

Servis Atamasining Mazmuni Va Mohiyati

Raximov Xasan Abdusaitovich, Ph.D

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasida dotsenti

Annotatsiya: Ushbu maqolada, servislarning ma'nosi va xususiyatlarini tushunish korxonalar, siyosatchilar va iste'molchilar uchun juda muhimdir. Korxonalar qanday qilib samarali ishlab chiqarish va xizmatlarni bozorga chiqarishni tushunishlari kerak. Siyosatchilar xizmat ko'rsatish sohasining ahamiyatini tan olishlari va uning o'sishini qo'llab-quvvatlovchi siyosatni yaratishlari kerak. Iste'molchilar xarid qilish to'g'risida qaror qabul qilishda xizmatlarning o'ziga xos jihatlardan xabardor bo'lishlari kerak.

Kalit soʻzlar: Nomoddiy, turli xil, tez buziladigan, mijozlarning o'zaro munosabati, iqtisodiy faoliyat, foyda, jismoniy bo'lmagan, o'zgaruvchan sifat, vaqt chegaralangan, o'zaro munosabatlarga asoslangan.

Kirish. Iqtisodiyot va biznes sohasida "servis " atamasi markaziy o'rinni egallaydi va iste'molchilarga nomoddiy foyda keltiradigan iqtisodiy faoliyatning keng doirasini o'z ichiga oladi. Jismoniy mahsulotlar bo'lgan tovarlardan farqli o'laroq, xizmatlar jismoniy bo'lmagan tabiati bilan ajralib turadi, bu ularni ajralib turadi va biznes va iste'molchilar uchun noyob muammolar va imkoniyatlar yaratadi.

"Servis" atamasining mohiyati uning ehtiyoj yoki istakni jismoniy mahsulotga egalik huquqini o'tkazmasdan qondirish qobiliyatidadir. Xizmatlar - bu iste'molchilarga qulaylik, qulaylik, tajriba yoki boshqa imtiyozlar beradigan nomoddiy tajriba. Ular oddiy vazifalardan, masalan, soch kesishdan tortib, moliyaviy rejalashtirish yoki tibbiy yordam kabi murakkab professional xizmatlarga bo'lishi mumkin.

“Servis” atamasining mohiyatini tushunish korxonalar, siyosatchilar va iste'molchilar uchun juda muhimdir. Korxonalar xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlarini tan olishlari va ularni ishlab chiqarish va sotish uchun samarali strategiyalarni ishlab chiqishlari kerak. Siyosatchilar xizmat ko'rsatish sohasining o'sishi va innovatsiyasini qo'llab-quvvatlovchi muhitni yaratishi kerak. Iste'molchilar xarid qilish to'g'risida qaror qabul qilishda xizmatlar sifati va qiymatiga ta'sir qiluvchi omillarni bilishlari kerak.

Ushbu kirish qismida biz xizmatlarning asosiy xususiyatlarini o'rganamiz, ularning zamonaviy iqtisodiyotdagi ahamiyatini ko'rib chiqamiz va ular taqdim etayotgan muammolar va imkoniyatlarni muhokama qilamiz. “Xizmat” atamasining mohiyatini aniq tushunish orqali biz xizmat ko'rsatish bozorlarining murakkabligi va dinamikasini yaxshiroq tushunishimiz va xizmat ko'rsatishga yo'naltirilgan global iqtisodiyotda asosli qarorlar qabul qilishimiz mumkin.

Tahlil va natijalar:

Xizmatlarning xususiyatlari:

- Nomoddiylik: xizmatlarga jismonan tegib bo'lmaydi yoki ushlab turolmaydi, bu ularni tovarlardan ajratib turadi.
- Turli xillik: Xizmatlar, hatto bir xil provayder tomonidan taqdim etilgan taqdirda ham sifat va mazmun jihatidan katta farq qilishi mumkin.

- Tez buziladiganlik: xizmatlarni saqlash yoki inventarizatsiya qilish mumkin emas, ya'ni ular ishlab chiqarilgan vaqtda iste'mol qilinishi kerak.
- Mijozlarning o'zaro ta'siri: Xizmatlar ko'pincha provayder va iste'molchi o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri hamkorlikni o'z ichiga oladi, bu xizmat sifati va tajribasiga ta'sir qiladi.

