

5/2022,
sentyabr-
oktyabr
(№ 00061)



ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИДА ХИЗМАТЛАР ТУРЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ТАСНИФИ

Ўринов Йигитали Муратович

Бухоро муҳундислик-технология институти тадқиқотчиси.
Ўзбекистон. shos80@mail.ru

DOI: https://doi.org/10.55439/EIT/vol10_iss5/a40

Аннотация

Ушбу мақолада хизматларни таснифлашнинг кенг тарқалган ёндашувлари, чакана савдо корхоналарида хизматлар турларининг алоҳида йўналишлар бўйича таснифи, хизматлар таснифининг асосий хусусиятлари, чакана савдо хизматининг мазмуни, чакана савдо корхоналари хизматларининг амалга ошириш муддатига қараб турлари ва таркиби тадқиқ қилинган.

Калит сўзлар: хизмат кўрсатиш соҳаси, хизмат кўрсатиш жараёни, хизматлар таснифи, чакана савдо хизматлари, савдо тармоғи, чакана савдо ходимлари.

Аннотация

В данной статье рассмотрены общие подходы к классификации услуг, классификация видов услуг предприятий розничной торговли по отдельным направлениям, основные признаки классификации услуг по содержанию услуг розничной торговли, по видам услуг предприятий розничной торговли в зависимости от периода реализации услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, процесс оказания услуг, классификация услуг, розничные услуги, торговая сеть, работники розничной торговли.

Abstract

The article discusses general approaches to the classification of services, the classification of types of services of retail trade enterprises in certain areas, the main features of the classification of services according to the content of retail trade services, by types of services of retail trade enterprises, depending on the period of implementation of services.

Keywords: service sector, service processes, classification of services, retail services, distribution network, retail workers.

Кириш

Хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларининг кенгайиб бориши ривожланган бозор иқтисодиётига эга мамлакатларнинг ялпи ички маҳсулот таркибини ҳам ўзгаришига ўз таъсирини кўрсатмоқда. Бугунги кунда муайян давлатни ривожланган давлатлар қаторига қўшиш учун унинг ялпи ички маҳсулот таркибида хизмат кўрсатиш соҳасининг улуши 65-70 фоиздан юқори бўлиши асосий мезон ҳисобланади. Республикамиз иқтисодиёти ривожланишининг бугунги кундаги босқичида сервис хизматлари сони ва сифатига қўйилаётган талаблар ошиб бормоқда.

Иқтисодиётнинг инновацион ривожланиши шароитида чакана савдо корхоналарида истеъмолчиларнинг талабларини тўлиқ қондиришнинг муҳим

омилларидан бири сифатида савдо хизматлари самарадорлигини ошириш муҳим аҳамиятга эга.

Чакана савдо корхоналари истеъмол бозори инфратузилмасининг асосий элементларидан бири бўлиб, унинг ривожланиши, бир томондан, истеъмолчиларнинг турли хил товарлар ва хизматларга бўлган талабини янада тўлароқ, сифатлироқ қондиришга имкон берса, иккинчи томондан, истеъмол бозорининг самарали фаолият юритишига хизмат қилади.

Бугунги кунда амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар республикамиз иқтисодиётини барқарор ва самарали ривожланишига қаратилиши зарур. Бунда хизмат кўрсатиш соҳасининг муҳим тармоғи сифатида чакана савдо хизматларини ривожлантириш орқали истеъмолчиларга кўрсатиладиган чакана савдо хизматлари сифати ва рақобатбардошлигини ошириш ҳамда уларнинг турли хил товарларга бўлган талабларини тўлиқ қондиришни назарда тутати. Республикамизда амалга оширилаётган ислохотлар негизида чакана савдо соҳасини ривожлантириш, аҳолини чакана хизматларига бўлган талабини тўлиқ қондириш, кўрсатилаётган хизматларнинг замонавий турларини кенгайтириш ва сифатини ошириш муҳим йўналишлардан бири ҳисобланади.

Шунингдек, чакана савдо корхоналарининг хизматлар бозоридаги мавқие ва рақобатбардошлигини ошириш ҳамда турли категориялардаги аҳоли гуруҳларига мос хизматлар кўрсатиш самарадорлигини ошириш ҳисобига соҳада иқтисодий ўсишни таъминлаш муҳим омил ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили

Илмий адабиётларда сервис иқтисодиётида хизмат кўрсатишнинг моҳияти моҳияти, мазмуни, чакана савдо хизматлари соҳасининг ривожланиши ва аҳолига кўрсатилаётган чакана савдо хизматлари сифати ва рақобатбардошлигини ошириш, хўжалик юритувчи субъектларнинг самарадорлигини баҳолаш, хизмат кўрсатиш жараёнларини ташкил этиш ва истеъмолчиларнинг хизматларга бўлган турли хил талабларини қондиришнинг айрим жиҳатлари илмий-назарий ҳамда услубий жиҳатдан тадқиқ этилган.

Таниқли иқтисодчи олим Ж.М.Кейнснинг машҳур асари «Бандлик, фоиз ва пулнинг умумий назарияси» асарида [7] сервис иқтисодиёти, иқтисодий ўсиш, хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиши, чакана савдо хизматлари сифатини ошириш ва рақобатбардошлигини таъминлаш, ишлаб чиқариш омилларидан хизмат кўрсатиш жараёнида самарали фойдаланиш, ижтимоий ва иқтисодий самарадорликни ошириш, меҳнат унумдорлигини ошириш билан боғлиқ муаммоларнинг фундаментал тадқиқоти амалга оширилган.

К.Хаксевер, Б.Рендер, Р.Рассел, Р.Мердиклар ўзларининг асарида [9] хизмат кўрсатиш соҳаси ривожланишининг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти, хизматлар тавсифи ва таснифи, хизмат кўрсатиш корхоналарида иқтисодий самарадорликни ошириш механизмлари, корхоналарда ишчи-ходимлар меҳнатидан самарали фойдаланиш, хизмат кўрсатишнинг замонавий тармоқларини ривожлантириш, чакана савдо корхоналарида меҳнат унумдорлигини ошириш, хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ривожланиш йўналишларини тадқиқ этган.

Россиялик олим А.А.Ткаченко [14] ўз асарида хизмат кўрсатиш секторидаги иш ўринларини кенгайтириш ва меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланиш, соҳада

янги иш ўринларини яратиш, иш ўринларини яратаётган иш берувчиларга солиқ имтиёзларини бериш, меҳнат самарадорлигини ошириш йўналишларини тадқиқ этган.

