

XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI KATEGORIYASINING MAZMUN-MOHİYATI, KOMPONENTLARI VA RIVOJLANTIRISH TAMOYILLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada iqtisodiyot tarmoqlarining muhim asosi bo'lgan xizmat ko'rsatish korxonalari tushunchasi mazmun va mohiyatining nazariy, uslubiy va konseptual asoslari tadqiq etilib, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish orasidagi asosiy farqlar aniqlangan, xizmat ko'rsatish korxonalari nazariy tadqiqotlariga asoslangan xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy ishlari tahlil etilib, mazkur turdagi korxonalarining asosiy komponentlari, xizmat ko'rsatish korxonasi va ishlab chiqarish korxonasi o'rtasida qiyosiy tahlil o'tkazishning "8 o'lchovli" vositasi ishlab chiqilgan va tadqiqotlar natijasida muallif yondashuviga ko'ra xizmat ko'rsatish korxonalarining eng muhim tamoyillari aniqlanib, ilmiy asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: manfaatdorlik, xizmat ko'rsatish korxonasi, ishlab chiqarish korxonasi, iste'mol, tovar, investitsion jozibadorlik, resurs salohiyati, maqsadli iste'molchilar, raqobat ustunliklari, menejment siyosati, diversifikatsion salohiyat, moslashuvchanlik xususiyatlari, tizimli tashkilotchilik faoliyati.

Kirish.

Iqtisodiy munosabatlarning ham global miqyosda, ham juda katta tezlik bilan o'zgarishlarga uchrayotganligi, nafaqat makroiqtisodiyot subyektlari, balki turli darajadagi xizmat ko'rsatish korxonalarining faoliyati asosini tahliliy jihatdan tadqiq etishni talab etadi.

Malumki, xizmat ko'rsatishning asosiy funksiyasi – iste'molchilar uchun moddiy hamda nomoddiy *manfaatdorlikni ta'minlab berish*, shuningdek, iste'mol jarayonida vujudga keladigan *talabni qondirish maqsadiga yo'naltirilgan zaruriy xizmatlarni taqdim etish*, ayni paytda *dam olish va yetarli qoniqish darajasini ta'minlab berishda namoyon bo'ladi* [26]. Xizmat ko'rsatishga ixtisoslashuv korxonalar uchun ichki daromad manbalarini ma'lum bir loyihalar doirasida oshirib borish borasidagi real imkoniyatlarni taqdim etib, shiddat bilan o'zgaruvchan bozor shart-sharoitlarida hamkorlik aloqalarini mustahkamlash operatsiyalarini oson amalga oshirish imkoniyatini yaratadi.

Adabiyotlar sharhi

Mavzuga oid adabiyotlar tahliliga e'tibor qaratadigan bo'lsak, S.Lee, D.Ribeiro, D.Olson va S.Roig xizmat ko'rsatish sanoatini milliy iqtisodiyotning muhim asosi sifatida ko'rib chiqishgan [10] bo'lsa, M.Scerri va R.Agarwal [15] SEPIA (Service Enterprise Productivity in Action) – xizmat ko'rsatish korxonasi samaradorligi modeli asosida ishlab chiqarish samaradorligini o'lchash borasida ilmiy tadqiqotlar olib borgan.

N.Barnett, G.Parry, M.Saad, L.Newnes va Y.Goh[2] ishlab chiqarish korxonalarining tovar va xizmatlar taklif tizimini shakllantirish ya'ni servisga yo'naltirilgan xizmatlar ishlab chiqarilishiga ixtisoslashib borishini tadqiq etishgan.

Tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish orasida sezilarli darajadagi tafovutlar mavjud ekanligi borasida ham akademik doiralarda qator ilmiy izlanishlar olib borilib, xususan, C.Lovelock, R.Young [11], S.Sampson, C.Froehle [14], S.Vargo, R.Lusch [21] tadqiqotlariga ko'ra, *xizmatlarning nomoddiy xarakterga egaligi* hamda *xizmat ko'rsatishda mijozlarning o'rni*, asosiy farqlovchi ikki omil sifatida o'rganilgan.

E.Vragova xizmat ko'rsatish korxonlari orasida umumiy ovqatlanish xizmatlarini taklif etuvchi korxonalar faoliyatini o'rganishga e'tibor qaratib, ushbu yo'nalishdagi biznes

faoliyatining *investitsion jozibadorligi, samaradorligi* hamda *yuqori daromad keltirishini* qayd etib o'tadi [22].