Zamonaviy iqtisodiyotda xizmatlarning ahamiyati:

- YaIM va bandlikka qo'shgan hissasi: Xizmat ko'rsatish sohasi rivojlangan mamlakatlarda YaIM va bandlikka katta hissa qo'shmoqda.
- Hosildorlikni oshirish: Xizmatlar korxonalariga ixtisoslashgan ekspertiza va qo'llab-quvvatlash funksiyalarini taqdim etish orqali samaradorlikni oshirishi mumkin.
- Hayot sifatini yaxshilash: xizmatlar sog'liqni saqlash, ta'lim va boshqa muhim xizmatlardan foydalanishni ta'minlash orqali hayot sifatini yaxshilashda muhim rol o'ynaydi.
- Tovar ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlash: Xizmatlar transport, logistika va boshqa muhim funksiyalarni ta'minlash orqali tovarlar ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlaydi.

Xizmat bozoridagi qiyinchiliklar va imkoniyatlar:

- Nomoddiylikni boshqarish: korxonalar iste'molchilarga nomoddiy xizmatlar qiymatini etkazish yo'llarini topishlari kerak.
- Sifat va izchillikni ta'minlash: barqaror sifatni saqlab qolish va mijozlarning talablarini qondirish xizmat ko'rsatish sohalarida qiyin bo'lishi mumkin.
- Narxlarni belgilash xizmatlari: Narxlarni belgilash xizmatlari nomoddiy tabiati va ularning qiymatini baholashdagi qiyinchiliklar tufayli murakkab bo'lishi mumkin.
- Texnologik taraqqiyot: Texnologik taraqqiyot yangi xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini yaratishi va mavjud xizmat ko'rsatish sohalarini buzishi mumkin.

Xizmatlarning ma'nosi va xususiyatlarini tushunish xizmatlar bozorlaridagi murakkabliklarni yo'lga qo'yish uchun juda muhimdir. Korxonalar innovatsion xizmatlar takliflarini ishlab chiqish va kuchli mijozlar munosabatlarini o'rnatish uchun ushbu tushunchadan foydalanishlari mumkin. Iste'molchilar xarid qilishdan oldin xizmatlar sifati, qiymati va tajribasini baholab, ongli qarorlar qabul qilishlari mumkin. Siyosatchilar xizmat ko'rsatish sohasining o'sishi va raqobatbardoshligini qo'llab-quvvatlovchi, iqtisodiy farovonlikni rag'batlantiradigan va fuqarolar farovonligini oshiradigan siyosatni yaratishi mumkin.

Xulosa:

"Servis" atamasi iste'molchilarga nomoddiy foyda keltiradigan turli xil iqtisodiy faoliyat turlarini o'z ichiga oladi. Servislar o'zining nomoddiyligi, bir xilligi, tez buziladiganligi va mijozlarning o'zaro ta'siri tufayli tovarlardan ajralib turadi. Xizmat ko'rsatish sohasi zamonaviy iqtisodiyotning muhim qismi bo'lib, o'sish, bandlik va hayot sifatiga hissa qo'shadi. "Servis" atamasining ma'nosini tushunish xizmatlar bozorlaridagi murakkabliklarni o'rganish va asoslangan qarorlar qabul qilish uchun zarurdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Jeyms A. Fitssimmons va Mona J. Fitssimmonsning "Xizmatlarni boshqarish: operatsiyalar, strategiya, axborot texnologiyalari".
2. Jochen Wirtz va Kristofer Lovelok tomonidan "Xizmatlar marketingi: butun kompaniya bo'ylab mijozlar e'tiborini integratsiyalash".
3. Stiven L. Vargo va Robert F. Lush tomonidan tahrirlangan "Marketingning xizmat ko'rsatish-dominant mantiqi: dialog, bahs va yo'nalishlar".
4. "Xizmat ko'rsatish sohalarida qiymat yaratish: mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv" Kristian Grönroos.
5. Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman va Leonard L. Berri tomonidan "Xizmat sifatini boshqarish: mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv".