

XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING MILLIY IQTISODIYOTDA TUTGAN O'RNI.

Xushboqov Quvonchbek

Axborot texnologiyalari universiteti Moliya va moliyaviy texnologiyalar yo'nalishi
2 kurs 323 guruh talabasi

Ilmiy rahbar: Xudoyorova Zuhra

ANNOTATSIYA

Ushbu ish xizmat ko'rsatish sohasining milliy iqtisodiyotdagi ahamiyatini o'rganishga bag'ishlangan. Unda xizmat ko'rsatish tarmog'ining rivojlanish bosqichlari, uning mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri, yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, bandlik darajasini oshirishdagi roli va boshqa iqtisodiy ko'rsatkichlar tahlil qilinadi. Shuningdek, xizmatlar sektorining innovatsion rivojlanishi va raqamli texnologiyalar bilan uyg'unlashuvi masalalariga ham e'tibor qaratilgan. Ish natijasida xizmat ko'rsatish sohasining iqtisodiy o'sish va barqarorlikni ta'minlashdagi muhim jihatlari yoritilgan.

KALIT SO'ZLAR:

xizmat ko'rsatish sohasi, milliy iqtisodiyot, yalpi ichki mahsulot, bandlik, innovatsiya, raqamli texnologiyalar, iqtisodiy rivojlanish, barqarorlik.

АННОТАЦИЯ

Данная работа посвящена изучению роли сферы услуг в национальной экономике. В ней рассматриваются этапы развития сектора услуг, его влияние на экономику страны, доля в валовом внутреннем продукте, роль в повышении уровня занятости и другие экономические показатели. Особое внимание уделено вопросам инновационного развития сферы услуг и ее интеграции с цифровыми технологиями. В результате исследования раскрыты ключевые аспекты влияния сферы услуг на экономический рост и устойчивость.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: сфера услуг, национальная экономика, валовой внутренний продукт, занятость, инновации, цифровые технологии, экономическое развитие, устойчивость.

KIRISH

"Xizmat" tushunchasi qat'iy ilmiy iqtisodiy yoki huquqiy mazmunga ega bo'lmagan holda ikki fan - iqtisod va huquqning kesishmasida joylashgan. Biroq, fuqarolik huquqi nazariyasida ishlab chiqilgan xizmatlarning ta'riflari u yoki bu darajada iqtisodiy nazariyaga asoslanadi. Xizmatni, birinchi navbatda, iqtisodiy kategoriya sifatida ko'rib chiqish kerak ko'rinadi.

Iqtisodchilar nuqtai nazaridan xizmat - bu mehnat natijalari bilan bog'liq emas, balki mehnatni faoliyat sifatidagi iqtisodiy munosabatlardir. Faoliyatning o'zi (mehnat) nomoddiy iste'mol qiymatiga ega bo'lgan tovarga aylanadi, u xizmatni qayta ishlash jarayonida iste'mol qilinadi.

Iqtisodiy adabiyotlarda shunday yondashuv ishlab chiqilganki, unga ko'ra, natijasi tovarlarda mujassamlangan xizmatlar moddiy (ishlab chiqarish) xizmatlar deb ataladi. Moddiy natija qoldirmaydigan xizmatlar esa nomoddiy (ishlab chiqarishdan tashqari) xizmatlar deyiladi. Ikkinchisi, qoida tariqasida, fuqarolarning shaxsiy ehtiyojlarini (shaxsiy xizmatlar deb ataladigan) qondirishga qaratilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

"Xizmat muayyan iqtisodiy samara yaratadi" va aytilganlarning davomi sifatida xizmatning ijtimoiy munosabatlar tizimidagi o'rnini "mulk munosabatlarining elementi" sifatida belgilash mumkin. Chunki xizmat narsa kabi mehnat mahsulining ma'lum bir shakli bo'lib, tovarning barcha xususiyatlariga ega". Demak, ma'lum darajada bu atamaning etimologik ma'nosidan kelib chiqib, xizmat narsa ko'rinishida emas, balki faoliyat ko'rinishida taqdim etiladigan foyda bo'lib xizmat ko'rsatishning o'zi kutilgan natijani yuzaga keltiradi, degan fikrni aytish mumkin.