Mahalliy tadqiqotchi-olimlardan D.Alimova [4] resurs salohiyatining mohiyati, roli hamda tuzilishini aniqlashga bag'ishlangan ilmiy izlanishlari davomida xalqaro va mahalliy olimlarning turli talqinlariga ko'ra xizmat ko'rsatish korxonalarining resurs salohiyati kategoriyasi, uni izohlashning asosiy yondashuvlari, shu jumladan, resurs va natijaga asoslanuvchi yondashuvlarni tahlil qilib, resurs salohiyati va raqobatbardoshlik o'rtasidagi bog'liqliklarni o'rgangan va korxonani strategik rivojlantirishdagi o'rnini aniqlashtirishga harakat qilgan.

G.R.Madraximova [6] ham korxonalarning resurs salohiyatiga oid yo'nalishda o'rganishlar olib borib, ularni miqdoriy hamda sifat xususiyatlariga ega bo'lgan moddiy va intellektual resurslar to'plami sifatida, shu bilan bir qatorda moddiy va moliyaviy resurslardan samarali foydalanish hamda boshqarish qobiliyat va ko'nikmalari jihatidan ko'rib o'tadi.

Xizmat ko'rsatish korxonalari rivojlanishining mintaqaviy xususiyatlari, ularga ta'sir ko'rsatuvchi omillar va ularning asosiy funksiyalarini o'rgangan Sh.Ruziyev[17] O'zbekistonning turli mintaqalarida xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish su'atlari va istiqbollari tahlil qilib, mintaqaviy xususiyatlar va omillarni hisobga olgan holda xizmat ko'rsatish korxonalarini rivojlantirish bo'yicha samarali strategiyalar ishlab chiqish yo'nalishlarini taklif etgan.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqot ishining nazariy asosi sifatida xalqaro va mahalliy olimlar tomonidan xizmat ko'rsatish korxonalarining mohiyatini aniqlashtirish yuzasidan olib borgan ko'p sonli ilmiy izlanishlari natijalari asos qilib olingan. Xizmat ko'rsatish korxonasi tushunchasini aniqlashga doir ilmiy yondashuvlar va ularning shakllanish asoslarini aniqlashtirish yuzasidan olib borilgan tadqiqotlar davomida murakkablik va izchillik, nazariy tahlil, qiyosiy tahlil, umumlashtirish, analiz va sintez metodlaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar

O'zbekistonda xizmat sohasining rag'batlantirilishi mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining hal qiluvchi strategik omillaridan biri hisoblanib, xizmat ko'rsatish sohasi korxonalari hozirga kelib, mamlakatimiz bo'yicha iqtisodiy faol korxonalarning asosiy qismini tashkil etadi [16].

Xizmat ko'rsatish bo'yicha axborotlarni to'plash, qayta ishlash hamda ularni yetkazib berishni takomillashtirishdan keladigan samara tranzaksion xarajatlarni kamaytirishda, qolaversa xizmat ko'rsatish samaradorligini yanada oshirishda, moddiy-texnik ta'minotni yaxshilash va moliyaviy resurslar aylanishini jadallashtirishda namoyon bo'ladi. Shuning uchun, hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish sohasi tarmoqlari haqida axborot resurslari bo'yicha ma'lumotlar bankini yaratish, ularning bazaviy to'plamini tashkil etish muhim ahamiyatga ega bo'lib, sohaning rivojlanishini istiqbollashtirish yo'nalishlarini tadqiq etishda manba bo'lib hisoblanadi. Buning uchun hududiy darajada xizmat ko'rsatish sohasi korxonalari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi muxsus tashkiliy tuzilmani shakllantirish, mazkur tashkiliy tuzilma tarkibidagi xizmat ko'rsatish sohasining alohida tarmoqlari hamda yo'nalishlari bo'yicha muvofiqlashtiruvchi ixtisoslashgan bo'limlar tashkil etish lozim[5].

Tadqiqotlarga asoslanib [7;8;9;12;13;18;19;20] xizmat ko'rsatish korxonalari mohiyatini tahlil etishda dastavval mazkur turdagi korxonalarning quyidagi ikki asosiy guruhini ajratib oldik: *oddiy standart xizmatlarni ko'rsatuvchi* va *murakkab yoki yuqori malakali bilimga asoslangan xizmatlarni ko'rsatuvchi korxonalar*. Malakali xizmatlarga ixtisoslashgan korxonalar, o'z navbatida, *texnologiyaga asoslangan* va *texnologiyaga asoslanmagan* korxonalarga bo'linadi.

