

ОВҚАТЛАНИШ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА РАҚОБАТБАРДОШЛИК МАСАЛАЛАРИ

Шарипов Тўлқин Саидахмедович,
СамИСИ доценти, и.ф.н.
E-mail: t.sharipov@list.ru

Аннотация: Мақолада овқатланиш хизматлари бозорида рақобатбардошликнинг моҳияти, турлари, мезон ва кўрсаткичлари ҳақида, уларни аниқлаш йўл ва усуллари, шунингдек рақобатбардошликни ошириш юзасидан муаллиф фикрлари баён этилган.

Аннотация: В статье изложены мнения автора о сущности, видов, критерии и показателей конкурентоспособности на рынке услуг питания, а также методов их определения. Изложены пути повышения конкурентоспособности.

Annotation: The article describes the author's opinion about the nature, forms, criteria and indicators of the competitiveness of the power market, as well as methods for their determination. It sets out ways to improve competitiveness.

Калит сўзлар: Рақобатбардошлик, рақобатбардошлик мезонлари, рақобатбардошлик кўрсаткичлари, овқатланиш хизматлари, овқатланиш хизматлари бозори, рақобатбардошлик омиллари.

Кириш

Бозор муносабатларининг тараққий этиб бораётганлиги хизматлар бозорида ҳам рақобат муҳитининг кучайиб боришини тақозо этади. Субъектлар хизматлар бозорида узок муддат самарали фаолият юритиши учун бозорни ўрганиб, ўз рақобатбардошлиги ҳолатига баҳо бериб боришлари керак. Аммо бугунги кунда рақобат курашига кирувчи субъектлар рақобатнинг туб моҳияти, бозордаги ҳолатини таҳлил қилиш методологияси, рақобатбардошлик кўрсаткичлари ва уларни аниқлаш усуллари билмайдилар.

Хизматлар соҳасининг бир тармоғи ҳисобланган овқатланиш хизматлари соҳаси эса, умуман тадқиқотчилар эътиборидан четда қолмоқда. Сўнгги 25 йил давомида бу тармоқ муаммолари, ундаги субъектлар рақобатбардошлиги масалалари мамлакатимиз олимлари томонидан умуман ўрганилмаган.

Овқатланиш хизматларини кўрсатувчи умумий овқатланишнинг турли кўрсаткичлари, турли адабиётларда ё савдо ёки меҳмонхона хизматлари таркибида ўрганиб келинмоқда.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Таҳлиллар шуни кўрсатадики, рақобатбардошлик, унинг мезон ва кўрсаткичлари хусусида олимлар бир тўхтама келишмаган. А.Н.Азрилян раҳбарлигида тайёрланган иқтисодий луғатда [1], А.М.Румянцев раҳбарлигида тайёрланган адабиётда [2], В.И.Видяпин ва Г.П.Журавлева раҳбарлигидаги дарсликда [3] рақобатбардошлик турлича тавсифланади. Бу адабиётларда рақобатбардошлик масалалари асосан моддий ишлаб чиқариш нуктаи

назаридан ўрганилган. Хизматлар соҳасида рақобатбардошлик масалалари адабиётларда кам ёритилган. Савдо соҳаси субъектлари рақобатбардошлиги масаласи М.Пардаев таҳрири остида ёзилган “Савдо иқтисодиёти муаммолари” ўқув қўлланмасида қисман келтирилган. Аммо, яхлит ҳолда рақобатбардошлик тушунчаси, турлари, мезон ва кўрсаткичлари баён этилган адабиётлар мавжуд эмас. Овқатланиш хизматлари соҳаси субъектларининг рақобатбардошлиги эса умуман ўрганилмаган.

Тадқиқот методологияси

Тадқиқот жараёнида статистика ва иқтисодий таҳлилнинг қиёслаш, гуруҳлаш, танлаб кузатиш ҳамда индукция ва дедукция, анализ ва синтез, монографик, тизимли ёндашув, илмий абстракция, мантикий ёндашув каби услублардан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар

Рақобатбардошлик иқтисодий категория сифатида бозор муносабатлари шароитида субъектнинг бошқа субъектлардан устунлигини ифодалайди. Рақобатбардошлик нисбий тушунча бўлиб, уни ҳамма даражалар, яъни **макро, мезо ва микро** даражада кўриб чиқиш мумкин. Иқтисодий адабиётларда рақобатбардошликнинг қуйидаги турлари хусусида айрим қарашлар мавжуд.

