



ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИҚТИСОДИЙ МАЗМУНИ ВА УНИНГ ТАРМОҚ ТАСНИФИ

Одилова Дилноза Барнаевна -
Тошкент давлат иқтисодиёт
университети докторанти

[doi https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss2/a67](https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss2/a67)

Аннотация. Ушбу мақолада хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодий мазмуни тадқиқ этилиб, унинг моҳияти очиқ берилган. Хизмат кўрсатиш соҳасининг тармоқ таснифи ривожлантирилиб, унинг тўрт секторли модели ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: ижтимоий соҳа, хизмат, юқори фан сиғимли технологиялар, иқтисодий фаолият, таълим, соғлиқни сақлаш, профилактика, жараён, ISIC таснифи, тўртламчи сектор, модель.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ СФЕРЫ УСЛУГ И КЛАССИФИКАЦИЯ ЕЕ ОТРАСЛЕЙ

Одилова Дилноза Барнаевна -
докторант Ташкентский государственный
экономический университет

Аннотация. В данной статье рассматривается экономическое содержание сферы услуг и объясняется ее сущность. Разработана сетевая классификация сферы услуг и разработана четырехсекторная модель.

Ключевые слова: социальная сфера, услуга, наукоемкие технологии, экономическая деятельность, образование, здравоохранение, профилактика, процесс, классификация ISIC, стимулирующая сфера, модель.

ECONOMIC CONTENT OF THE SERVICE SPHERE AND CLASSIFICATION OF ITS BRANCHES

Odilova Dilnoza Barnayevna -
Tashkent State University of Economics, doctoral student

Annotation. This article discusses the economic content of the service sector and explains its essence. A network classification of the service sector has been developed and a four-sector model has been developed.

Key words: social sphere, service, high technology, economic activity, education, healthcare, prevention, process, ISIC classification, stimulating sphere, model.

Кириш. Бозор муносабатлари ва ахборот глобаллашуви турли даражадаги ривожланган миллий иқтисодиётларга кўплаб муаммоларни келтириб чиқарди. Иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда, бир томондан, хизмат кўрсатиш соҳасининг сифат ва миқдор таркиби ўзгарган ҳолда такрор ишлаб чиқариш жараёнига таъсири кучаймоқда. Бошқа томондан эса тўртинчи саноат инқилобининг ўзигини ташкил этувчи юқори технологиялар ишлаб чиқариш саноатини ва умуман, маҳсулот ишлаб чиқаришни сезиларли даражада ўзгартиради, бу эса муқаррар равишда бутун ишлаб чиқариш соҳасини сезиларли даражада янгилашни талаб қилади. Шу муносабат билан хизмат кўрсатиш соҳасининг мазмуни ва фаолиятини ўрганиш, унинг ишлаб чиқарувчи кучини аниқлашнинг назарий ва амалий масалалари ҳам товар ишлаб чиқаришда меҳнат унумдорлигининг ўсишини қўллаб-қувватлашда, ҳам корхоналарнинг барқарор рақобатбардошлигини таъминлашда ўзини намоён қилади.

Жаҳон иқтисодиёти ва ривожланган давлатлар ЯИМида товар ишлаб чиқаришнинг улуши камайиши ва хизматлар соҳасининг улушида ўсиш тенденцияси кузатилмоқда. Ўтган

асрнинг охирида янги ахборот технологияларининг жорий этилиши ишлаб чиқариш жараёнларининг мураккаблашуви, хизмат кўрсатиш соҳаларининг кенгайиши ва унинг янги фаолият турлари пайдо бўлишига олиб келди. Хизматлар мазмуни ва уларнинг иқтисодиёт ва жамиятдаги аҳамияти ўзгариши юз берди, моддий ишлаб чиқариш тармоқлари билан хизмат кўрсатиш соҳаси ўртасидаги алоқадорлик ошди, унинг маҳсулоти тобора саноат тармоқларига интеграция қилиниб бормоқда.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг бутун иқтисодиётга, хусусан, ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги ва ижтимоий эҳтиёжларни тўлиқ қондиришга таъсири сезиларли даражада ошди. Хизмат кўрсатиш соҳаларининг ҳиссасини ҳар қандай тўлиқ ва аниқ тарзда баҳолаш жуда қийин, чунки у кўпинча билвосита – якуний истеъмолнинг кенг доираси ва тармоқлараро муносабатларнинг кўп босқичли тизими орқали амалга оширилади. Шунга қарамай, унинг ўсишини ишчи ходимлар лавозим тоифаларининг кенгайиши ва хизматлар сифатини яхшилашда кузатиш мумкин, уларнинг вазифалари инсон ресурсларини ривожлантириш ва илмий билим-

ларни яратиш, тарқатиш ҳамда иқтисодий ривожланишга эришишдир.