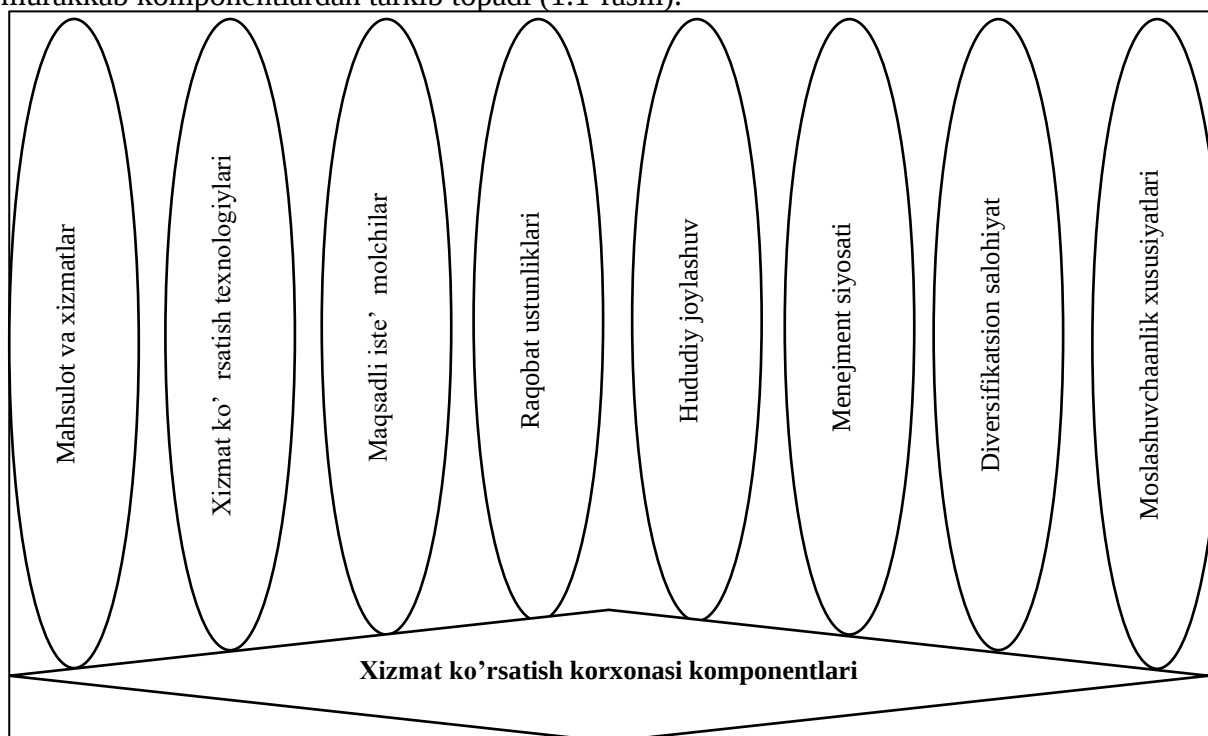
Oddiy standart xizmatlarni ko'rsatuvchi korxonalar tarkibiga qadoqlash, xavfsizlik, tozalash, chiqindilarni qayta ishlash, texnika, uskuna va jihozlarni ijaraga berish, ko'chmas mulk faoliyati, ishga joylashtirish va kadrlar ta'minoti singari xizmat turlari kiradi. Ushbu xizmatlar asosan mahalliy darajada xarid qilinadi va ularga muntazam ravishda talab mavjud sanalib, ta'minotchilar uchun minimal hajm sezilarli darajada kichik hisoblanadi va mahalliy bozor bir necha ta'minotchilarni qabul qilishga qodir bo'ladi [3]. Oddiy standart xizmatlarning xarid qilinishi ko'pincha jamoatchilik va kichik biznes subyektlari tomonidan amalga oshiriladi, bu esa raqobatni oshiradi hamda narxlarning barqarorligini ta'minlaydi.

Murakkab va malakali xizmatlarni taklif etuvchi korxonalar esa axborot va kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) xizmatlari, texnik, qurilish-rejalashtirish, fuqaro muhandisligi, yuridik, soliq maslahatlari, moliyaviy xizmatlar, sug'urta, laboratoriya va inspeksiya kabi bir qator xizmatlardan tashkil topadi. Ushbu xizmatlar odatda oddiy standart xizmatlarga nisbatan solishtirganda kamroq, biroq, tez-tez va muntazam ravishda talabga ega bo'lgani holda, mutaxassislardan yuqori malaka va tajriba talab etib, xizmat ko'rsatish jarayonida yuqori intensivlikdagi konsultativ xarakterga ega bo'ladi. Murakkab xizmatlar xaridi amalga oshirilayotganda geografik hudud oddiy standart xizmatlarga nisbatan tabiiyki kengroq bo'ladi, chunki mijozlar ko'pincha yuqori sifatli xizmatlarni izlaydilar va bu turdagi xizmatlar uchun yuqori malakaga ega mutaxassislarni jalb etishga intiladilar. Murakkab xizmatlar ta'minotchilari uchun mintaqaviy bozor ko'pincha yirik bo'ladi va mazkur jihat xizmat ko'rsatish korxonalari uchun raqobat muhiti va darajasini oshiradi.

