozning mulkiga aylanmaydi. Xizmatni ko'rsatish natijasida, fizik mahsulot yaratilishi va yaratilmasligi ham mumkin. Xizmat insonlar va asbob-uskuna yordamida ko'rsatilishi mumkin; mijozning ishtirokida va ishtirokisiz ko'rsatiladi; shaxsiy yoki korxonalar ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan bo'lishi mumkin; tijorat va notijorat xarakterga ega bo'lishi hamda xususiy va jamoat tashkilotlari tomonidan ko'rsatiladi. Biroq, har qanday xizmatlar, korxonaning marketing faoliyatiga kuchli ta'sir etadigan quyidagi to'rtta o'ziga xos xususiyatlarga egadir: ko'rib va ushlab bo'lmaslik, ishlab chiqarishni va iste'molni bir-biridan ajratib bo'lmaslik, sifatini tez-tez o'zgarib turishi va saqlab bo'lmaslik.

Xizmatlar iqtisodiyot tarmoqlarining tez rivojlanayotgan eng istiqbolli sohalaridan biri hisoblanadi. U faoliyatning keng qamrovli sohalariga ega, ya'ni savdodan va transportdan moliyagacha, sug'urtadan va turli hil vositachiliklardan iborat. Mehmonxonalar va restoranlar, kiriyuvish korxonalari va sartaroshxonalar, o'quv va sport muassasalari, bank va moliya muassasalari, sanatoriyalar, turistik firmalar, aloqa va axborotlashtirish, internet xizmatlari, radio va telestansiyalar, maslahat firmalari, sog'liqni saqlash muassasalari, muzeylar, kino va teatrlar va boshqalar xizmatlar sohasiga kiradi. Amaliyotda deyarli barcha korxonalar va tashkilotlar, u yoki bu darajada xizmatlar ko'rsatadi.

Xizmat ko'rsatish va servis sohasi mamlakat iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishning eng muhim manbai va omili hisoblanadi. Jahon tajribasi bugun aynan mazkur soha YaIMni shakllantirish, aholi bandligini ta'minlash, insonlarning hayot farovonligini oshirishda yetakchi o'rin tutishini ko'rsatmoqda.

Bunga misol qilib, mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasining so'nggi yillarda tez sur'atlar bilan o'sib borayotganligini ko'rsatish mumkin. Bugungi kunda iqtisodiyotda band bo'lgan aholining yarmidan ortig'i xizmat sohasida mehnat qilmoqda. Har yilgi yangi yaratilayotgan ish o'rinlarining uchdan bir qismidan ortig'i shu soha hissasiga to'g'ri kelmoqda.

Bugungi kunga kelib, xizmatlar sohasini juda rivojlanib ketganligiga qaramay, xizmat tushunchasi haqida yagona bir yondashuv yo'qdir. Xizmat ko'rsatish orqali biron bir narsa yaratilmaydi, ya'ni xizmat orqali faoliyat ko'rsatiladi. Xizmatlarga ko'pincha foydali faoliyatning barcha turlari kiritiladi. Xizmat bu– xizmat ko'rsatuvchi va iste'molchini bevosita o'zaro faoliyatining natijasidir, shuningdek, xizmat ko'rsatuvchini iste'molchi extiyojini qondirish bo'yicha faoliyatidir.

Xizmatlar bozori ikki sababalarga ko'ra boshqa bozorlarga umuman o'hshamaydi. Birinchidan, xizmatlar to u ko'rsatilmaguncha mavjud bo'lmaydi. Bu esa uni ko'rsatilmaguncha taqqoslashni va baholashni amalga oshirib bo'lmasligini bildiradi. Faqat kutilayotgan foyda va haqiqatda olingan natijalarni taqqoslash mumkin.

Ikkinchidan, xizmatlarga yuqori darajadagi mavxumlik tegishlidir, bu esa mijozni noqulay xolatga tushuradi, xizmatni ko'rsatuvchilar esa o'z xizmatlarini bozorga yo'naltirishda qiynaladi.

Xizmatlar bozorini ushbu o'ziga xos xususiyatlari, shuningdek, ularni ko'rib bo'lmaslik, ushlab bo'lmaslik, saqlab bo'lmasliq, sifatini tez-tez o'zgarib turishi ishlab chiqarishni va iste'molni bir-biridan ajratib bo'lmaslik xizmatlar marketingin o'ziga xos xususiyatlarini aniqlab beradi.

**Xizmatlar** – bu korxonalar, tashkilotlar va ayrim shaxslar tomonidan ikkinchi tomonga ko'rsatiladigan faoliyat turi bo'lib, u mijozning mulkiga aylanmaydi. Xizmatlarga – moddiy boylik yaratilmaydigan (ayrim xizmat turlaridan tashqari), foydali faoliyatning barcha turlari kiradi.

Xizmat iste'molchiga (xaridorga) faoliyat orqali beriladi, tovar esa qo'ldan – qo'lga o'tkazish orqali beriladi.

Birinchi marotaba, xizmatni fizik tovardan asosiy jihatlari bo'yicha farqlanishini 1980 – yilda Leonard Berri tomonidan berildi : unga ko'ra, fizik tovar – bu predmet, uskuna, jihoz yoki narsadir, xizmat esa ish, harakat, zo'r berish, tirishish yoki bajarish hamda ijro etishdir[3].

Demak, xizmat – bu korxonalar va ayrim shaxslar tomonidan, aynan shunday ikkinchi tomonga ko'rsatiladigan faoliyat turi bo'lib, uni ushlab, ko'rib bo'lmaydi hamda u mijozning mulkiga aylanmaydi. Xizmatni ko'rsatish natijasida, fizik mahsulot yaratilishi va yaratilmasligi ham mumkin. Xizmat insonlar va asbob-uskuna yordamida ko'rsatilishi mumkin; mijozning ishtirokida va ishtirokisiz ko'rsatiladi; shaxsiy yoki korxonalar ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan bo'lishi mumkin; tijorat va notijorat xarakterga ega bo'lishi hamda xususiy va jamoat tashkilotlari tomonidan ko'rsatiladi. Biroq, har qanday xizmatlar, korxonaning marketing faoliyatiga kuchli ta'sir etadigan quyidagi to'rtta o'ziga xos xususiyatlarga egadir, ya'ni ko'rib va ushlab bo'lmaslik, ishlab chiqarishni va iste'molni bir-biridan ajratib bo'lmaslik, sifatini tez-tez o'zgarib turishi va saqlab bo'lmaslikdir.

Xulosa qilib, shuni ta'kidlash lozimki, mamlakatimiz hududlarida 2026 yilning yakuniga qadar servis sohalari ko'lamini kengaytirish orqali xizmat ko'rsatish hajmi uch barobar oshiriladi va buning evaziga 3,5 millionta yangi ish o'rni yaratiladi [1].

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. Xalq so'zi, 2020 yil 30 dekabr, № 276.

2. Yusupov M.A., "Xizmatlar marketingi" Darslik. –T.: "Iqtisodiyot", 2021.- 356 bet.

3. Yusupov M.A., Ergashxodjayeva Sh.Dj., Usmonova D.M., Zakirova U.M. Marketing. O'quv qo'llanma. –T.: "Iqtisodiyot", 2021.- 126 bet.