Бугунги глобаллашув шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг бир қатор масалалари ҳозиргача етарли даражада тадқиқ этилмаган. Масалан, хизмат кўрсатиш соҳасининг мазмуни, уни тавсифлаш, хизмат кўрсатиш соҳаларининг ишлаб чиқариш жараёнларига интеграциялашув даражасини аниқлаш учун иқтисодиёт тармоқларининг тармоқлараро алоқаларини ҳисоблаш, хизмат кўрсатиш соҳаларида самарадорлик ва иш ҳақи динамикаси ва даражасини аниқлаш, саноатининг ўхшаш кўрсаткичлари билан таққослаш орқали хизмат кўрсатиш соҳасининг ролини таҳлил қилиш бугунги кунда долзарб аҳамият касб этади. Бирлашган Миллатлар Ташкилоти, Жаҳон соғлиқни сақлаш ташкилоти, нуфузли экспертлар прогнозига кўра, пандемия бутун дунёда инқирозли ҳолатлар, ижтимоий кескинлик, қашшоқлик каби муаммоларни кучайтириши мумкин. Барчамизга аёнки, пандемиядан кейин дунёнинг ижтимоий-иқтисодий манзараси, албатта, ўзгаради [1].

Адабиётлар таҳлили. Ўтган асрнинг ўрталаридан бошлаб хизмат кўрсатиш соҳаларининг жадал ривожланиши хизматларнинг кўплаб турли талқинлари ва таснифларининг пайдо бўлишига олиб келди. Шу муносабат билан турли тадқиқотчилар баъзан “хизмат” тушунчасига мутлақо бошқача маъноларни тавсия этмоқдалар. Баъзи муаллифлар хизматларнинг асосий хусусиятларидан келиб чиқади, масалан, ижтимоийлик, ишлаб чиқариш хизматининг истеъмол қилишдан ажралмаслиги, хизматларни сақлашнинг мумкин эмаслиги ва истеъмолчининг хизматга эгалик ҳуқуқи йўқлиги ва шу кабилар.

Иқтисодий фанда хизмат кўрсатиш соҳасининг мазмуни, моҳияти ва унинг тармоқ таснифи тўғрисидаги назарий ёндашувларда хизмат кўрсатиш соҳасининг илмсиғимкор тармоқларининг ижтимоий ўрни тобора яққол намоён бўлиб бормоқда. Автоматлаштириш, сунъий интеллект ва робототехниканинг бандликка таъсири муаммолари Е.Бриньольфссон, Е.Макафи, Э.Берг, Э.Ф.Баффи, Л.Ф.Занна, К.Шваб, К.Фрей, М.Осборн, Д.Асимоглу, П.Рестрепо, Д.Аутор, Ж.Бессен, М.Портер, Дж. Хаппелман, Р.И.Капелюшников каби муаллифлар томонидан яқиндан ўрганилган.

Ф.Котлер ва К.Келлернинг фикрича, хизмат “ижтимоий бўлган ва бир томон бошқасига таклиф қилиши мумкин бўлган ҳеч нарсага эгалик қилишга олиб келмайдиган, ҳар қандай фаолиятдир [2]” деб таъкидлайди. Худди шунга мос равишда, Г.Ассель хизматларни шарҳлайди, унинг учун ҳам истеъмолчи томонидан сотиб

олинган ижтимоий, номулкий товарларни ифодалайди [3]. В.И.Ширази хизматнинг ижтимоийлигидан кўра фойдали таъсирига кўпроқ эътибор бериб, шундай ёзади: “Хизмат мақсадли меҳнат фаолияти бўлиб, унинг натижалари шахс ёки умуман жамиятнинг у ёки бу турдаги турли эҳтиёжларини қондирадиган фойдали таъсирда ифодаланади [4]”. Бошқа бир гуруҳ муаллифлар хизмат кўрсатиш натижасида буюмларнинг сифати ёки шахснинг ҳолати ўзгаришига эътибор беришади.

Иқтисодий луғатда хизматлар деганда, “фаолият турлари, иш турлари, уларни амалга ошириш жараёнида янги, илгари мавжуд бўлмаган моддий-ашёвий маҳсулот яратилмайди, бироқ мавжуд, яратилган маҳсулотнинг сифати ўзгаради. Бу бойликлар шаклида эмас, балки фаолият шаклида тақдим этиладиган имтиёзлардир. Шундай қилиб, кўрсатилган хизматларнинг ўзи исталган қутилган натижани ташкил қилади[5]”. Ушбу талқинда сифат ҳолатининг ўзгариши ҳисобга олинган, аммо хизматлар кўрсатиш жараёнида нафақат сифат, балки фазовий (транспорт), шунингдек, вақтинчалик ўзгаришлар (молиявий хизматлар), предмет ва шахс сифатида иккаласи ҳам эътиборга олинмаган.

Ушбу таърифларда ҳолатнинг ўзгаришига ишора қилинади. Бу, бизнинг нуқтаи назаримиздан, хизматларнинг асосий хусусиятидир. Шунга кўра, хизмат кўрсатиш натижасида предмет, бизнес жараёнлари, ҳодисалар ва шахснинг ҳолати ўзгариши мумкин. Масалан, тиббий, таълим, маданий хизматлар.

Бироқ ҳолатни ўзгартириш мезонига нисбатан бошқа нуқтаи назарлар ҳам мавжуд. Масалан, Е.В.Данилова, “хавфсизлик ва касалликларнинг профилактикаси билан боғлиқ хизматлардан мақсад ўзгартириш эмас, балки уларнинг олдини олиш учун мўлжалланган; суғурта хизматларини кўрсатиш ва уларнинг истеъмолчи шартларини ўзгартириши ўртасида боғлиқликни ўрнатиш қийин (шартнома тузилади ва суғурта ҳодисаси содир бўлмалиги мумкин) [6]”.