Shunday qilib, yuqorida ko'rib o'tilgan ikki guruh o'rtasidagi farqli jihatlar xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiyotining murakkabligini va innovatsion jarayonlarni rivojlantirishdagi muhim omillarni ko'rsatib berib, oddiy standart xizmatlarni taklif etuvchi korxonalar faoliyati ko'proq mahalliy va tezkor ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan bo'lsa, murakkab xizmatlarni taqdim etuvchi korxonalar esa o'z faoliyatini malaka va innovatsiyalarga asoslangan xizmatlarga qaratib, uzoq muddatli va sifatli munosabatlar yo'lga qo'yilishini talab etishi aniqlandi. Mazkur tafovutlar xizmat ko'rsatish sohasi hamda uning barqaror suratlarda rivojlanib borishi uchun muhim ahamiyatga ega.

Ta'kidlash lozimki, xizmat ko'rsatish sohasining iqtisodiy yo'nalishlari orasida quyidagilar eng keng tarqalganlari hisoblanadi [25]: savdo; transport; telekommunikatsiya; uy-joy kommunal xo'jaligi; sog'liqni saqlash; ta'lim; moliya; ijtimoiy soha; ovqatlanish; turizm; maishiy xizmatlar; madaniyat; dam olish maskanlari.

Tadqiqotlarimiz davomida xizmat ko'rsatish korxonalarining o'ziga xos xususiyatlariga e'tibor qaratamiz va bizning fikrimizcha, xizmat ko'rsatish korxonalari boshqa turdagi korxonalarga nisbatan solishtirganda ma'lum tafovutlarga ega bo'lib, *mahsulot va xizmatlar, xizmat ko'rsatish texnologiyalari, maqsadli iste'molchilar, raqobat ustunliklari, hududiy joylashuv, menejment siyosati, diversifikatsion salohiyat, moslashuvchanlik xususiyatlari* singari murakkab komponentlardan tarkib topadi (1.1-rasm).



1.1-rasm. Xizmat ko'rsatish korxonasining komponentlari¹

¹ Muallif ishlanmasi

Ilmiy adabiyotlarni o'rganish va kuzatuvlarimizga asoslanib, xizmat ko'rsatish korxonasi va ishlab chiqarish korxonasi o'rtasida qiyosiy tahlil o'tkazishning "8 o'lchovli" vositasini ishlab chiqdik, bizning fikrimizcha mazkur o'lchovlar 8 tafovutli – *mahsulot turi, o'lchov darajasi, mijozlar ishtiroki, narx belgilash, kadrlar malakasi, innovatsiyalarni joriy etish, mijozlar bilan aloqa singari mezonlar* asosida amalga oshirilishi lozim (1.1-jadval).

1.1-jadval

Xizmat ko'rsatish korxonasi va ishlab chiqarish korxonasi o'rtasida qiyosiy tahlil o'tkazishning "8 o'lchovli" vositasi¹

T/r	Tafovutlar	Xizmat ko'rsatish korxonasi	Ishlab chiqarish korxonasi	Iqtisodiy ta'siri
1	Mahsulot turi	Nomoddiy	Moddiy	Iqtisodiy qiymatning shakllanishi ishlab chiqarilgan mahsulotni yuqori darajadagi xizmatlar orqali taqdim etishni ham anglatadi
2	O'lchov darajasi	Murakkab	Oddiy	Iqtisodiy o'lchovlar xizmat ko'rsatish va ishlab chiqarish samaradorligini namoyon etadi
3	Mijozlar ishtiroki	Minimal	Faol	Mijozlar ishtirokini minimal va maksimal oraliqda saqlay olish ham taklif ham talab nuqtai nazaridan manfaatli
4	Narx belgilash	Xizmat ko'rsatish xarajatlari va qoniqish darajasiga qarab	Ishlab chiqarish xarajatlari va bozor talabiga qarab	Iqtisodiy barqarorlikni ta'minlab beradi
5	Kadrlar malakasi	Asosan yuqori toifali	Aralash	Umumiy iqtisodiy o'sishda professional kadrlar muhim o'ringa ega
6	Innovatsiyalarni joriy etish	Xizmatlar sifatini oshirish	Mahsulotlar sifatini oshirish	Innovatsiyalar iqtisodiy o'sishni rag'batlantiradi
8	Mijozlar bilan munosabatlar	Uzoq muddatli	Qisqa muddatli	Ishonchli munosabatlarning yo'lga qo'yilishi ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishdagi vaqt sarfini minimallashtiradi