Б.А.Абдукаримовнинг асарида [1] савдо тармоғининг вужудга келиши, унинг ривожланиш тамойиллари ва шарт-шароитлари, чакана савдо тизимида иқтисодий самарадорликка эришиш ва меҳнат унумдорлигини ошириш, чакана савдо хизматлари сифати ва рақобатбардошлигини таъминлаш, ишлаб чиқариш омилларидан чакана савдо хизмат кўрсатиш жараёнида самарали фойдаланиш йўллари тадқиқ қилинган.

И.Ш.Дзахмишеванинг мақоласида [4] хизмат кўрсатишнинг замонавий тармоқларини ривожлантириш, чакана савдо соҳасида хизматлар рақобатбардошлигини баҳолаш усуллари ва кўрсаткичлари, чакана савдо корхоналарида меҳнат унумдорлигини ошириш, чакана савдо хизматлари сифати ва рақобатбардошлигини таъминлаш муаммолари ёритиб берилган.

О.А.Семин, В.А.Сайдашева, В.В.Панюковаларнинг асарида [12] чакана савдода сервис хизматларини кўрсатиш, чакана савдо хизматларида сифатни бошқариш ва маркетинг тадқиқотларини ўтказиш, чакана савдо хизматларининг инновацион ривожланиши, чакана савдо тизимида маркетинг концепциясини қўллаш асосида ижтимоий ва иқтисодий самарадорликка эришиш билан боғлиқ муаммолар ўрганилган.

Тадқиқот методологияси

Тадқиқот жараёнида чакана савдо хизматлари ривожланиши ва уларни алоҳида белгилари ҳамда йўналишлари бўйича таснифлашнинг назарий ва услубий асослари бўйича иқтисодий тизимлар ва нисбатларни ўрганишга диалектик ва тизимли ёндашув, қиёсий баҳолаш, солиштирма ва омилли таҳлил, гуруҳлаш усулларида фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар

Тарихан муайян хизмат тури ўзига хос хусусиятларга эга бўлган алоҳида фаолият соҳаси сифатида тадқиқ қилинган. Хизмат кўрсатиш соҳаси мазмун ва моҳиятига кўра, кўплаб фаолият шакллари ва турларининг комбинацияси сифатида шаклланган ҳамда рўйхатга киритилган. Хизматларнинг ҳар хил турларини турлича таснифлаш асосида гуруҳларга ажратилади. Мазкур турлар таснифлаш бўйича муайян усулларни зарурат этади (1-жадвал).

Маълумки, фан-техника тараққиёти натижасида турли хил ноодатий хусусият ва жиҳатларга эга хизматлар юзага келади. Масалан, анъанавий хизматларга нисбатан ахборот хизматлари қуйидаги жиҳатлари бўйича фарқланади: ахборот хизматлари натижасини оммавий ахборот воситалари (ОАВ)да сақлаш, ташиш имконияти бўлган ҳужжатлар асосида моддий характер касб этади, ахборот хизматларини кўрсатиш истеъмолчи ва хизмат кўрсатувчи субъектлар ўртасидаги шахсий алоқага киришни зарурат қилмайди.

Хизматларни турли шакллари ва турларида моддий ва номоддий элементлар ўртасидаги нисбати турлича бўлиб, бунда анъанавий ҳамда ноанъанавий хизматларни алоҳида ажратиш имконияти мавжуд бўлди. Таъкидлаш зарурки, деярли кўпчилик хизматларнинг моддий ва номоддий жиҳатлари ўртасидаги нисбат юзасидан турлича қарашлар бор: моддий товар кўринишидаги қийматликларнинг

муайян хизматлардаги ўзаро уйғун бирикмаси (масалан, компьютер жиҳозларини таъмирлаш, Интернетга уланиш билан боғлиқ хизматлар); озиқ-овқат маҳсулотлари бўйича кўрсатиладиган хизматлар (масалан, ресторанларда овқатланишга қилинадиган харажатлар 30 % бўлиши мумкин, қолган харажатлар эса озиқ-овқатни харид қилиш, таом тайёрлаш, хонани ижарага бериш, дастурхон безаш, автомобил тураргоҳи, санъаткорларга хизмат кўрсатиш, бино ва хона дизайни каби хизматлар ҳиссасига тўғри келади); беморлар, ногиронлар, қариялар ва болаларни тарбиялаш ва парваришлашга йўналтирилган «соф хизматлар»дан иборат [2].

1-жадвал

Хизматларни таснифлашнинг кенг тарқалган ёндашувлари¹

ЖСТ таснифи	Хорижий		Миллий
	Халқаро саноат стандарти таснифи (ISIC)	Россия аҳолига хизматлар классификатори ОК- 002-93 (ОКУН)	Миллий аҳолига хизмат кўрсатиш классификатори
1. Ишбилармонлик		1. Маиший	1. Маиший
2. Алоқа	1. Алоқа	2. Алоқа	2. Алоқа
3. Қурилиш ва инжиниринг			
4. Тақсимлаш (Дистрибуторлик)	2. Омборлар, савдо, ресторанлар, меҳмонхоналар	3. Савдо, умумий овқатланиш, бозорлар	3. Савдо, умумий овқатланиш, бозорлар
5. Таълим		4. Таълим	4. Таълим
6. Молиявий, шу жумладан суғурталаш		5. Банклар, суғурта, банкларнинг молиявий воситачилиги	5. Банклар, суғурта, банкларнинг молиявий воситачилиги
7. Соғлиқни сақлаш ва ижтимоий	3. Жамоат, индивидуал, ижтимоий	6. Тиббий 7. Уй-жой коммунал	6. Тиббий 7. Уй-жой коммунал
8. Туризм ва сайёҳат		8. Туристик ва экскурсия	8. Туристик ва дам олиш
9. Дам олиш, маданият, спорт			
10. Транспорт	4. Транспорт	4. Ташиш	4. Ташиш
11. Бошқалар	5. Бошқалар	5. Бошқалар	5. Бошқалар

Таҳлилий маълумотларга кўра, хизмат кўрсатиш бўйича маҳаллий ва хорижий классификаторларга кўра хизмат кўрсатиш классификатори халқаро хизмат кўрсатиш классификатори тизимига мос келмайди ҳамда янги пайдо бўлган хизмат турларини инобатга олмаган.

ISO 9004-2 га кўра барча хизматлар икки турга ажратилади [6]:

- маҳсулотни ўз ичига олган, аралаш (ярим маҳсулотга эга бўлган) хизматлар;
- соф хизматлар (маҳсулот ишлаб чиқармасдан).