Албатта, бир қарашда, юқоридаги ҳодисалар ҳолатни ўзгартиришга олиб келмайдиган кўринади. Бироқ, агар сиз нарсаларнинг моҳиятига қарасангиз, бунинг акси аниқ бўлади. Шундай қилиб, касалликлар профилактикаси турли хил соғломлаштириш чораларини кўришни, витаминлар ва махсус препаратлар курсини қабул қилишни, эмлаш, чиниқтириш ва ҳоказоларни ўз ичига олади. Бу чора-тадбирларнинг барчаси инсон иммунитетини ошириш ва унинг турли органларининг функцияларини яхшилашга қаратилган бўлиб, бу инсон танасининг ҳолатини аниқ ўзгартириш бўлиб, келажакда касалликларнинг олдини олиш имконини беради. Миллий хавфсизликни таъминлаш жамият-

да ҳаёт сифатини яхшилашга қаратилган қатор чора-тадбирларни ҳам ўз ичига олади. Суғурта шартномалари билан вазият янада мураккаблашади, чунки унинг фойдали таъсири фақат суғурта ҳодисаси содир бўлганда, пайдо бўлади. Худди шу ҳолат юридик хизматлар бўйича шартномалар бўйича ҳам юзага келади, улар мижданинг манфаатларини судларда ҳимоя қилишни назарда тутаяди, аммо шартноманинг амал қилиш муддати давомида, фақат ўзгариш содир бўлганда, суд жараёни мавжуд эмас ва ҳоказо. Шунга қарамай, агар сиз яна бир бор хизматнинг моҳиятига қарасангиз, унинг мақсади ўзгаришсиз қолади ва у ёки бу тарзда истеъмолчининг ҳолатига таъсир қилади, ягона фарқ шундаки, фойдали таъсирнинг бошланиши ортга сурилган бўлиши мумкин.

Ижтимоий такрор ишлаб чиқаришда ижтимоий соҳасининг ролини мамлакатимиз иқтисодчи олимларидан академик Қ.Х.Абдурахмонов, А.В.Ваҳобов, Т.Т.Жўраев, А.А.Маматов, И.С.Тухлиев, Х.П.Абулқосимов А.Ўлмасов, Р.Р.Хасанов ва бошқалар ҳам ўз тадқиқотларида кенг тадқиқ этишган.

Мамлакатимиз иқтисодчиларидан И.С.Тухлиев: “Хизматлар кўзга кўринмас товарнинг ўзига хос туридир [7]”, – дейди ва ушбу ёндашувда у хизматнинг товар хусусиятини ифодалаган, яъни хизматлар ишлаб чиқариш, моддий ишлаб чиқариш жараёнларидаги меҳнат муносабатларини ўзида акс эттиради, аммо ишлаб чиқариш жараёни натижаси номоддий шаклга эга бўлади, деб таъкидлаган. Бизнинг фикримизча, хизмат тушунчаси “инсонлар, хўжалик юритувчи субъектлар, давлат ва жамиятнинг маълум бир эҳтиёжини қондиришга йўналтирилган кишиларнинг наф келтирадиган хизмат жараёни билан боғлиқ онгли фаолият” тушунилади.

Бироқ Ўзбекистон Республикасининг рақамли иқтисодиётга ўтиши ва унда ахборот жамиятининг ривожланиши шароитида ижтимоий такрор ишлаб чиқаришда ижтимоий соҳасининг мазмуни, моҳияти ва унинг тармоқ таснифини тадқиқ этишга қаратилган илмий изланишларни олиб бориш тақозо этилмоқда. Ушбу жиҳатлар илмий иш мавзусининг долзарблиги ва муҳимлигини белгилаб беради.

Тадқиқот методологияси бўлиб илмий абстракция, диалектик тадқиқот, индукция ва дедукция, монографик кузатув, тизимли ва қиёсий таҳлил, эксперт баҳолаш ва иқтисодий статистик усуллардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Мавзуга доир адабиётлар таҳлилидан келиб чиққан ҳолда, бизнинг нуқтаи назаримизда, хизматларнинг моҳияти нафақат номоддийликда эмас, балки ҳолатни ўзгартириш мезонларида ётади. Хизмат-

ларнинг барча турлари мутлақо ижтимоий эмас, лекин деярли барчаси предмет ёки инсоннинг фазовий, сифат ёки вақт ҳолатига таъсири билан боғлиқ. Фақат “соф хизматлар” тўлиқ ижтимоий бўлиб, уларга қўшимча равишда моддий объектлар билан боғлиқ кўплаб хизматлар мавжуд. Шу муносабат билан хизмат кўрсатиш компонентининг мавжудлигига қараб маҳсулотнинг тўртта тоифасини ажратиш одатий ҳолдир:

1) моддий-ашёвий шаклда мужассамланган ва тегишли қўшимча хизматларни кўрсатишни назарда тутмайдиган соф ижтимоий маҳсулот;

2) қўшимча хизматлар кўрсатилган ижтимоий маҳсулот (қафолат мажбуриятлари доирасида жиҳозларни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш хизматларини кўрсатиш билан боғлиқ маиший техника сотиш ва шу кабилар);

3) тегишли қўшимча хизматлар ва товарлар билан боғлиқ асосий хизмат (одамларни ҳаво ва темир йўл орқали ташиш соҳаси, бунда ижтимоий транспорт хизматини сотиш билан бирга моддий озиқ-овқат, кўрпа-тўшаклар, наушниклар, журналлар билан таъминлаш билан бирга келади);

4) соф хизмат (бизнес, молиявий, профессионал, консалтинг ва таълим хизматлари, музейлар, гўзаллик салонлари хизматлари, сайёҳлик агентликлари хизматлари ва шу кабилар).