Shubhasiz, xizmat ko'rsatish korxonasining muvaffaqiyatini ta'minlaydigan asosiy omil, mijozlarning talabini qondirish qobiliyatidir. Bu turdagi korxonalarda boshqaruv faoliyati *tezkor qaror qabul qilish, moslashuvchanlik, tizimli tashkilotchilik faoliyati, ochiqlik* singari qator jihatlar bilan ajralib turadi. Xizmatlar menejmenti *moddiy mahsulotni xizmat ko'rsatish vositasiga aylantirib*, mahsulotlarni ilgari surishda qulaylik yaratib beradi va jaroyonda zaruriy e'tibor hamda hamjihtlikni ta'minlash orqali amalga oshiriladi. Professional menejerlar asosiy mahsulotning xususiyatlarini qo'shimcha xizmat elementlari bilan uyg'unlashtirib, iste'molchilar uchun foydalilik ta'sir darajasini oshirishda xizmat qiladi. Shuningdek, mahsulotni iste'molchiga

¹ Muallif ishlanmasi

yetkazib berish tezligi, joy va vaqt jihatidan qulaylik xizmat strategiyasini ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega [24].

Amerikalik olim, zamonaviy klassik menejment namoyondasi P.F.Drukerning fikriga ko'ra, xizmat ko'rsatishda "barcha ishni xaridorlar uchun aynan nima qiymatli ekanligini, ularning nimani xarid qilmoqchi ekanligi, qanday intilishlari va ehtiyojlari mavjudligini, shuningdek, xizmatlarga oid qo'rquvlar va umidsizliklari mavjudligini tushunishdan boshlash kerak"[23]. Demak, xizmat ko'rsatish korxonalari uchun talab nuqtai nazaridan *qiymatlilik, xarid istagi, ehtiyojlar va intilishlar* hamda *pessimistik qarashlar* tahlilini amalga oshirishi faoliyatning dastlabki asosi bo'lishi lozim.

B.Ismailov fikricha, xizmat ko'rsatish korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi ularning maqsadlar va vazifalarni amalga oshirishda asosiy qoidalarga rioya etishini 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;
- xizmatlarni realizatsiya qiluvchi va xaridorning yakuniy natijalariga muvofiqligi tamoyili;
- xizmatlar bozorida talab va taklif muvofiqligini ta'minlash ta'moyili;
- xizmatlar bozorini rivojlantirishning transversallik tamoyili;
- xizmat ko'rsatish sohasida mehnat unumdorligining uzluksiz o'sishini ta'minlash.

Aytish joizki, xizmat ko'rsatish korxonalarining asosiy tamoyillari mijozlar ehtiyojlarini imkon qadar maksimal darajada qondirish va samarali xizmat ko'rsatish jarayonini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Tadqiqotlar natijasida *xizmat ko'rsatish korxonalarining* eng asosiy tamoyillarini aniqladik va bizning fikrimizcha ular quyidagilardan tarkib topgan:

1. *Mijozga yo'naltirilish* – xizmat ko'rsatishda mijozlarning ehtiyojlari va xohishlariga asoslanish, ularning fikrini inobatga olish.
2. *Sifat va samaradorlik* – xizmat sifatini doimiy ravishda oshirib borish va uni samarali tarzda taqdim etilishini ta'minlash.
3. *Motivatsiyalash* – xodimlarni rag'batlantirish hamda ularning kasbiy rivojlanishiga munosib shart-sharoitlar yaratib berish.
4. *Innovatsiya va yangiliklarni joriy etish* – yangi g'oyalarni joriy etish va xizmatlarni muntazam yaxshilash maqsadida innovatsion yondashuvlarni ishlab chiqish.
5. *Moslashuvchanlik* – bozor shart-sharoitlariga va mijoz talablariga oson moslashish qobiliyati.
6. *Ochiqlik va shaffoflik* – mijozlar va xodimlar o'rtasida o'zaro ishonch, ochiqlikni ta'minlash.
7. *Axborot va kommunikatsiya* – mijozlar bilan samarali axborot almashinuvi va kommunikatsiyani ta'minlab berish.
8. *Tezkor qarorlar* – turli holatlarda xizmat ko'rsatish jarayonida samarali qarorlarni tezkorlik bilan qabul qilish.
9. *Boshqaruv va samarali nazorat* – xizmat ko'rsatish faoliyat jarayonlarini boshqarish va nazorat qilish mexanizmlarini shakllantirish.
10. *Xodimlarning professional tayyorgarligini ta'minlash* – xodimlarni muntazam ravishda o'qitish va malakasini oshirib borish.
11. *Mijozlar bilan munosabatlarni oqilona boshqarish* – mijozlar bilan uzoq muddatli, davomli munosabatlarni rivojlantirish va saqlab qolish.
12. *Tahlil va baholash* – xizmat ko'rsatish jarayonlarini doimiy ravishda tahlil qilish va baholash.
13. *Raqobatbardoshlik* – ma'lum faoliyat doirasida raqobatchilar bilan o'zaro solishtirganda xizmatning o'ziga xos afzalliklarini taqdim etish.
14. *Mijozlar ijobiy tajribasini shakllantirish* – mijozlarning ko'rsatiladigan xizmatlardan oladigan tajribasini yaxshilash va unutilmas bo'lishini ta'minlab berish.