Франция стандартлаштириш ассоциацияси томонидан хизматларнинг қуйидаги таснифи таклиф қилинган:

– маҳсулотлар ишлаб чиқарилиши натижасида «рағбатлантирилган», аммо мустақил хизматлар (сотувдан кейинги хизматлар, маркетинг, техник хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш ва бошқалар);

– бошқа хизматга «боғланган» хизматлар (буюртмаларни қабул қилиш, стажировкалар, маълумотларни бериш);

– «мустақил» хизматлар (консалтинг, молиявий, туризм) [5].

Хизматлар таснифи хорижий олимларнинг ишларида кенг ёритилган. Хорижий иқтисодчи олимлар томонидан таклиф қилинадиган хизматлар турларини таснифлашнинг кенг тарқалган ва муҳим ёндашувларини кўриб чиқаамиз.

Ф.Котлер томонидан «Маркетинг асослари» асарида товар ва хизматларнинг қуйидаги турларини ажратиб кўрсатган:

–соф моддий товар, яъни, маҳсулот ҳеч қандай хизматларни тақдим этишни назарда тутмайди;

–мос келувчи хизматларни тақдим этиш билан моддий маҳсулот, яъни, харидор назарида унинг жозибадорлигини ошириш учун товарларни бир ёки бир нечта тегишли хизматлар билан тақдим этиш;

–ёрдамчи товарлар ва хизматларга эга асосий хизмат, яъни, таклифнинг асосий қисми баъзи қўшимча хизматлар ва ёрдамчи товарлар билан хизматлардир;

–соф хизмат, яъни, таклиф биринчи навбатда хизматдан иборат [5].

П.Паттерсон хизматлар турларини иккита асосий хусусиятга кўра таҳлил этган: сезиш имконияти даражаси ва ишлаб чиқарувчи ҳамда хизматлар истеъмолчиси ўртасидаги бевосита таъсири (юзма-юз) даражасига қараб ва шу асосда хизматларнинг тўрт турини ажратади:

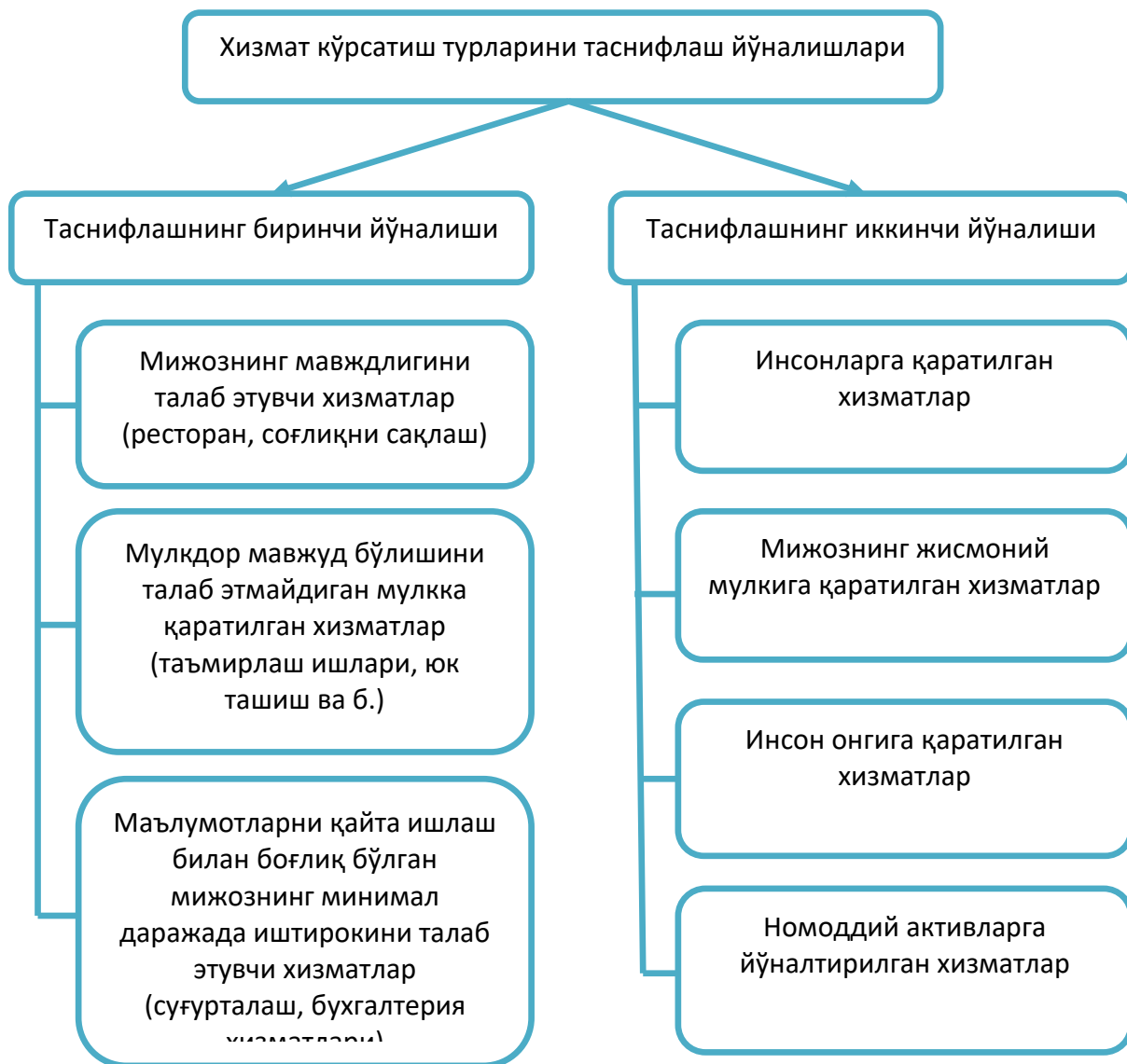
– «соф хизматлар» – «ўзаро таъсирнинг минимал даражаси»: – малакали хизматлар: молиявий, суғурталаш, дизайн, ахборот технологиялари;

– «маҳсулот кўринишидаги хизматлар» – «ўзаро таъсирнинг паст даражаси»: аудио-, видеомаҳсулот, ускуналарни синовдан ўтказиш, махсус дастурий таъминотни ишлаб чиқиш;

– «соф хизматлар» – «ўзаро таъсирнинг юқори даражаси»: инжиниринг, ҳуқуқий маслаҳатлар, бошқарув маслаҳатлари;

– «маҳсулот кўринишидаги хизматлар» – «ўзаро таъсирнинг юқори даражаси»: мижоз ҳудудида малака ошириш, меҳмонхона хизмати, мураккаб ускуналардан фойдаланиш бўйича маслаҳатлар [20].