Хизматларни баҳолашда бундай ёндашув доирасида аниқлик киритиш ва фақат хизмат кўрсатиш соҳасида сифат ҳолати ўзгариши юз беришига урғу бериш бизга ноаниқликни бериши мумкин. Дарҳақиқат, бир томондан, моддий маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнида хомашё ва материалларга турли меҳнат воситалари ёрдамида таъсир қилиш натижасида хомашёнинг тайёр маҳсулотга айланиши содир бўлади, яъни сифат ҳолатида ўзгариш юз беради. Бироқ бошқа томондан моддий ишлаб чиқариш соҳасида ишлаб чиқариш ҳолатининг ўзгариши ишлаб чиқариш жараёни босқичида содир бўлади, унинг ўзи бевосита сотиш объекти эмас. Хизматларни амалга оширишда предмет ёки шахсининг ҳолати ўзгариши хизматни амалга ошириш жараёнида бир вақтнинг ўзида содир бўлади. Шунга кўра, бу ерда оралиқ жараёнлардан эмас, балки товар ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш натижасидан бошлаш керак. Моддий соҳада сотиш объекти буюм (масалан, нон, шкаф, автомобиль, совун ва ҳоказо), хизмат кўрсатиш соҳасида эса сотиш объекти жараён (масалан, ўқитиш, даволаш, ташиш, ривожланиш, турар жой, озиқ-овқат) ҳисобланади. Шунга кўра, бир-бири билан чамбарчас боғлиқ бўлган буюм ва жараённи доимий равишда таққослаш мавжуд. Масалан, китоб – таълим, озиқ-ов-

қат – истеъмол, дори-дармон – даволаниш, транспорт воситаси – жўнатиш, инструмент – техник хизмат кўрсатиш ва ҳоказо.

Бинобарин, хизмат кўрсатиш соҳаси моддий ишлаб чиқариш соҳасидан фарқли ўлароқ, жараённинг ўзи хизмат кўрсатиш натижасидир. Шу билан бирга, хизмат кўрсатиш жараёни тўғридан-тўғри предмет ёки шахснинг ҳолатини урта даражада – сифат, макон ва вақтда ўзгартиришдан иборат. Шундай қилиб, агар сотиб олиш ёки текин олиш объекти жамоат бойликлари бўлса, у ҳолда бу жараён, фаолият тури хизматлар соҳасига тегишли, агар давомий ҳаракатни ўзида мужассам этмайдиган буюм бўлса, моддий соҳага тегишлидир. Бизнинг фикримизча, бу фарқ хизмат кўрсатиш соҳасидаги фаолиятни моддий ишлаб чиқаришдан асосий фарқловчи хусусият бўлиб, айрим фаолият турларини хизмат кўрсатиш соҳасига киритишнинг ягона мезонини ажратиш кўрсатиш имконини беради.

Хизматларнинг моҳиятини фаолият сифатида белгилашда юқоридаги фикрларни умумлаштирамиз. Шундай қилиб, хизмат – хизмат кўрсатиш жараёнида бевосита объект ёки шахснинг сифат, фазовий ёки вақт бўйича ҳолатини номоддий ўзгартиришдан иборат бўлган турли даражадаги фойдали таъсирини келтириб чиқарадиган инсон фаолияти жараёни. Бинобарин, хизмат кўрсатиш соҳалари бу примитив хизмат кўрсатиш соҳалари эмас, балки фойдали тармоқлардир. Маълумки, XX асрнинг иккинчи ярмидан бошлаб саноат, кейин эса ахборот инқилоби натижасида хизмат кўрсатиш соҳаси сезиларли ўзгаришларни бошдан кечирди, мавжудларнинг ривожланиши ва кўплаб янги хизмат кўрсатиш соҳалари пайдо бўлди. Хизмат соҳаси хизмат кўрсатиш соҳасининг ажралмас асосий қисми бўлиб, шу билан бирга, жуда катта эмас. Айни пайтда ахборот-коммуникация технологиялари, профессионал, бизнес, илмий-техник хизматлар, молия ва суғурта, таълим ва соғлиқни сақлаш каби юқори технологияли хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодий ўсишга салмоқли ҳисса қўшмоқда. Айнан шу тармоқларнинг ривожланиши инновациялар манбаи ва жаҳонда иқтисодий ўсиш катализатори ҳисобланади.