15. *Strategik rejalashtirish* – xizmat ko‘rsatish strategiyasini ishlab chiqish va uni muvaffaqiyatli amalga oshirish.
16. *Xizmatlarning keng ko‘lamligi* – mijozlarning turli darajadagi ehtiyojlariga mos ravishda keng xizmatlar assortimentini taqdim etish.
17. *Tashqi muhitni o‘rganish* – xizmat ko‘rsatish bozorining zamonaviy tendensiyalarini, raqobatchilarni hamda mijozlarning o‘zgaruvchan ehtiyojlarini o‘rganish.
18. *Ijtimoiy mas‘uliyat* – faoliyatni amalga oshirish jarayonlarida jamiyat va atrof-muhitga bo‘lgan yuqori mas‘uliyatni inobatga olish.
19. *Resurslarni samarali boshqarish* – moliyaviy, insoniy va moddiy resurslarni samarali tarzda boshqarish.
20. *O‘zaro manfaatli hamkorlik* – mijozlar, vositachilar va hamkorlar bilan o‘zaro manfaatli aloqalarni rivojlantirib borish.
21. *Kafolatli va sifatli xizmat ko‘rsatish* – taklif etilayotgan xizmatlarning yuqori sifatligini ta‘minlab berish.
22. *Oqilona narx siyosatini yuritish* – narx belgilashda bozor shart-sharoitlari, iste‘molchilar talabi va raqobatchilar belgilayotgan narx diapazonlarini inobatga olish.
23. *Mijozlar uchun yuqori darajadagi iste‘mol qulayligini yaratib berish* – qanday turdagi xizmatlar taklifi amalga oshirilmasin, birinchi navbatda potensial mijozlarning iste‘mol qulayligini yaratib berish birlamchidir.

Ushbu tamoyillar xizmat ko‘rsatish korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishida hamda raqobatbardoshligini ta‘minlashda asosiy o‘rin tutib, har bir tamoyil ilmiy nuqtai nazardan asoslandi va fikrimizcha, ularning amaliyotda samarali tarzda qo‘llanilishi korxonalar faoliyatining ijobiy natijalarida aks etadi.

Shunday qilib, xalqaro va mahalliy olimlarga tegishli adabiyotlarni o‘rganish va mualliflik pozitsiyasidan kelib chiqib, bizning fikrimizcha ***xizmat ko‘rsatish korxonasi bu*** - ma‘lum to‘lov evaziga mijozlarga moddiy qiymatga ega bo‘lmagan, shaxsiy ehtiyojlarini qondirilishini ta‘minlab beruvchi, nomoddiy ko‘rinishdagi mahsulotlar iste‘moliga ixtisoslashgan va faqat ayrim holatlarda moddiy iste‘mol mahsulotlari vositasida xizmatlarni taqdim etuvchi, talab nuqtai nazaridan nafillikni ta‘minlab beruvchi faoliyat turlari bilan shug‘ullanadigan biznes subyektidir.

Adabiyotlarda keltirilgan xizmatlar klassifikatsiyasiga asoslanib, xizmat ko‘rsatish korxonalarini quyidagicha tizimlashtirishdik (1.2-jadval): faoliyat sohasiga ko‘ra; ko‘lamiga ko‘ra; xizmat ko‘rsatish usuliga ko‘ra; mulkchilik shakliga ko‘ra; kapitalga ko‘ra; hajmiga ko‘ra; maqsadiga ko‘ra; ixtisoslashganlik darajasiga ko‘ra; mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish darajasiga ko‘ra.

1.2-jadval

Xizmat ko‘rsatish korxonalari klassifikatsiyasi¹

T/r	Tizimlanishi	Korxona turlari
1	Faoliyat sohasiga ko‘ra	Biznes, ijtimoiy, texnologik, transport-logistika va b.
2	Ko‘lamiga ko‘ra	Mahalliy, mintaqaviy, xalqaro
3	Xizmat ko‘rsatish usuliga ko‘ra	Online, bevosita
4	Mulkchilik shakliga ko‘ra	Davlat, nodavlat
5	Kapitalga ko‘ra	Milliy, xorijiy, aralash
6	Hajmiga ko‘ra	Kichik, o‘rta, yirik
7	Maqsadiga ko‘ra	Tijorat, notijorat

¹ Adabiyotlarni o‘rganish natijasida muallif ishanmasi

8	Faoliyat davomiyligiga ko'ra	Mavsumiy, doimiy
9	Ixtisoslashganlik darajasiga ko'ra	ixtisoslashtirilgan, universal va ko'p tarmoqli
10	Avtomatlashtirish darajasiga ko'ra	Kompleks avtomatlashtirilgan, qisman avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatish korxonalari

Xizmat ko'rsatish korxonalarining mohiyati, mazmuni va tamoyillarini o'rganish doirasida o'tkazilgan tadqiqotlar natijasida quyidagi natijalarga erishildi va xulosalarga kelindi:

Xalqaro miqyosda o'tkazilgan tadqiqotlarda olimlar xizmatlarning nomoddiy xarakterga egaligi hamda xizmat ko'rsatishda mijozlarning o'rnini asosiy farqlovchi ikki omil sifatida o'rganishgani ma'lum bo'ldi.

Tadqiqotlarga asosanib xizmat ko'rsatish korxonalari mohiyatini tahlil etishda mazkur turdagi korxonalarning quyidagi ikki asosiy guruhini ajratib oldik: oddiy standart xizmatlarni ko'rsatuvchi hamda murakkab yoki yuqori malakali bilimiga asoslangan xizmatlarni ko'rsatuvchi korxonalar. Malakali xizmatlarga ixtisoslashgan korxonalar, o'z navbatida, texnologiyaga asoslangan va texnologiyaga asoslanmagan korxonalarga bo'linishi aniqlandi.

Tadqiqotlarimiz davomida xizmat ko'rsatish korxonalarining o'ziga xos xususiyatlariga e'tibor qaratildi va bizning fikrimizcha, xizmat ko'rsatish korxonalari boshqa turdagi korxonalarga nisbatan solishtirganda ma'lum tafovutlarga ega bo'lib, mahsulot va xizmatlar, xizmat ko'rsatish texnologiyalari, maqsadli iste'molchilar, raqobat ustunliklari, hududiy joylashuv, menejment siyosati, diversifikatsion salohiyat, moslashuvchanlik xususiyatlari singari murakkab komponentlardan tarkib topadi.

Ilmiy adabiyotlarni o'rganish va kuzatuvlarimizga asosanib, xizmat ko'rsatish korxonasi va ishlab chiqarish korxonasi o'rtasida qiyosiy tahlil o'tkazishning "8 o'lchovli" vositasini ishlab chiqdik, bizning fikrimizcha mazkur o'lchovlar 8 tafovutli – mahsulot turi, o'lchov darajasi, mijozlar ishtiroki, narx belgilash, kadrlar malakasi, innovatsiyalarni joriy etish, mijozlar bilan aloqa singari mezonlar asosida amalga oshirilishi lozim.

Fikrimizcha, xizmat ko'rsatish korxonalari uchun talab nuqtai nazaridan qiymatlilik, xarid istagi, ehtiyojlar va intilishlar hamda pessimistik qarashlar tahlilini amalga oshirishi faoliyatning dastlabki asosi bo'lishi lozim.

Aytish joizki, xizmat ko'rsatish korxonalarining asosiy tamoyillari mijozlar ehtiyojlarini imkon qadar maksimal darajada qondirish va samarali xizmat ko'rsatish jarayonini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega bo'lib, tadqiqotlar natijasida xizmat ko'rsatish korxonalarining eng asosiy 23 ta tamoyillarini aniqladik va ilmiy asosladik.

Shunday qilib, xalqaro va mahalliy olimlarga tegishli adabiyotlarni o'rganish va mualliflik ilmiy yondashuvidan kelib chiqib, bizning fikrimizcha **xizmat ko'rsatish korxonasi bu** - ma'lum to'lov evaziga mijozlarga moddiy qiymatga ega bo'lmagan, shaxsiy ehtiyojlarini qondirilishini ta'minlab beruvchi, nomoddiy ko'rinishdagi mahsulotlar iste'moliga ixtisoslashgan va faqat ayrim holatlarda moddiy iste'mol mahsulotlari vositasida xizmatlarni taqdim etuvchi, talab nuqtai nazaridan naflilikni ta'minlab beruvchi faoliyat turlari bilan shug'ullanadigan biznes subyektidir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. B.Ismailov. Xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati va tamoyillar. Ijtimoiy boshqaruv jurnali.2023. i<https://ijtimoiy.uz/2319/>
2. Barnett N. et al. Servitization: is a paradigm shift in the business model and service enterprise required?. – 2013.
3. Czarnitzki D., Spielkamp A. Business services in Germany: bridges for innovation //The Service Industries Journal. – 2003. – T. 23. – №. 2. – C. 1-30.
4. D.Alimova. Xizmat ko'rsatish korxonalari faoliyatida resurs salohiyatining mohiyati va roli. "iqtisodiyot va turizm" xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali. No6(14) 2023.

