

SPORT XIZMATLARI VA IQTISODIY O'SISH: TASHABBUSLAR, TO'SIQLAR, IMKONIYATLAR

Zakirova Umida Maxamadaminovna

O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti,
“Menejment va sport tadbirlarini tashkil etish”

kafedrası dotsenti

E-mail: umi123655@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada xizmatlarning tabiati, mohiyati va asosiy tavsifnomalari, shuningdek, xizmatlar sohasining, shu jumladan, sport xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari ko'rib chiqilgan. Xizmatlar sohasining zamonaviy iqtisodiyotdagi roli va ahamiyati ochib berilgan.

Kalit so'zlar: xizmatlarni o'ziga xos xususiyatlari, xizmatlar bozori, sport, sport xizmatlari, xizmatlar, xizmatlar sohasi, xizmatlar tavsifnomasi, xizmatlarni turlari.

Аннотация

В данной статье рассматриваются природа, сущность и основные характеристики услуг, а также особенности сферы услуг, в том числе спортивных услуг. Показаны роль и значение сферы услуг в современной экономике.

Ключевые слова: характеристики услуг, классификация услуг, особенности услуг, рынок услуг, спорт, спортивные услуги, услуги, сфера услуг.

Abstract

This article examines the nature, essence and main characteristics of services, as well as features of the service sector, including sports services. The role and importance of the service sector in the modern economy are shown.

Keywords: service classification, service features, service market, sport, sports services, services, service sector, service characteristics.

KIRISH

Mamlakatimizda yuksak madaniyatga ega bo'lgan har tomonlama yetuk hamda jismonan sog'lom insonni shakllantirish maqsadida aholining jismoniy tarbiya va sport sohasida malaka va bilimlarini orttirishga qaratilgan ustuvor yo'nalishlarni belgilash, iqtidorli sportchilarni tanlab olish jarayoniga innovatsion shakllar va usullar joriy etilmoqda.

Sport- bu murakkab, turli-tuman va zavqli fenomen (tengi yo'q, nodir hodisa) bo'lib, unga millionlab kishilar va tashkilotlar-sportchilar, tadbirkorlar, jurnalistlar, reklamalar, davlat tashkilotlari, notijorat tashkilotlar, sport tashkilotlari va muassasalari, sport va fitnes-klublari hamda boshqalar va nihoyat tomoshabinlar hamda ishqibozlar (muxlislar) jalb qilingandir.

Sport tashkilotlari va muassasalari moddiy mahsulotlar ishlab chiqarmaydilar, ular musobaqa yoki o'yinlar orqali xizmat ko'rsatadilar [7].

Xizmat ko'rsatish va servis sohasi mamlakatimiz iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishning eng muhim manbai va omili hisoblanadi. Jahon tajribasi bugun aynan

mazkur soha YAIMning shakllantirish, aholi bandligini ta'minlash, odamlarning hayot farovonligini oshirishda yetakchi o'rin tutishni ko'rsatmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 2020-yil 29-dekabr kuni Oliy Majlisga navbatdagi Murojaatnomani taqdim etdi. Murojaatnomada 2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi doirasida milliy iqtisodiyotimizning barcha soha va tarmoqlari qatori, xizmatlar sohasida ham amalga oshirilayotgan muhim islohotlar, erishilayotgan natijalar va oldimizda turgan ustuvor vazifalar chuqur tahlil etildi [2].

Yangi saylangan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev lavozimga kirishish tantanali marosimiga bag'ishlangan Oliy Majlis palatalari qo'shma majlisida quyidagilarni ta'kidladi. "Sport shu maqsadda barcha shahar va tumanlarda ommaviy sportni rivojlantirishga, jumladan, sport maydonchalari, piyodalar va velosipedchilar uchun yo'laklar, ekoparklar, ta'lim dargohlaridagi sport zallaridan iborat sport infratuzilmasini yaratishga alohida e'tibor qaratiladi. Shuningdek, Olimpiya va Paralimpiya harakatini rivojlantirish uchun sport maktablarini ko'paytiramiz va yangi sport obyektlarini barpo etamiz. Bu borada Olimpiya o'yinlariga kiritilgan har bir sport turini rivojlantirish va ommalashtirish bo'yicha kompleks dasturlar amalga oshiriladi"[3].

ADABIYOTLAR SHARHI

Xizmatlarning tabiati, mohiyati va asosiy tavsifnomalari, shuningdek, xizmatlar sohasining, shu jumladan, sport xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari, roli hamda ahamiyati masalalariga jahon va mamlakatimiz iqtisodchi olimlarining asarlarida keng e'tibor qaratilgan.

Birinchi marotaba, xizmatni fizik tovardan asosiy jihatlari bo'yicha farqlanishini 1980 – yilda Leonard Berri tomonidan berildi : unga ko'ra, fizik tovar – bu predmet, uskuna, jihoz yoki narsadir, xizmat esa ish, harakat, zo'r berish, tirishish yoki bajarish hamda ijro etishdir[4].

Hozirgi davrning adabiyotlarida xizmatlar sohasi tushunchasi haqida yagona bir fikr yoki yondashuv yo'qdir. Bu xizmatlar sohasi tushunchasini o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq bo'lgan qiyinchiliklardan iboratdir. Ayrim adabiyotlarda uchraydigan quyidagi tushunchalar haqida to'xtalib o'tamiz.

Buyuk Britaniyalik iqtisodchi olimlar Djon Bich va Saymon Chedviklarning ta'kidlashicha, sport tashkilotlari va muassasalari moddiy mahsulotlar ishlab chiqarmaydilar, ular musobaqa yoki o'yinlar orqali xizmat ko'rsatadilar [7].

Shuningdek, xizmatlar sohasi, xizmatlar marketingining shakllanish tarixi va uning xalqaro modellari iqtisodchi olim M.Yusupovning darsligida batafsil bayon qilingan [8].

Yuqorida keltirilgan xizmatlar sohasining barcha ta'riflari, u yoki bu darajada insonlarning hayot faoliyatini barcha sohalarini o'z ichiga qamrab oladi.

METODOLOGIYA

Mazkur ilmiy tadqiqotni amalga oshirishda sport xizmatlari sohasining zamonaviy iqtisodiyotidagi roli va ahamiyatini aniqlash borasidagi jahon va

mamlakatimiz iqtisodchi olimlarining mavzuga oid fikr-mulohazalarini o'rganish, qiyosiy taqqoslash, ekspert baholash, jarayonlarni kuzatish, iqtisodiy hodisa va jarayonlarga tizimli yondashuv, muallif tajribalari bilan qiyosiy tahlil o'tkazish orqali tegishli yo'nalishlarda xulosa, taklif va tavsiyalar berilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Rivojlangan mamlakatlarning amaliyoti shuni ko'rsatmoqdaki, ishlab chiqarishni murakkablashuvi va bozorni texnik jihatdan murakkab bo'lgan tovarlar bilan to'ldirilishi natijasida xizmatlarga bo'lgan talab ham oshib bormoqda. Bizning mamlakatimizda ham xizmatlarni turli yangi xillari paydo bo'lishi natijasida xizmatlar sohasi, ishlab chiqarish sohasiga nisbatan tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda.

Xizmat – bu korxonalar va ayrim shaxslar tomonidan, aynan shunday ikkinchi tomonga ko'rsatiladigan faoliyat turi bo'lib, uni ushlab, ko'rib bo'lmaydi hamda u mijozning mulkiga aylanmaydi. Xizmatni ko'rsatish natijasida, fizik mahsulot yaratilishi va yaratilmasligi ham mumkin. Xizmat insonlar va asbob-uskuna yordamida ko'rsatilishi mumkin; mijozning ishtirokida va ishtirokisiz ko'rsatiladi; shaxsiy yoki korxonalar ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan bo'lishi mumkin; tijorat va notijorat xarakterga ega bo'lishi hamda xususiy va jamoat tashkilotlari tomonidan ko'rsatiladi. Biroq, har qanday xizmatlar, korxonaning marketing faoliyatiga kuchli ta'sir etadigan quyidagi to'rtta o'ziga xos xususiyatlarga egadir: ko'rib va ushlab bo'lmazlik, ishlab chiqarishni va iste'molni bir-biridan ajratib bo'lmazlik, sifatini tez-tez o'zgarib turishi va saqlab bo'lmazlik.

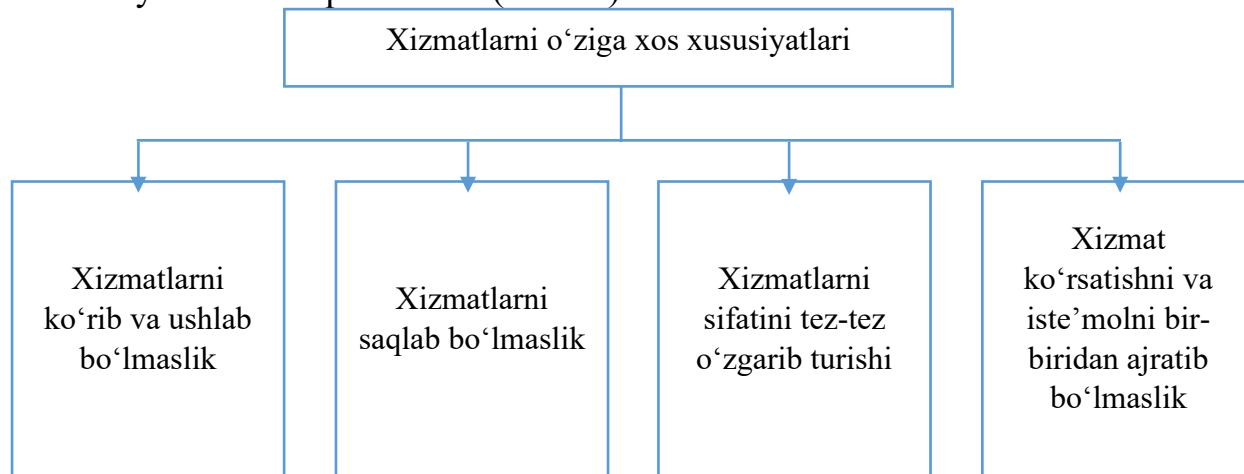
Xizmat ko'rsatish va servis sohasi mamlakat iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishning eng muhim manbai va omili hisoblanadi. Jahon tajribasi bugun aynan mazkur soha YAIMni shakllantirish, aholi bandligini ta'minlash, insonlarning hayot farovonligini oshirishda yetakchi o'rin tutishini ko'rsatmoqda.

Mamlakatimizda ko'rsatilayotgan xizmatlar tarkibi o'zgarib bormoqda, ya'ni mobil aloqa, yuqori tezlikda ishlaydigan internet, masofaviy ta'lim xizmatlari, masofaviy bank xizmatlari, kabelli televizion aloqa, elektron xizmat ko'rsatish, elektron hukumat, elektron tijorat, qishloq xo'jaligi texnikasi, avtomobillar va texnologik uskunalarni ta'mirlash hamda ularga xizmat ko'rsatish kabi zamonaviy yuqori texnologiyalar asosidagi xizmat turlari tez rivojlanmoqda.

Xizmatlar bozori ikki sabablarga ko'ra boshqa bozorlarga umuman o'xshamaydi. Birinchidan, xizmatlar to'g'ri ko'rsatilmaguncha mavjud bo'lmaydi. Bu esa uni ko'rsatilmaguncha taqqoslashni va baholashni amalga oshirib bo'lmazligini bildiradi. Faqat kutilayotgan foyda va haqiqatda olingan natijalarni taqqoslash mumkin.

Ikkinchidan, xizmatlarga yuqori darajadagi mavhumlik tegishlidir, bu esa mijozni noqulay holatga tushiradi, xizmatni ko'rsatuvchilar esa o'z xizmatlarini bozorga yo'naltirishda qiynaladi.

Xizmatlar bozorini ushbu o'ziga xos xususiyatlari, shuningdek, ularni ko'rib bo'lmaslik, ushlab bo'lmaslik, saqlab bo'lmaslik, sifatini tez-tez o'zgarib turishi ishlab chiqarishni va iste'molni bir-biridan ajratib bo'lmaslik xizmatlar marketingni o'ziga xos xususiyatlarini aniqlab beradi (1-rasm).



1-rasm. Xizmatlarni o'ziga xos xususiyatlari tasnifi¹

Xizmatlar bozori – bu noishlab chiqarish sohasi korxonalari mehnati natijasi bo'lib, u xizmatlarni ayirboshlash sohasidir.

Hozirgi davrning adabiyotlarida xizmatlar sohasi tushunchasi haqida yagona bir fikr yoki yondashuv yo'qdir. Bu xizmatlar sohasi tushunchasini o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq bo'lgan qiyinchiliklardan iboratdir. Ayrim adabiyotlarda uchraydigan quyidagi tushunchalar haqida to'xtalib o'tamiz.

Xizmatlar sohasi – bu korxonalar, tashkilotlar va shuningdek, jismoniy shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan turli xildagi xizmat turlarini qayta ishlab chiqarishni o'z ichiga olgan jamlanma kategoriyadir.

Xizmatlar sohasi – bu jami ko'p turdagi xizmatlarni ishlab chiqarish bilan band bo'lgan, korxonalar, muassasalar, tashkilotlar va faoliyat turlari majmuidir.

Xizmatlar sohasi – bu insonlarga mahsulotlarni iste'mol qiymati orqali qulaylik yaratish bilan ta'riflanadigan, iqtisodiyot tarmoqlari tizimidir. Moddiy ishlab chiqarish xizmatlari sohasi (transport, aloqa, maishiy xizmat ko'rsatish); ma'naviy hayot xizmatlari sohasi (ta'lim, jismoniy madaniyat va sport, fan, san'at); ijtimoiy soha xizmatlari sohasi (savdo, uy-kommunal xizmatlarini ko'rsatish, sog'liqni saqlash) [5].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Sport xizmatlari sohasining zamonaviy iqtisodiyotdagi roli va ahamiyatini tadqiq etish natijasida quyidagi xulosalarga kelindi:

Xizmat — bu bir tomon ikkinchi tomonga taklif etadigan foydali faoliyatdir. U narsa ko'rinishida bo'lmaydi, sotib olinishi natijasida esa shaxsiy mulkka aylanmaydi, deb hisoblaymiz.

Xizmatlarning turlariga quyidagilar kiradi: mehmonxonalar, ijtimoiy xizmatlar, axborot xizmatlari, dam olish va turizm sohasi, maishiy xizmatlar, savdo va

¹ Muallif ishlanmasi

umumiy ovqatlanish, avtoservis, sog'liqni saqlash xizmatlari, moliya xizmatlari, yuridik xizmatlari, ta'lim xizmatlari, ta'mirlash xizmatlari, kino va teatrlar, transport va boshqa xizmatlar.

Mamlakatimizda sport xizmatlari sohasini yanada rivojlantirish uchun ilg'or xorijiy tajribalarni milliy sport sohasining o'ziga xos xususiyatlarini va mahalliy shart-sharoitlarni hisobga olgan holda tatbiq etish zarur.

Yuqoridagi keltirilgan taklif va tavsiyalarni amaliyotga joriy etilishi mamlakatimizda jismoniy tarbiya va sportni ommalashtirish, uni yanada rivojlantirish, aholi o'rtasida sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi.

Xulosa qilib, shuni ta'kidlash lozimki, mamlakatimiz hududlarida 2026-yilning yakuniga qadar servis sohalari, shu jumladan, sport sohasi ko'lamini kengaytirish orqali xizmat ko'rsatish xajmi uch barobar oshiriladi va buning evaziga 3,5 millionta yangi ish o'rni yaratiladi [1].

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Miromonovich Mirziyoyevning saylov oldi dasturi. Yangi O'zbekiston strategiyasi. XXI asr, 2121-yil 30-sentyabr, №38.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. Xalq so'zi, 2020-yil 30-dekabr, № 276.
3. Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi asosida demokratik islohotlar yo'lini qat'iy davom ettiramiz. Yangi saylangan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning lavozimga kirishish tantanali marosimiga bag'ishlangan Oliy Majlis palatalari qo'shma majlisidagi nutqi. Xalq so'zi, 2021-yil 7-noyabr, №238.
4. Диянова С.Н., Штезел А.Э. Маркетинг сферы услуг : учебное пособие.- М.: Магистр: ИНФРА – М, 2015.- 72-73 бетлар.
5. 7.Marketing sporta. Pod red. Djona Bicha i Saymona Chedvika; Per. S angl.- M.: Alpina Pabliherz, 2017.-706 s.
6. 8. Yusupov M.A., "Xizmatlar marketingi" Darslik. –T.: "Iqtisodiyot", 2021.- 356 bet.
7. 9. Yusupov M.A., Ergashxodjayeva Sh.Dj., Usmonova D.M., Zakirova U.M. Marketing. O'quv qo'llanma. –T.: "Iqtisodiyot", 2021.- 126 bet.