Замонавий реалликда “хизмат” ёки “хизмат кўрсатиш соҳаси” тушунчалари юз ёки икки юз йил аввалги даврга қараганда, анча кенгроқ талқин қилинади. Уй хизматчисининг иши билан боғлиқ бўлган камситувчи шаклдаги тушунчани идрок этишдан абстракция қилиш керак. Хизмат кўрсатиш соҳаси бугунги кунда жисмоний меҳнатдан кўра кўпроқ интеллектуал меҳнат билан боғлиқ бўлиб, у аста-секин робототехника ва компьютерлар билан алмашиб

бормоқда. Олимлар, меъморлар, маркетинглар, муҳандислар, ўқитувчилар ва шифокорлар – барча мутахассислар хизмат кўрсатиш соҳасида ишлайди ва уларнинг меҳнати натижаси иқтисодиёт, интеллект ва бутун жамиятнинг тараққиётидир.

Таълим соҳасини хизмат кўрсатиш соҳаси сифатида таснифлаш бугунги кунда катта тартибуларга сабаб бўлмоқда. Кўпгина муаллифлар ва сиёсатчилар таълимга хизмат сифатида шубҳа билан қарашади ва бу атамага салбий ахлоқий тус беришмоқда. Таълимни хизмат кўрсатиш соҳасидан чиқариб ташлаш тарафдорлари бу хизматлар эмас, балки ижтимоий соҳага тегишли эканлигини таъкидламоқда. Аммо агар эътибор берсангиз, таълим ҳақиқатан ҳам ижтимоий соҳага тегишли, ижтимоий соҳа эса ўз навбатида, хизмат кўрсатиш соҳасини ҳам ўз ичига олади. Бу ёпиқ доирага айланади.

Аниқлик киритиш учун биз замонавий иқтисодий луғатдан ижтимоий соҳанинг таърифини келтирамиз: “Ижтимоий соҳа – инсонларнинг турмуш тарзи ва даражаси, фаровонлигини белгиловчи, бевосита боғлиқ бўлган тармоқлар, корхоналар, ташкилотлар мажмуи; истеъмол. Ижтимоий соҳага, биринчи навбатда, хизмат кўрсатиш соҳаси (таълим, маданият, соғлиқни сақлаш, ижтимоий таъминот, жисмоний тарбия, умумий овқатланиш, коммунал хизматлар, йўловчи транспорти, алоқа) киради [8]”. Янги Ўзбекистон стратегиясининг “Адолатли ижтимоий сиёсат” бобида бугунги кунда Ўзбекистон Республикасини иқтисодий тараққиётининг янги босқичида ижтимоий соҳадаги муаммолар: аҳолини ва айниқса, унда ёшларнинг бандлигини ошириш, фуқароларни ижтимоий ҳимоя қилиш ва уларнинг саломатлигини сақлаш, соғлом турмуш тарзи, жисмоний тарбия ва спорт, таълим ва тарбия, илм-фан ва инновацион тараққиёт ҳамда аҳолининг муҳтож қатламларига кўрсатиладиган ижтимоий ёрдам сифатини оширишда мавжуд муаммоларга алоҳида эътибор қаратилган [9].

Фикримизча, таълим ва соғлиқни сақлаш мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишига кучли туртки берувчи юқори унумли тармоқлар ҳисобланади. Бу тармоқларнинг ривожланиши юқори мультипликатив самара беради ва бошқа барча тармоқлар ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади. Янги билим ва малакага эга бўлар экан, кишилар юқори унум билан меҳнат қиладилар, кўпроқ инновацион қарорлар таклиф этадилар, юқори натижаларга эришадилар. Шундай қилиб, замонавий талқинда “хизмат кўрсатиш соҳаси” атамаси бир вақтлар ўзига хос бўлган маъносини деярли бутунлай йўқотган.

Хизматларнинг юқори даражада турли-туманлиги нафақат уларнинг мазмунини аниқлашни қийинлаштиради, балки хизмат кўрсатиш соҳаларини таснифлаш муаммосини ҳам келтириб чиқаради. Турли хил хизматларни у ёки бу мезон бўйича бирлаштиришнинг кўплаб усуллари мавжуд, халқаро ташкилотлар ўзларининг статистик тизимлари ва классификаторларини доимий равишда такомиллаштирмоқдалар. Шунга қарамай, иқтисодиёт тармоқларининг ягона, энг мантиқий тузилган таркибий классификациясини ишлаб чиқиш масаласи ҳалигача очиқлигича қолмоқда ва уни янада чуқурроқ кўриб чиқишни талаб қилади.

Статистик мақсадларда бугунги кунда товарлар ва хизматлар соҳаларини маълум мезонлар бўйича гуруҳлаштирган турли хил халқаро классификаторлар қўлланилади. Улар орасида биз товарлар ва хизматлар 45 синфга бўлинган товарлар ва хизматларнинг халқаро таснифини (ТХХТ), хизматлар турлари бўйича 15 та катта бўлимни ўз ичига олган Европа ҳамжамиятидаги иқтисодий фаолиятнинг статистик таснифини (НАСЕ) ажратиб кўрсатишимиз мумкин. БМТ томонидан ишлаб чиқилган барча турдаги иқтисодий фаолият турларининг Халқаро стандарт саноат таснифи (МСОК; ISIC), АҚШ Меҳнат статистикаси бюросининг таснифи.