5. E.Ikromov. Xizmat ko'rsatish korxonalari faoliyatlarining samaradorligini oshirishning tashkiliy mexanizmini takomillashtirish. *International Journal of Economy and Innovation* | Volume 46 | Gospodarka i Innowacje. 2024. 608-615.
6. G.Madraximova (2023).Sanoat korxonalarida resurslar salohiyatini iqtisodiy baholash asoslari.Iqtisodiyot va ta'lim,24 3),380–384.<https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/1151>
7. Hauknes, J. (1999), Knowledge Intensive Services – What is their Role? Paper for the OECD Business and Industry Policy Forum, Paris.
8. Hauknes, J. and Miles, I. (1996), Services in European Innovation Systems – A Review of Issues, Step Report, Oslo.
9. Hipp, C. (2000), Innovationsprozess im Dienstleistungssektor - Eine theoretische und empirisch basierte Innovationstypologie, Heidelberg.
10. Lee, S., Ribeiro, D., Olson, D. & Roig, S. 2007, 'The importance of the activities of service business in the economy: welcome to the service business', *Service Business*, vol. 1, no. 1, pp. 1-5.
11. Lovelock, C. & Young, R. 1979, 'Look to customers to increase productivity', *Harvard Business Review*, pp. 1-10.
12. Miles, I. (1994), Innovation in Services, in: Dodgson, M. and Rothwell, R. (eds.), *The Handbook of Industrial Innovation*, Cheltenham.
13. Miles, I., N. Kastrinos, K. Flanagan, R. Bilderbeek, P. den Hertog, W. Hunting and M. Bouman (1995), *Knowledge-intensive Business Services: Their Roles and users, Carriers and Sources of Innovation*, Manchester.
14. Sampson, S. & Froehle, C. 2006, 'Foundations and implications of a proposed Unified Service Offering', *Production and Operations Management Society*, vol. 12, no. 2, pp. 329-43.
15. Scerri M., Agarwal R. Service enterprise productivity in action: measuring service productivity // *Journal of Service Theory and Practice*. – 2018. – T. 28. – №. 4. – С. 524-551.
16. Sh,Kuvandikov, H.Hasanov. Xizmat ko'rsatish va servis sohalarini rivojlantirishda muhim yo'nalishlar. Ilmiy axborotnoma iqtisodiyot 2017-yil, 4-son. 183-185-betlar.
17. Sharifboyevich R. S. Xizmat ko'rsatish korxonalari rivojlanishining mintaqaviy xususiyatlari, omillari va funksiyalari // *Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting*. – 2024. – T. 4. – №. 07. – С. 242-247.
18. Smith, K. (1995), Interactions in Knowledge Systems: Foundations, policy Implications and Empirical Methods, in: OECD (ed.), *Organization for Economic Co-operation and Development*, Paris, 69-102.
19. Strambach, S. (1994), Knowledge-intensive Business Services in the Rhine Neckar Area, in: *Tijdschrift voor Economische eb Sociale Geografie* 85(4), 354-365.
20. Strambach, S. (1997), Wissensintensive unternehmensorientierte Dienstleistungen – Ihre Bedeutung für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands, in: *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung, DIW*, Vol. 66(2), 230-242.
21. Vargo, S. & Lusch, R. 2004a, 'Evolving to a new dominant logic for marketing ', *Journal of Marketing*, vol. 68, pp. 1-17.
22. Врагова Е. А. Сущность предприятий общественного питания и их место в сервисной экономике // *Актуальные вопросы современной науки и образования*. – 2023. – С. 13-19.
23. Друкер, П. Энциклопедия менеджмента [Текст]: учебн. пособие / П. Друкер. Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 39 с.
24. Николаева Л. А., Лайчук О. В. Роль интеллектуально-информационной сферы деятельности в развитии сервисной экономики (на примере библиотечных услуг)// *Проблемы современной экономики*. — 2006. — № 1/2 (17/18).
25. Петров Сергей Валерьевич. Понятие, сущность и функции организаций сферы услуг // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2023. №6. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-suschnost-i-funktsii-organizatsiy-sfery-uslug> (дата обращения: 03.11.2024).

26. Смирнова Жанна Венедиктовна, Кочнова Ксения Александровна Обучение сотрудников сервисных предприятий с использованием информационных технологий // Вестник Мининского университета. 2019. №1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obuchenie-sotrudnikov-servisnyh-predpriyatiy-s-ispolzovaniem-informatsionnyh-tehnologiy> (дата обращения: 01.11.2024).

27. Фалина Алла Семёновна Сервисное государство: истоки теории, элементы практики // Социология власти. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servisnoe-gosudarstvo-istoki-teorii-elementy-praktiki> (дата обращения: 02.11.2024).