К.Лавлок томонидан хизматлар турларининг батафсил ва кенг қамровли таснифини таклиф қилинган бўлиб, унинг иккита асосий йўналишини ажратиб кўрсатилган [19] (1-расм). Хизматлар турларини таснифлашнинг биринчи усулида хизмат кўрсатиш вақтида мижознинг мавжудлиги асос сифатида белгиланган. Иккинчи усулда хизматлар йўналтирилган объектнинг хусусияти белгиланган. К. Лавлок томонидан таҳлил тузилмаларининг матрицали тамойилини таклиф қилинган бўлиб, у хизматларни таснифлашнинг иккита фундаментал хусусиятига (объектлар таркиби ва ҳаракатларнинг табиати) асосланган [19].



1-расм. К.Лавлок томонидан тақдим этиладиган хизмат турларининг таснифи [19]

К.Гренроос хизматларни тақдим этишда фойдаланиладиган ресурслар даражаси ва нисбатига қараб икки асосий гуруҳга ажратади [17]:

- амалга оширилиши ходимларга боғлиқ бўлган хизматлар;
- амалга оширилиши технологияларга боғлиқ хизматлар.

Шу билан бирга, К.Гренроос харид қилиш давомийлигига қараб, хизматларнинг қуйидаги турларини таклиф қилади [17]:

- доимий равишда сотиб олинadиган хизматлар (банк хизматлари, тозалаш, товарлар ва хизматларни етказиб бериш ва ҳ.к.);
- вақти вақти билан харид қилинадигна (тиббий ва ҳ.к.).

Т.Кларк, Д.Ражатаман хизматларнинг тўртта асосий турини ажратиб кўрсатади [18]:

- харидор ва сотувчи ўртасидаги тўғридан-тўғри алоқага асосланган хизматлар;
- телекоммуникация воситаларидан фойдаланишга асосланган хизматлар (радио, сунъий йўлдошлар, телевидение ва бошқа техник воситалардан фойдаланган

ҳолда, бевосита алоқасиз);

- хизмат кўрсатиш операциялари учун платформани шакллантирувчи, тўғридан-тўғри инвестициялар билан «боғланган» хизматлар;
- товарларда «моддийлашган» хизматлар.

К.Хаксевер, Б.Рендер, Р.Рассел, Р.Мердик хизматларнинг қуйидаги турларини ажратади:

- одамларга жисмоний таъсир кўрсатишга қаратилган;
- одамларнинг онгига қаратилган;
- активларни қайта ишлашга қаратилган;
- маълумотни қайта ишлашга қаратилган [9].

Иқтисодий адабиётларнинг таҳлили шундан далолат бермоқдаки, ҳозирги вақтда олимлар орасида хизматлар турларини таснифлашда ягона ёндашув мавжуд эмас ва иқтисодий адабиётларда бу масала бўйича турли нуқтаи назарлар мавжуд. Масалан, А.А.Алексунина ва бошқалар томонидан хизмат кўрсатиш объектининг хусусиятига қараб хизматларнинг қуйидаги турларини ажратади [10]:

– инсон танасига қаратилган бевосита ҳаракатлар (соғлиқни сақлаш, йўловчи ташиш, сартарошхоналар ва гўзаллик салонлари, спорт иншоотлари, ресторан ва кафелар);

– жисмоний объектларга қаратилган аниқ ҳаракатлар (юк ташиш, жиҳозларни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш, хавфсизлик, тозаллик ва тартибни сақлаш, кир ювиш ва кимёвий тозалаш, ветеринария хизматлари);

– инсон онгига йўналтирилган номоддий ҳаракатлар (таълим, радио, телевидение, ахборот хизматлари, театрлар, музейлар);

– номоддий активлар билан номоддий фаолият (банклар, юридик ва маслаҳат хизматлари, суғурта, қимматли қоғозлар билан операциялар).

В.Д.Маркова хизматларнинг қуйидаги беш турини ажратган [11]:

– ишлаб чиқариш: лизинг, техник хизмат кўрсатиш (таъмирлаш), муҳандислик ва бошқалар;

– тақсимот: савдо, транспорт, алоқа;

– профессионал: банклар, суғурта, молиявий, реклама ва бошқалар;

– истеъмол (оммавий): уй-рўзғор ва дам олиш билан боғлиқ хизматлар;

– жамоавий: телевидение, радио, таълим, маданият.

Т.Н.Николаева ва Н.Р.Егороваларнинг фикрича, чакана савдо хизматлари қуйидаги мезонларга кўра таснифланиши лозим:

– йўналишга кўра (умумий ва махсус);

– тўлов турига кўра (пуллик, бепул);

– истеъмолчи учун муҳимлигига кўра (асосий ва қўшимча) [16].

Бизнингча, хизматларнинг батафсил таснифи Э.А. Батраева томонидан келтирилган бўлиб, у хизматлар таснифининг ўнта асосий хусусиятини аниқлайди:

– фаолият соҳаси бўйича: моддий ва номоддий хизматлар;

– тақдим этиш хусусиятига кўра: пуллик ва бепул (бозордан ташқари);

– йўналиши бўйича: ишлаб чиқариш ва истеъмол;

– истеъмол қилиш хусусиятига кўра: жамият учун хизматлар, индивидуал истеъмол учун хизматлар, аралаш истеъмол учун хизматлар;

- хизматлар кўрсатиш маконига кўра: ички ва ташқи;
- иқтисодиёт тармоқлари бўйича: молиявий ва номолиявий;
- ишлаб чиқарувчиларнинг мулк шаклларига кўра: давлат ва хусусий;
- ҳудудлар бўйича истеъмол қилинадиган хизматлар: маҳаллий, минтақавий ва бутун мамлакат ташкилотларининг хизматлари;
- ҳуқуқий ҳолатига кўра: қонуний ва ноқонуний;
- хизматлар турларига кўра: ахборот, транспорт ва бошқалар [3].

Бизнингча, хизматларнинг батафсил ва кенг қамровли таснифи, В.Н.Стаханов, Д.В.Стаханов томонидан тақдим этилган [13]:

- табиатига кўра: мутлақ ва утилитар;
- тайинлаш бўйича: шахсий ва жамоавий;
- тақсимот соҳаси бўйича: ишлаб чиқариш соҳаси, ноишлаб чиқариш соҳаси;
- тижоратлаштириш даражаси бўйича: тижорат ва нотижорат;
- ташкил этиш шакли бўйича: давлат ва нодавлат;
- ишлаб чиқариш усули бўйича: соф ва аралаш;
- абстракция даражаси бўйича: идеал ва реал;
- қонунийлиги бўйича: қонуний ва ноқонуний;
- экстернализмга кўра: жамоат товарлари ва хусусий товарлар;
- моддийлик даражасига кўра: моддий ва номоддий;
- мураккаблик даражасига кўра: оддий ва мураккаб.

Ўтказилган тадқиқот натижаларига кўра, маҳаллий ва хорижий адабиётларда хизматлар турлари таснифи етарлича ишлаб чиқилган, шу билан бирга, бу жараёни тугалланган деб ҳисоблаш мумкин эмас, чунки илмий-техник тараққиёт, рақамли технологияларнинг ривожини, мижозлар имкониятларининг кенгайиши, истеъмолчиларнинг хизмат кўрсатиш сифатига бўлган талабларининг ортиши янги хизматларнинг ривожланиши учун туртки ҳисобланади. Бундан ташқари, хизматлар турларини таснифлашда юқорида келтирилган ёндашувлар тадқиқот объекти сифатида чакана савдо тизимининг ўзига хос хусусиятларини тўлиқ акс эттирмайди, бу эса ушбу масалани янада чуқурроқ ўрганиш зарурлигини кўрсатади.

Чакана савдо хизмати – бу сотувчи ва харидор ўртасида тўғридан-тўғри ўзаро муносабат натижаси бўлиб, олди-сотди шартномаси бўйича тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ бўлмаган, фойдаланиш учун товарларни ўзлаштиришда харидор талабини қондириш бўйича сотувчининг хусусий фаолияти ҳисобланади.

Иқтисодий адабиётларда мавжуд бўлган маҳаллий ва хорижий олимларнинг фикрларини ўрганиш ва таҳлил этиш, бизга асосий тасниф мезонлари бўйича чакана сотувчилар хизматларининг қуйидаги турларини ажратиш имконини беради (2-жадвал).

Хизматлар турларини таснифлашнинг асосий хусусиятларидан бири қондириладиган эҳтиёжларнинг хусусияти, бунда чакана савдо корхоналарининг хизматлари товарларни сотиш бўйича асосий ҳамда харидорга харид қилиш бўйича кўмаклашиш ва улардан фойдаланиш; ахборот ва маслаҳат хизматлари кўрсатиш; харидорларга товарларни харид қилиш, сотиб олишда қулайликлар яратиш бўйича қўшимча хизматлардан ташкил топади.

Чакана савдо корхоналарининг хизматлари турлари²

Хусусиятлари	Хизматлар турлари
А	Б
Савдо функцияларига кўра	Соф
	Қўшимча: мажбурий; мажбурий бўлмаган
Мухимлиги кўра	Асосий
	Қўшимча
Хизмат кўрсатиш шартларига кўра	Қиймати товар нархига киритилган хизматлар
	Харидорлар томонидан қўшимча равишда тўланадиган ва товарлар нархига киритилмайди хизматлар
Маҳсулот, товар билан муносабатига кўра	Соф
	Товар билан хизматлар (маҳсулотга эга бўлган, аралаш)
Хизмат кўрсатишда мижозни мавжудлигига кўра	Мижознинг бевосита иштирокини талаб қиладиган хизматлар
	Мижознинг бевосита иштирокини талаб этмайдиган хизматлар
	Мижознинг бевосита иштирокини манимал талаб этадиган хизматлар
Моддийлиги даражасига кўра	Моддий хизматлари
	Номоддий хизматлар
Истеъмол қилиш тартибига кўра	Хусусий (индивидуал)
	Жамоавий
Давлат томонидан тартибга солиш даражасига кўра	Тартибга солинадиган
	Тартибга солинмайдиган
Ҳуқуқий ва меъёрий тартибга солиш даражасига кўра	Юқори даражада тартибга солинадиган хизматлар
	Ўртача тартибга солинадиган хизматлар
	Қисман тартибга солинадиган хизматлар
Ижрочиларнинг ташкилий шакллари бўйича	Жамоавий ижрочилар томонидан кўрсатиладиган хизматлар
	Хусусий ижрочилар томонидан кўрсатиладиган хизматлар
Мижознинг мавқеига кўра	Юридик шахсларга кўрсатиладиган хизматлар
	Жисмоний шахсларга кўрсатиладиган хизматлар
Мижознинг ижтимоий мавқеига кўра	Элита
	Эксклюзив
	Юқори мавқеи
	Оммавий
Ишлаб чиқарувчилар мулкчилик шаклига кўра	Давлат корхоналари ва ташкилотлари хизматлари
	Хусусий корхоналар хизматлари
	Унитар корхоналар хизматлари
	Кооператив ва бошқа турдаги корхоналар хизматлари
Хизмат кўрсатиш технологиясининг мураккаблигига кўра	Оддий хизматлар
	Мураккаб хизматлар
Хизматларни кўрсатиш харажатларига кўра	Юқори харажатли хизматлар
	Кам харажатли хизматлар
Капитал қўйилмалар даражасига кўра	Юқори миқдорда капитал қўйилмаларни талаб этувчи хизматлар
	Кам миқдорда капитал қўйилмаларни талаб этувчи хизматлар
Кўрсатилаётган хизматлар яхлитлигига кўра	Яхлит хизматлар
	Хизматларнинг алоҳида турлари
Хизмат кўрсатиш жойига кўра	Ички

	Ташқи
Мураккаблик даражасига кўра	Мураккаб
	Оддий
Доимийлигига кўра	Доимий
	Мавсумий
	Бир марталик
Сотувлар билан боғлиқлик даражасига кўра	Сотувлар билан боғлиқ
	Сотувлар билан нисбатан боғлиқ
	Эркин
Сотув жараёни билан боғлиқлигига кўра	Сотувлар жараёнидаги хизматлар
	Сотув олди хизматлари
	Сотувдар кейинги хизматлар
Ишлаб чиқарувчи хусусиятига кўра	Персонал томонидан кўрсатиладиган хизматлар
	Ускуналар томонидан кўрсатиладиган хизматлар
Фаолият йўналишига кўра	Товарларга йўналтирилган
	Инсон онгига қаратилган
	Ҳам товарларга, ҳам инсон онгига қаратилган
Жойига кўра	Сотув залида кўрсатиладиган хизматлар
	Сотув залидан ташқарида кўрсатиладиган хизматлар
Таъсир доирасига кўра	Индивидуал
	Жамоавий
Механизациялаш ва автоматлаштириш даражасига кўра	Механизациялашган
	Қўл меҳнатига асосланган
Стандартга кўра	Ноёб
	Ностандарт
	Қисман стандартлаштирилувчи
	Стандартлаштирилувчи
	Тўлиқ стандартлаштирилувчи
Йўналишга кўра	Харидорларга йўналтирилган
	Маҳсулот етказиб берувчиларга йўналтирилган
Жойлашувига кўра	Бевосита сотув жойларида кўрсатиладиган
	Харидор уйида кўрсатиладиган хизматлар

1. Товарлар реализацияси бўйича хизматлар:

- харидорларни товарлар билан таништириш;
- товарларни ёки товар намунасини харидорларга кўрсатиш;
- харидорларга маслаҳат бериш;
- харидорлар томонидан товарларни танлаш;
- товар учун тўловни ташкил этиш;
- харид қилинган товарларни қадоқлаш;
- харид қилинган товарларни тақдим этиш;
- харидор буюртмасига кўра харид қилинган товарларн етказиш;

2. Харидорларга товарларни харид қилиш, улардан фойдаланишга кўмаклашиш хизматлари:

- сотувда мавжуд товарларга буюртмаларни қабул қилиш (бевосита ишлаб чиқарувчи корхонада ёки ундан ташқарида телефон орқали буюртмани расмилаштириш);
- сотувда вақтинча мавжуд бўлмаган товарларга буюртмаларни қабул қилиш;

- буюртмадаги товарларни саралаш ва қадоқлаш;
- харидорларга товарларни етказиб беришни ташкил этиш;
- янги товарларни ишлатишни намоён этиш;
- харид қилинган товарларни сотувдан кейинги хизматларини ташкил этиш, яъни етказиб берилган товарларни йиғиб бериш, ўрнатиш, синовдан ўтказиш;
- товарлар тўғрисидаги тўлиқ маълумот берувчи шоурумларни ташкил этиш ва бошқарлар.

3. Ахборот-маслаҳат хизматлари:

- товарлар ва ишлаб чиқарувчилар тўғрисида маълумот бериш, ижтимоий тармоқлар, Интернет тарқатма материаллар орқали;
- товарларни ишлатиш ва бошқа хусусиятлари бўйича мутахассислар томонидан маслаҳатлар бериш;
- дизайнерлар, косметологлар, диетологлар ва бошқалар маслаҳати;
- товарлар тақдимотини ва рекламасини амалга ошириш;
- янги маҳсулотлар дегустациясини ташкил этиш;
- талаб этилганда мутахассислар томонидан харидорларга товарлардан фойдаланиш қоидаларини ўргатиш;
- алоҳида маҳсулот турлари бўйича тақдимот ва ярмаркаларни ташкил этиш.

4. Товарларни харид қилишда қулайликни яратиш бўйича қўшимча хизматлари:

- харидорлар учун дам олиш масканларини ташкил этиш;
- оналар ва болалар учун шароитларни ташкил этиш;
- маълумот олиш жойларини ташкил этиш;
- харидорлар учун овқатланиш жойларини ташкил этиш;
- харид қилинган товарларни сақлаш хизматларини ташкил этиш;
- харидорларга тегишли нарсаларни сақлаш жойларини ташкил этиш;
- автомобиллар учун тураргоҳлар ва бошқа хизматларни ташкил этиш;
- маиший ва бошқа хизматларни ташкил этиш.

Чакана савдо хизматлари турларини таснифлашнинг муҳим хусусияти уларни амалга ошириш вақти бўлиб, бизнинг фикримизча, бунда хизматлар қўйидаги асосий турларга бўлинади: сотишдан олдинги хизматлар, сотиш жараёнидаги хизматлар, кафолатли хизматлар ва кафолатсиз хизматлар (пуллик) (2-расм).

Чакана савдо корхоналарида кўрсатиладиган савдо хизматлари рўйхати маъмурият томонидан реализация қилинадиган товарларнинг ассортиментига қараб, корхонанинг ихтисослашуви, жойлашиши, хизмат кўрсатилаётган ҳудуднинг ўзига хослиги ва хизматларнинг мувофиқлигини ҳисобга олган ҳолда кенгайтирилиши мумкин.

Савдо дўконлари томонидан тақдим қилинадиган хизматлар пуллик ва бепул бўлиши мумкин. Товарларни сотиш билан бевосита боғлиқ бўлган бепул хизматларга сотувчиларнинг маслаҳатлари, реклама ахборотларини тақдим қилиш, озиқ-овқат ва айрим турдаги ноозиқ-овқат маҳсулотларини қадоқлаш, харидорнинг транспорт воситасига катта миқдордаги товарларни юклаш кабилар тегишли.



1.3-расм. Чакана савдо корхоналари хизматларининг амалга ошириш муддатига қараб турлари ва таркиби³

Тасдиқланган прејскурант бўйича бўйича алоҳида тўловлар учун қўшимча харажатларни талаб қиладиган хизматлар савдо дўконлари томонидан тақдим этилади.

Чакана савдо хизматлари қўйидаги талабларга жавоб бериши лозим:

- ижтимоий мақсадлилиқ;
- функционал мувофиқлик;
- ахборот билан таъминланганлик;
- эргономлик;
- хизмат кўрсатиш маданияти;
- хавфсизлик;
- атроф-муҳит муҳофазаси.

Чакана савдо хизматларининг ижтимоий мақсадлилигининг талаблари қўйидагиларни назарда тутати:

- савдо хизматлари билан таъминланганлик ва турли категориялардаги истеъмолчилар учун оммабоплиқ;

– таклиф этилаётган маҳсулотлар ассортиментни, хизматлар шакли ва сотиш усулларини ўз ичига олувчи истеъмолчилар кутишининг савдо хизматларига мувофиқлиги;

– хизмат қилаётган персоналнинг профессионаллик даражаси;

– кўрсатилаётган хизматлар номенклатураси;

– хизмат кўрсатиш тартибларида устувор категорияга эга бўлган истеъмолчилар (болалар, ногиронлар, жисмоний имкониятлари чегараланган инсонлар ва б.) учун муайян имтиёзлар ва шарт-шароитларнинг мавжудлиги.

Савдо хизматларининг ижтимоий йўналтирилганлиги бино ва савдо объекти майдонини лойиҳалаштириш, иш тартибини ўрнатиш, сотиш усулини танлаш, товарлар ассортиментини шаклланиши кабиларда ҳисобга олинади.

Чакана савдо хизматларининг функционал мувофиқлиги бўйича талаблар қўйидагиларни ўз ичига олади:

– чакана савдо корхонасининг ўрнатилган иш тартибига риоя қилиш, товарларнинг ассортимент рўйхатига риоя қилиш, хизмат кўрсатиш вақти ва корхонада ўрнатилган талаблар бўйича буюртмани кутиш вақтига мувофиқлиги, касса чекини расмийлаштириш ва ҳисоб-китобнинг аниқлиги кабиларни ўз ичига олувчи хизмат кўрсатишнинг аниқлиги ва замонавийлиги;

– яхши сифатга эга товарларнинг мавжудлиги;

– турли хил кўринишдаги товарлар ва хизматлар истеъмолчиларини танлаш учун шарт-шароитларни таъминлаш;

– хизмат кўрсатувчи персоналнинг касбий талабларга мувофиқлиги, шунингдек, персонал компетентлиги ва малакаси, истеъмолчилар билан мулоқотга киришиш қобилияти, билими ва касбий этика хулқ-атворида риоя қилиши.

Ахборот билан таъминланганлик талаблари товарлар ва хизматлар тўғрисида, товарлар ассортиментни ва хизматлар номенклатураси, хизматларни бажарувчилар, хизматларни кўрсатиш қоидалари ва шарт-шароитлари тўғрисида, шунингдек, истеъмолчилар ҳуқуқлари ва товарларни сотиш қоидалари тўғрисида ишончли ахборотларнинг мавжудлигини назарда тутди. Истеъмолчилар учун ахборотларнинг мазмунига талаблар Ўзбекистон Республикасининг «Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги ва алоҳида турдаги товарларни сотиш қоидалари асосида аниқланади.

Чакана савдо хизматларининг эргономлик талаблари қўйидагиларни ўз ичига олади:

– товарларни харид қилишда истеъмолчилар учун қулай шароитларни яратиш, шунингдек, савдо майдончаларида товарларни қулай жойлаштириш ва намойиш қилиш, кириш, чиқиш, секциялар, жиҳозлар, мебелларнинг жойлашиши, лифтлар, эскалаторлар ва тервалаторларнинг мавжудлиги ва бошқалар;

– савдо майдончасидаги ёритиш, вентиляция, чанг, шовқин, ҳарорат даражасига, ходимларга, биноларни, иш жойларини, жиҳозларни ва бошқаларни сақлаш учун гигиеник талаблар;

– харидорлар томонидан қабул қилиш имкониятлари бўйича ахборотларнинг мавжудлиги;

– савдо хизматлари этикасига бўлган талаб стилистик бирликни,

композициянинг яхлитлиги ва бадий ифодалилигини, дизайннинг уйғунлигини, шу жумладан савдо корхонасининг бинолари ва интерери учун архитектура-режалаштириш ечимлари, бинонинг жабҳаси дизайни, белгилари, реклама материаллари, товар номлари ва белгилари, деразаларни безаш, товарларни кўрсатиш, иш жойларини ташкил этиш ва ходимларнинг ташқи кўринишини рўйхатга олиш.

Хизмат кўрсатиш маданиятига бўлган талаб хизмат кўрсатувчи ходимларнинг касбий маҳорати ва хулқ-атвор этикасини таъминлайди ҳамда хушмуомалалик, компетенцияси, харидорлар учун ходимларнинг мавжудлиги, юқори маҳорат даражаси каби хусусиятларни ўз ичига олади.

Чакана савдо хизматларининг хавфсизлигига қўйиладиган талаблар бундай хизматларни кўрсатиш харидорларнинг ҳаёти ва соғлиғи учун хавфсиз шарт-шароитларни, уларнинг мол-мулки хавфсизлигини ва норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар билан белгиланган товарларни сотишнинг амалдаги қоидаларига мувофиқлигини таъминлашга қаратилган.

Чакана савдо корхоналарида фавқулотда ҳолатларда харидорларни эвакуация қилиш режаси кўриниш жойида жойлашган бўлиши ва тез ёрдам хизматини чақириш (милиция, тез ёрдам, ёнғин хавфсизлиги хизмати).

Реализация қилинаётган товарлар савдо хизматларини кўрсатиш жараёнида, айнан: товарларни қабул қилиш, уларни сақлаш, сотишга тайёрлаш, намойиш қилиш ва харидорларга беришда ҳамда реализация қилиш жараёнида таъминланиши лозим.

Савдода хизмат кўрсатишда атроф-муҳит муҳофазаси талаблари, шунингдек, меҳнатни муҳофаза қилиш тизимининг миллий стандартлари қоидаларига мувофиқ савдо корхоналарининг ҳудуди, биноларнинг техник ҳолати, вентиляция, сув таъминоти, канализация тизимлари учун талаблар бажарилишини таъминланиш зарур. Савдо хизматларини кўрсатиш жараёни атроф-муҳитга салбий таъсир кўрсатмаслиги керак.

Савдо хизматлари сифати ва хавфсизлиги учун эксперт ва социологик усуллардан фойдаланилади.

Эксперт усули экспертлар, тармоқ мутахассислари, шунингдек, раҳбарлар, ташкилот менежерлари комплекс таҳлили (миқдор ва сифат жиҳатидан баҳолаш) асосида савдо хизматлари бажарувчиларини баҳолашни ўтказиш ҳамда уларнинг ҳужжатларини текширишни назарда тутди. Эксперт усули савдо хизматлари кўрсатиш шарт-шароитлари кўрсаткичлари ўзгариши бўйича маълумотларни таҳлил қилишни ўз ичига олади.

Социологик тадқиқотлар ўтказиш усули эса социологик сўров ўтказишни (анкета ўтказиш, сўров, шарҳлар ва таҳлиллар китобидаги ёзувлар, Интернет шарҳлари) ўз ичига олади.

Чакана савдо хизматлари сифатини баҳолашга доир социологик сўров натижалари ва ўларни ҳисоблаш усулларини кейинги бобларда кўриб чиқамиз.

Хулоса ва таклифлар

1. Хизматлар таснифи – бу хизматларнинг алоҳида турларга бўлиниши бўлиб, у иқтисодий фанда ҳам, бозор субъектларининг амалий фаолиятида ҳам зарурдир. Хизмат турларини таснифлашдан мақсад уларни мамлакат иқтисодиётида бозор

муносабатларининг ривожланиши шароитида «чакана савдо хизмати» тушунчасининг ўзгарган мазмунига мувофиқ тизимлаштиришдан иборат. Чакана савдо хизматлари корхоналарининг хизмат турларини таснифлаш уларнинг савдо жараёнида тутган ўрни ва ролини аниқлаш ҳамда алоҳида хизмат турларининг асосий фарқловчи хусусиятларини ажратиш кўрсатиш имконини беради.

2. Маҳаллий ва хорижий адабиётларда хизматлар турлари таснифи етарлича ишлаб чиқилган, шу билан бирга, бу жараёни тугалланган деб ҳисоблаш мумкин эмас, чунки илмий-техник тараққиёт, рақамли технологияларнинг ривожини, мижозлар имкониятларининг кенгайиши, истеъмолчиларнинг хизмат кўрсатиш сифатига бўлган талабларининг ортиши янги хизматларнинг ривожланиши учун туртки ҳисобланади. Бундан ташқари, хизматлар турларини таснифлашда юқорида келтирилган ёндашувлар тадқиқот объекти сифатида чакана савдо тизимининг ўзига хос хусусиятларини тўлиқ акс эттирмайди, бу эса ушбу масалани янада чуқурроқ ўрганиш зарурлигини кўрсатади.

3. Хизматлар турларини таснифлашнинг асосий хусусиятларидан бири қондириладиган эҳтиёжларнинг хусусияти, бунда чакана савдо корхоналарининг хизматлари товарларни сотиш бўйича асосий ҳамда харидорга харид қилиш бўйича кўмаклашиш ва улардан фойдаланиш; ахборот ва маслаҳат хизматлари кўрсатиш; харидорларга товарларни харид қилиш, сотиб олишда қулайликлар яратиш бўйича қўшимча хизматлардан ташкил топади.

4. Чакана савдо хизматларини таснифлашда унинг асосий хусусиятлари эътиборга олиниши лозим. Айрим таснифлаш гуруҳлари кесиммасида намоён бўладиган хизмат кўрсатиш тизимининг пайдо бўлишини таъкидлаш керак, унда бир хил хизматлар турли гуруҳларга ажратилиши мумкин. Масалан, товарларни чакана сотиш бўйича хизматлар қуйидаги мезонларга кўра бир нечта гуруҳларга киради: муҳимлик даражаси, маҳсулот, товарлар билан ўзаро таъсири бўйича; мижознинг мавжудлигига бўлган эҳтиёж даражасига кўра; сезувчанлик даражасига кўра; тайинлаш бўйича ва ҳоказо. Ушбу ҳолат муайян турдаги фаолиятни баҳолаш учун мос бўлган бундай белгиларни танлаш имконини беради, бу эса хизматларни таснифлаш тизимининг мослашувчан хусусиятини таъминлайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Абдукаримов Б.А. Ички савдо иктисодиёти фанидан марузалар матни I қисм. Самарканд. СИСИ, 2007-Б 128.
2. Антонова Н.В. Психология управления. - М.: Высшая школа экономики, 2010. – С. 12.
3. Батраева Э. А. Изучение спроса в общественном питании: теория и практика: монография / Э. А. Батраева; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск: КрасГУ, 2002. - 236 с.
4. Дзахмишева И.Ш. Методика отценки конкурентоспособности услуг в розничной торговой сети / И. Ш. Дзахмишева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2004.-№3.-С. 93-108.

5. Исследование рынка образовательных услуг высшей школы.: монография / Н: Н. Терещэнко [и др.]; под общ. ред. канд.экон. наук проф. Н. Н.Терещэнко; Краснояр. гос. торг.-экон: ин-т. - Красноярск, 2005. - 267 с.
6. ИСО 9004.2:1991 Общее руководство качеством. Элементы системы качества. Ч. 2. Руководящие указания по услугам [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.remgost.ru>.
7. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Пер. сангл. проф. Н.Н.Любимова, под. ред. д.э.н., проф. Л.П.Куракова. – Москва: МИЭМП, 2010.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. – Литрес, 2021. – 698 с.
9. К.Хаксевер, Б.Рендер, Р.Рассел, Р.Мердик Управление и организация в сфере услуг, 2-е изд. / Пер. с англ. Под ред. В. В. Кулибановой. - СПб: Питер, 2002. – 752 с.: ил. - (Серия «Теория и практика менеджмента»).
10. Маркетинг. в отраслях и сферах деятельности / под ред. В. А. Алексунина. - М.: Маркетинг, 2001. - 516 с.
11. Маркова В. Д. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. Д. Маркова. – М., 2001. – 516 с.
12. Семин О. А. Сервис в торговле. Маркетинг и управление качеством торговых услуг: учеб. пособие. В 3 кн. Кн. 1 / О.А. Семин, В.А. Сайдашева, В.В. Панюкова. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и сервис, 2006. – 216 с.
13. Стаханов В. Н. Маркетинг сферы услуг: учеб. пособие / В. Н. Стаханов, Д. В. Стаханов. - М.: Экспертное бюро, 2001. - 220 с.
14. Ткаченко А.А. Занятость и экономика: политика государства в переходный период. - М. ООО. «Информграф», 2000. - С. 215.
15. Управление и организация в сфере услуг: теория и практика / К. Хаксвер [и др.]; пер. с англ. под ред. В. В. Кулибановой. - 2-е изд. - СПб.: Питер; 2002. - 212 с.
16. Экономика предприятий торговли и общественного питания: учеб. пособие / под ред. Т. И. Николаевой, Н. Р. Егоровой. – 2-е изд. – М.: КноРус, 2008. – 400 с.
17. Gronroos C Service management and marketing / C Groproos // West Sussex. - 2000. - № 12. - P. 1-3.
18. Clark T. International services perspectives at centurrys end / T. Clark , I Raiaratnav // Journal of servicts marketing. - 1999. - Vol. 13. N. 4/5.
19. Lovelock C Classifying services to gain Strategic marketing insights / C. Lovelock// Journal of marketing. - 1983. - Vol. 47 (summer). – P. 9-20.
20. Patterson P. G., Cიც M. A typology of service firms in international markets: an empirical investigation //Journal of International Marketing. – 1995. – Т. 3. – №. 4. – P. 57-83.