Энг кенг тарқалган таснифлагичлар НАСЕ ва ISIC ҳисобланади. ИСИС таснифлагичи статис-

тик мақсадларда кўплаб халқаро ташкилотлар томонидан қўлланилади, масалан, Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг саноатни ривожлантириш ташкилоти (ЮНИДО), Халқаро меҳнат ташкилоти, Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Таълим, фан ва маданият бўйича ташкилоти (ЮНЕСКО), Иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилоти (ОЭСР; OECD), Халқаро валюта жамғармаси, Жаҳон банки. 2012 йилдан бери қўлланилаётган ISICнинг тўртинчи версияси мамлакатлараро статистик таққослаш имкониятларини яхшилаш мақсадида таснифни бошқа халқаро таснифлагичлар билан мувофиқлаштириш мақсадида қайта кўриб чиқилди. Бугунги кунда ISIC ва НАСЕ бир хил тузилишга эга бўлган энг кенг тарқалган халқаро таснифлагичлардир. Аниқлик учун ISIC таснифлагичининг тузилиши 1-жадвалда келтирилган.

Турли тармоқларни гуруҳларга бирлаштиришнинг асосий мезонлари саноат ишлаб чиқаришининг табиати, маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш жараёни ва технологияси, ишлаб чиқарилган товар ва хизматларнинг мақсади ва ишлатилиши ва шу кабилардир. Ушбу тасниф доирасида иқтисодиёт тармоқлари учта тармоққа бирлаштирилган. А бўлимига қишлоқ хўжалиги сектори киради, В-Ғ бўлимлари саноат ёки ишлаб чиқариш секторига ва G-U бўлимлари хизматлар секторига бирлаштирилган.

1-жадвал

ISIC таснифи тузилиши [10]

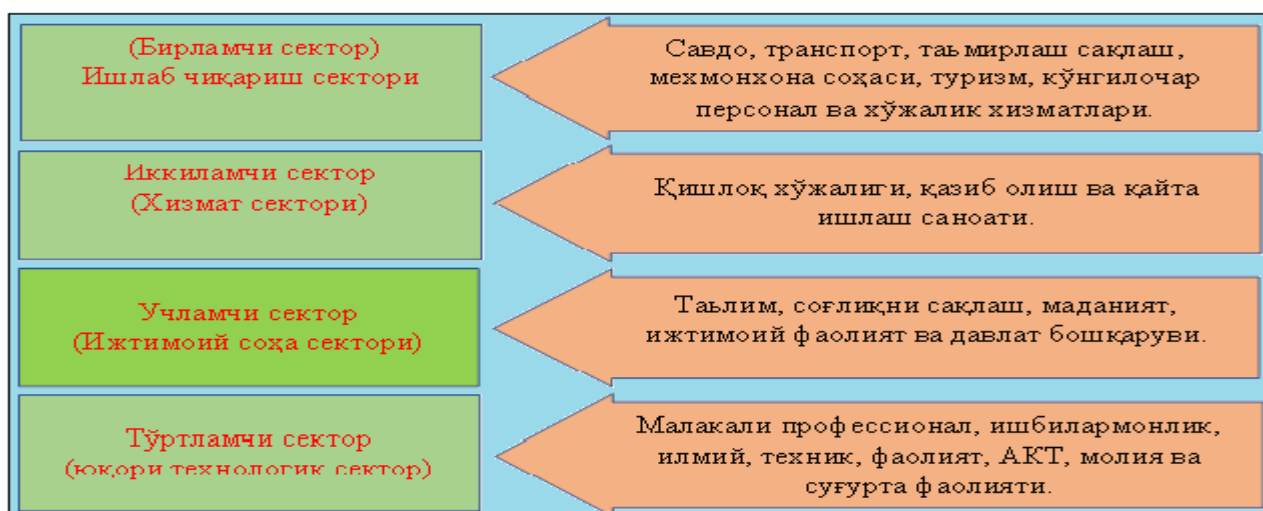
Секция	Бўлимлар	Тавсифи
A	01-03	Agriculture, forestry and fishing – Қишлоқ хўжалиги, ўрмон хўжалиги ва балиқчилик
B	05-09	Mining and quarrying – Фойдали қазилмаларни қазиб олиш
C	10-33	Manufacturing- Қайта ишлаш саноати
D	35	Electricity, gas, steam, and air conditioning supply – Электр, газ, пар, кондициялашган ҳаво билан таъминлаш
E	36-39	Water supply; sewerage, waste management and remediation activities – Сув таъминоти, канализация, чиқиндиларни бошқариш ва қайта ишлаш
F	41-43	Construction – Қурилиш
G	45-47	Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles – Улгуржи ва чакана савдо; автотранспорт воситалари ва мотоциклларни таъмирлаш
H	49-53	Transportation and storage – Транспорт хизматлари ва сақлаш
I	55-56	Accommodation and food service activities – Меҳмонхоналар ва ижтимоий истеъмол
J	58-63	Information and communication – Ахборот-коммуникация хизматлари
K	64-66	Financial and insurance activities – Молиявий ва суғурта хизматлари
L	68	Real estate activities – Кўчмас мулк операциялари
M	69-75	Professional, scientific and technical activities – Малакали, профессионал, илмий ва техник хизматлар
N	77-82	Administrative and support service activities – Маъмурий ва ёрдамчи хизматлар
O	84	Public administration and defence; compulsory social security – Давлат бошқаруви ва мудофаа; умумий мажбурий ижтимоий таъминот
P	85	Education – Таълим
Q	86-88	Human health and social work activities – Соғлиқни сақлаш ва ижтимоий хизматлар
R	90-93	Arts, entertainment and recreation – Санъат, кўнгилочар дам олиш
S	94-96	Other service activities – Бошқа хизматлар
T	97-98	Activity of households as employers; undifferentiated goods and services producing activities of household for own use – Уй хўжаликларининг иш берувчи сифатидаги фаолияти; уй хўжаликлари томонидан ўз истеъмоли учун ишлаб чиқарилган дифференциациялашмаган товарлар ва хизматлар
U	99	Activities of extraterritorial organizations and bodies – Экстерриториал ташкилотлар ва органларнинг фаолияти