Aytilganlarning to'g'riligiga bahslashmasdan shuni ta'kidlashni istardimki, iqtisodiy adabiyotlarda xizmat maqsadli faoliyat, mehnatning foydali samarasi, ya'ni har qanday tovar kabi mehnatning o'zi ta'minlaydigan maxsus iste'mol qiymati. Bunday holda, mehnatning iste'mol qiymati "xizmatlar" nomini oladi. "Mehnat bu erda narsa sifatida emas, balki faoliyat sifatida xizmat qiladi." Bu xizmat ishdan tubdan farq qiladi, uning natijasi aniq natijadir. Narsa moddiy ishlab chiqarish mahsuli, inson mehnatining moddiy asos bilan qo'shilishi natijasi ekanligini hisobga olsak, bu yerda iste'mol qiymati shaxsdan ajralib turadi, mustaqil va undan mustaqil holda mavjud bo'ladi. Xizmat ko'rsatishda, qoida tariqasida, mehnat faoliyatining moddiylashtirilgan

natijasi bo'lmaydi va qiymat moddiylashtirilgan natija bilan emas, balki faoliyatning o'zi, jarayon bilan ifodalanadi.

Xizmat ko'rsatish sohasi juda xilma-xildir. Xizmat ko'rsatish sohasi tijorat sektorining muhim qismini tashkil etadi: aviakompaniyalar, banklar, kompyuter kompaniyalari, sug'urta, yuridik firmalar, konsalting firmalari, tibbiyot muassasalari va ko'chmas mulk kompaniyalari. Xizmatlarni ishlab chiqarishda davlat va notijorat tashkilotlari ham ishtirok etadi.

Xizmat ko'rsatish sohasidagi alohida sektorni xizmat ko'rsatish tashkilotlari egallaydi. Ular, shuningdek, bank, sug'urta, telekommunikatsiya va mehmonxonalar kabi sohalardagi yirik xalqaro korporatsiyalardan tortib, maishiy xizmat ko'rsatish va umumiy ovqatlanish kabi kichik, mahalliy korxonalarigacha turlicha.

Sotish uchun ishlab chiqarilgan har qanday mehnat mahsuloti tovar hisoblanadi. Demak, turli bozorlarda sotiladigan xizmatlar mustaqil va juda xilma-xil tovarlar guruhi sifatida harakat qiladi.

Xizmatning mahsulot sifatidagi asosiy roli mijozlarning ehtiyojlarini qondirish qobiliyatidadir. Xizmat va jismoniy mahsulot o'rtasidagi asosiy farq quyidagicha:

Har qanday xizmat - bu jarayon. Jarayon atamasidan foydalanish o'z tabiatiga ko'ra jarayon bo'lolmaydigan xizmatlar va jismoniy tovarlarni farqlash imkonini beradi. Odamlar xizmatlarning ajralmas qismidir. Ishlab chiqarish, etkazib berish va iste'mol qilish jarayonlari bir vaqtning o'zida sodir bo'ladi.

Filipp Kotlarning so'zlariga ko'ra, xizmat - bu bir tomon boshqasiga taklif qilishi mumkin bo'lgan, asosan nomoddiy bo'lgan va hech narsa sotib olishga olib kelmaydigan har qanday faoliyat yoki foyda. Xizmatlarni ishlab chiqarish ularning moddiy ko'rinishidagi tovarlar bilan bog'lanishi yoki bo'lmasligi mumkin. Xizmatlarni ishlab chiqarish ularning moddiy ko'rinishidagi tovarlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Xizmatlar ko'pincha moddiy qadriyatlarni yaratmaydigan foydali faoliyatning barcha turlarini o'z ichiga oladi, ya'ni. Muayyan faoliyatni xizmat sifatida tasniflashning asosiy mezonini bu sohada ishlab chiqarilgan mahsulotning nomoddiy xususiyatidir. Xizmat turlari nihoyatda xilma-xildir: ular sanoat xarakteriga ega bo'lishi yoki shaxsiy ehtiyojlarni qondirishi mumkin, malakasiz bo'lishi mumkin yoki ijrochilarning juda yuqori malakasini talab qilishi mumkin. Ba'zi xizmatlar katta kapital qo'yilmalarni talab qiladi, masalan: havo transporti, boshqalari kichik boshlang'ich kapital bilan amalga oshirilishi mumkin, ammo xodimlarning yuqori professionalligi bilan ajralib turadi, masalan, yuridik. maslahatlar, tibbiy xizmat.

Xizmatlarning xilma-xilligiga qaramay, ularni bir necha guruhlarga birlashtirish mumkin.

Xizmat guruhlari

Xizmat turlari	Xizmatlar	
Ishlab chiqarish	Uskunalarni muhandislik, lizing, texnik xizmat ko'rsatish va ta'mirlash	
Tarqatish	Savdo, transport, aloqa	
Professional	Banklar, sug'urta, moliyaviy, konsalting, reklama va boshqalar.	
Iste'molchi	Maishiy va dam olish bilan bog'liq xizmatlar	
Ommaviy	Televidenie, radio, ta'lim, madaniyat	
Biznes va professional	Savdo, transport, aloqa, banklar, sug'urta, moliyaviy, konsalting	
Uy hayvonlarini parvarish qilish xizmatlari	davolash, oziqlantirish, yurish, hayvonlar uchun mehmonxonalar	

Bundan tashqari, dunyoda xizmat ko'rsatish sohasini diversifikatsiya qilish tendentsiyasi mavjud bo'lib, unda ilgari alohida xizmat ko'rsatishning ko'plab turlari bitta kompaniya doirasida birlashtirilmoqda. Ularning to'liq assortimenti taklif etiladi, bu kompaniyaning raqobatbardoshligini oshiradi va yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavflarni kamaytiradi. Shunday qilib, bank, birja va vositachilik xizmatlari yagona moliyaviy xizmatlar majmuasiga birlashadi. Yoki, masalan, transport bilan

shug'ullanuvchi kompaniya ichida hayot va yukni sug'urtalash, pochta jo'natmalari, turizm kabi turli xizmatlarning kombinatsiyasi mavjud.

Bozor va nobozor xizmatlarini takror ishlab chiqarish asoslari tobora kengayib bormoqda. Shu bilan birga, bozor xizmatlari xizmatlarning umumiy hajmining tobora muhim qismini egallab bormoqda.

Xalqaro statistik ma'lumotlarga ko'ra, xorijiy investitsiyalarning 40 foizdan ortig'i xizmat ko'rsatish bozorini rivojlantirishga yo'naltirilgan bo'lib, bu iqtisodiyotning ushbu tarmog'ining rivojlanish istiqbollari dolzarbligi, manfaatdorligi va qarashlarini tasdiqlaydi.

Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalar, tashkilotlar va jismoniy shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarning turli turlarini takror ishlab chiqarishni o'z ichiga olgan jamlangan umumiy toifadir.

Xizmat ko'rsatish sohasining iqtisodiyotdagi roli va ta'sirining ortib borishi xizmatlarni tasniflash va xizmat ko'rsatish sohasini tartibga solish darajalarini aniqlash bo'yicha tadqiqotlarni talab qildi.

Hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish sohasi iqtisodiyotning istiqbolli va jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. U keng ko'lamlı faoliyatni qamrab oladi: savdo va transportdan tortib moliyalashtirish, sug'urta va barcha turdagi vositachilik. Mehmonxonalar va restoranlar, kirxonalar va sartaroshxonalar, ta'lim va sport muassasalari, sayyohlik agentliklari, radio va televidenie stansiyalari, konsalting firmalari, tibbiyot muassasalari, muzeylar, teatrlar va kinoteatrlar xizmat ko'rsatish sohasiga kiradi. Deyarli barcha tashkilotlar u yoki bu darajada xizmatlar ko'rsatadi.

Oxirgi yigirma yillikda xizmat ko'rsatish sohasi iqtisodiyotning eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo'ldi. Ba'zi ma'lumotlarga ko'ra, 1990 yildan 1996 yilgacha bo'lgan davrda jahon yalpi ichki mahsulotining (yalpi ichki mahsulot) o'rtacha yillik o'sish sur'ati 2,2 foizni tashkil etgan holda, ushbu davrda xizmat ko'rsatish sohasi uchun ushbu ko'rsatkichning qiymati 3 foizdan ortiqni tashkil etdi. Bundan tashqari, iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar guruhi bo'yicha tegishli ko'rsatkichlarda eng yuqori dinamika kuzatildi, ular uchun xizmatlar sohasida yalpi ichki mahsulotning o'rtacha yillik o'sish sur'ati ushbu davrda 5,7 foizni tashkil etdi va mahsulot ishlab chiqarishdagi YaIMning o'sish sur'atlaridan (2,3 foiz) sezilarli oshib ketdi. Dunyoning aksariyat mamlakatlarida xizmatlar ishlab chiqarishning jadallashgan dinamikasi, birinchi navbatda, ularning oraliq va yakuniy iste'moli hajmining oshishi bilan belgilandi. Natijada jahon iqtisodiyotida xizmat ko'rsatish va servis sohasining yalpi

ichki mahsulotdagi ulushi barqaror o'sib bormoqda, bu hozirgi vaqtda uning umumiy hajmining 70 foizdan ortig'ini tashkil etadi va mahsulot ishlab chiqarish sohasi ulushidan sezilarli darajada oshadi.

Xulosa

Hozirgi vaqtda xizmat ko'rsatish sohasi iqtisodiyotning istiqbolli va jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. U keng ko'lamli faoliyatni qamrab oladi: savdo va transportdan tortib moliyalashtirish, sug'urta va barcha turdagi vositachilik.

Mehmonxonalar va restoranlar, kirxonalar va sartaroshxonalar, ta'lim va sport muassasalari, sayyohlik agentliklari, radio va televidenie stansiyalari, konsalting firmalari, tibbiyot muassasalari, muzeylar, teatrlar va kinoteatrlar xizmat ko'rsatish sohasiga kiradi. Deyarli barcha tashkilotlar u yoki bu darajada xizmatlar ko'rsatadi.

Rivojlangan mamlakatlar amaliyoti shuni ko'rsatadiki, ishlab chiqarish murakkablashib, bozor tovarlar bilan to'yingan sari xizmatlarga talab ham oshib boradi.

Shunday qilib, xizmatlarni iste'mol qilish bevosita inson ehtiyojlari - ijtimoiy ehtiyojlarni qondirish bilan bevosita bog'liq.

Adabiyotlar ro'yxati

1. Gribov V.D. Xizmat ko'rsatish sohasidagi biznes. - M.: MEGU nashriyoti, 1994 yil.
2. Jiltsov E.N. Xizmat ko'rsatish sohasida iqtisodiy mexanizm asoslari. - M.:
3. Moskva davlat universiteti nashriyoti, 1995 yil.
4. Ivanov N.N. Xizmat ko'rsatish sohasida menejment. Darslik. - SPb.: SPbSUEF nashriyoti, 2002 yil.
5. Ijtimoiy sohadagi tijorat va notijorat faoliyati. - M.: Fan, 1995 yil.
6. Xizmat ko'rsatish sohasida menejment. - M.: Luch, 1995 yil.
7. Mage E. Sotishdan keyingi xizmat. "Biznes Fransiya" seriyasi. - M.: Taraqqiyot, 1993 yil.

8. Pesotskaya E. B. Xizmatlar marketingi. - SPb.: SPbSUEF nashriyoti, 1997 yil.

9. Sofina T.N. Xizmatlar: Bozor iqtisodiyotidagi o'zgarishlar. - Sankt-Peterburg, SPbSUEF nashriyoti, 1999 yil.

Allbest.ru saytida e'lon qilingan