Иқтисодиёт тармоқларини учта секторга бўлиш ҳозирги кунда умумий қабул қилинган. Бироқ юқорида таъкидлаганимиздек, уч секторли модель эскирган. Тўрт секторли ва беш секторли моделлар хизмат кўрсатиш соҳаларини бир маънода аниқлаш қийин бўлган хизматларнинг муҳим хусусиятларидан кўра кўпроқ иқтисодий ривожланишнинг муайян босқичларида тақсимланиши асосида гуруҳланади.

Шу билан бирга, иқтисодиётнинг баъзи ижтимоий тармоқларини ахлоқий муаммоларини идрок этишнинг энг катта қулайлик, тизимли ва ҳал қилиш учун уни фаолиятнинг муҳимлиги пасайиши ва ишлаб чиқариш ҳажмининг ўсиши, иқтисодий ва ижтимоий тараққиёт учун уларнинг аҳамияти даражаси асосида қўшимча йирик тармоқларга бўлиш мумкин кўринади. Шунга асосланиб, тўртта йирик секторни аниқлашга асосланган ёндашувни таклиф қилиш мумкин.

Демак, қишлоқ хўжалигининг жаҳон иқтисодиётидаги улуши сезиларли даражада пасайиши сабабли қишлоқ хўжалиги, қазиб олиш ва қайта ишлаш саноатини ягона секторга – бирламчи ёки ишлаб чиқаришга бирлаштириш мақсадга мувофиқ бўлар эди. Иккиламчи ёки хизмат кўрсатиш соҳаси савдо, транспорт, таъмирлаш, сақлаш, меҳмондўстлик, туризм, кўнгилочар, шахсий ва маиший хизматлар ва шу каби моддий ва хизмат турларини ўз ичига олиши мумкин.

Таълим, соғлиқни сақлаш, маданият, давлат бошқаруви ва шу каби барча ижтимоий аҳамиятга эга фаолият турлари учламчи ёки ижтимоий соҳа секторига бирлаштирилади. Бунда муаммолардан қочиш имкони бўлади, чунки ушбу фаолият турини ижтимоий соҳада бирлаштириш уларга нисбатан “хизмат” сўзини қўллашдан воз кечишга имкон беради.



1-расм. Иқтисодиётнинг тўрт секторли модели [11]

Ва ниҳоят, сўнгги тўртламчи сектор илмий билимлар шаклландиган ва янги технологиялар фаол жорий қилинадиган илмсификор ва интеллектуал фаолият турларини ўз ичига олади. Бинобарин, юқори технологияли ёки инновацион секторга профессионал, ишбилармонлик, илмий-техникавий, ахборот-коммуникацион, молиявий ва суғурта фаолияти каби фаолият турларини ўз ичига олиши мумкин.

Таълим соҳасига келсак, уни ижтимоий соҳага ҳам, юқори даражадаги ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга эга бўлган юқори технологиялар секторига ҳам киритиш мумкин. Шунга қарамай, таълим соҳасида илмий билимларнинг шаклланиши юз бераётганлигига қарамай, бу таснифда тўртламчи секторга кирувчи бошқа тармоқлардан фарқли ўлароқ, унинг ижтимоий роли юқори бўлганлиги сабабли учламчи секторга тегишлидир ва унинг ижтимоий аҳамияти беқиёс даражада юқори.

Ушбу секторли бўлинмани учламчи ва тўртламчи секторлар фаолиятида хизматлар тури сифатида тушуниш ёки тушунмаслиги мумкин. Ижтимоий сектор ва юқори технологиялар, аслида, бир хил хизматларни ўз ичига олади, аммо унда уларни хизматлар деб атамаслик ҳуқуқини ўзида сақлаб қолади. Бундай ҳолда, хизматларнинг юқоридаги таърифи маълум бир сектор доирасидаги фаолиятнинг айрим турлари учун кичик тузатишлар билан сўнгги учта сектор учун жуда мос келади.

Бизнинг фикримизча, ушбу тўрт секторли модель айрим тармоқларни хизмат кўрсатиш соҳаси сифатида қабул қилиш билан боғлиқ муаммолардан халос бўлиш ва иқтисодий фаолият турларини мантиқий тузишга имкон беради. Шунга қарамай, ушбу ёндашувни янада эҳтиёткорлик билан қайта ишлаш ва такомиллаштиришни талаб қилади. Шу муносабат билан барча ҳисоб-китоблар ва хулосалар иқтисодиёт

тармоқларининг амалдаги умумэтироф этилган халқаро таснифи асосида амалга оширилади.

Хулоса ва таклифлар. Сўнгги ўн йилликларда хизмат кўрсатиш соҳасининг такрор ишлаб чиқариш жараёнларидаги роли сезиларли даражада ошди. Бу бозор иқтисодиётининг илк даврида унинг ижтимоий ишлаб чиқариш соҳасидан деярли бутунлай чиқариб ташланишидан тортиб, илмсиғимкор соҳаларни замонавий иқтисодиётда иқтисодий ўсишнинг асосий роли сифатида эътироф этгунча давом этди. Хизмат кўрсатиш соҳасининг муҳим ўрни ва унда шаклланаётган илмий билимлар бизнинг давримизнинг барча ижтимоий-иқтисодий концепцияларида ўз ифодасини топган.

Бугунги кунда иқтисодиётнинг илғор тармоқларини жамлаган хизматлар мазмуни ҳам вақт ўтиши билан сезиларли даражада ўзгарди. Хизмат кўрсатиш соҳасининг жадал ўсиши туфайли у қўшимча, жуда хилма-хил фаолият турлари билан тўлдирилди ва кенгайди.

Бу маълум мезонлар бўйича хизматларни гуруҳлашнинг кўплаб таснифлари пайдо бўлишига олиб келди. Бизнинг нуқтаи назаримизга кўра, тармоқларни хизмат кўрсатиш соҳасига киритишнинг асосий мезони инсонлар, предметлар, ишлаб чиқариш ва ижтимоий жараёнларнинг фазовий, вақт ва сифат ҳолатини ўзгартириш мезони ҳисобланади. Бунда ҳолатнинг ўзгариши бевосита хизмат кўрсатиш жараёнида содир бўлади.

Моддий фаолият турларининг муҳимлиги пасайиши ва уларнинг ижтимоий-иқтисодий

тараққиёт учун аҳамиятининг ўсиши белгиси асосида иқтисодиётни тўрт тармоққа бўлиш бўйича таклиф этилаётган ёндашув муайян тармоқларни хизмат кўрсатиш сифатида қабул қилишда баъзи муаммоларидан қочиш имконини беради ва бизга иқтисодиётдаги фаолият турлари таркибини мантиқийроқ тузиш имконини беради. Шунга қарамай, ушбу ёндашувни қўшимча янада чуқур тадқиқ этишни талаб қилади.

Ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш турли хил хизмат кўрсатиш соҳаларининг тез ўсишига олиб келди. Шу муносабат билан бундай турли хил фаолият турлари учун “хизмат” тушунчасини аниқлаш муаммоси вужудга келди. Бизнинг нуқтаи назаримизга кўра, хизматларни муайян гуруҳларга бирлаштиришнинг асоси маҳсулот, ишлаб чиқариш ва ижтимоий жараёнлар ҳамда инсонларни фазовий, вақт ва сифат жиҳатдан ҳолатининг ўзгариши мезонидир.

Моддий ишлаб чиқаришдан фарқли ўлароқ, хизмат кўрсатиш соҳасида жараённинг ўзи хизмат кўрсатишнинг натижасидир. Шу билан бирга, хизмат кўрсатиш жараёни бевосита объект ёки шахснинг ҳолатини учта даражада – сифат, макон ва замонда ўзгартиришдан иборат. Шунинг учун хизмат тушунчасини инсон фаолияти жараёни сифатида аниқлаш мумкин, бу эса хизматни тақдим этиш жараёнида объект ёки шахснинг сифат, фазовий ёки вақт бўйича ҳолати ўзгаришидан иборат турли даражадаги танглик ҳолатидан фойдали таъсирини келтириб чиқаради.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномаси. // Халқ сўзи. 2020 йил 30 декабрь.
2. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. / Пер. с англ. 12-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – С. 431.7.
3. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия. / Пер. с англ. М.З. Штернгарца. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 803 с.
4. Ширай В.И. Мировая экономика и международные отношения. / В.И.Ширай. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2003. С. 226.
5. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 2-е изд. – М.: Инфра-М, 1999. – 479 с.
6. Данилова Е.В. ВТО: регулирование торговли услугами. / Е.В. Данилова. – М.: ИКЦ «Академкнига», 2003. Цит. по: Бодрунов С.Д., Колганов А.И. Сфера слуг и материальное производство: проблемы соотношения в современной экономике. / С.Д.Бодрунов, А.И.Колганов. // Экономическое возрождение России. 2016. № 1(47). С. 17.
7. Тухлиев И.С., Хайитбоев Р., Ибодуллаев Н.Э., Амриддинова Р.С. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. – С.: СамИСИ, 2010. – 247 б.
8. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Указ. Современный экономический словарь. 2-е изд. – М.: Инфра-М, 1999. – 479 с.
9. Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон Стратегияси. – Т.: “Ўзбекистон” нашриёти, 2021 йил. 170-б.
10. United Nations, Economic & Social Affairs. Statistical papers, Series M, No. 4, Rev.4. Available at: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4e.pdf.
11. Муаллиф тадқиқотлари асосида тузилган