Миллий рақобатбардошлик – давлатнинг миллий иқтисодиёти рақобатбардошлиги. Жаҳон банки 2017 йил 10 январда тақдим этган “Жаҳон иқтисодиёти истиқболлари” ҳисоботида 2017 йилда жаҳон иқтисодиёти ўсиш суръати бироз тезлашиши (2,7 фоизгача) айтилади. Хусусан, Ўзбекистон ялпи ички маҳсулотининг 2017 йилдаги реал ўсиши 7,4 фоизни ташкил қилиши тахмин қилинди. Банк экспертларининг тахминига кўра, Ўзбекистон иқтисодиётида ўсиш даражаси 2018 ва 2019 йилларда 7,4 фоиз атрофида сақланиб қолади. Бу жаҳон бозорида миллий рақобатбардошликни таъминловчи асосий омиллардан бири ҳисобланади.

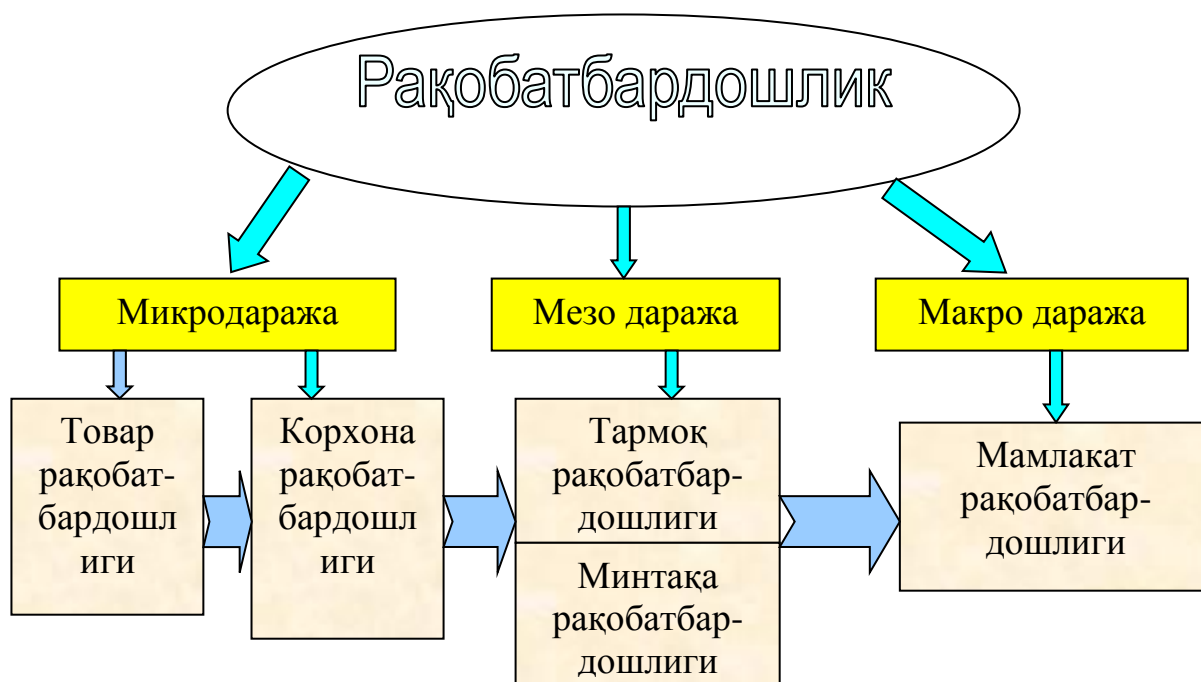
Тармоқ рақобатбардошлиги – тармоқлараро рақобатга бардош берувчи тармоқларга нисбатан қўлланилади. Одатда асосан, бир хилдаги хомашё истеъмолчиси бўлган тармоқлар ва улардаги субъектлар тармоқлараро рақобатга киришадилар. Бу рақобат кураши айни хомашё хариди жараёнида содир бўлади. Айрим ўринбосар товарларни ишлаб чиқарувчи тармоқлар ўртасида бошқа бозорларда ҳам рақобат кураши бўлиши мумкин. Бу ҳолатда рақобатда ғолиб чиқувчи тармоққа нисбатан ҳам ушбу иборани қўллаш мумкин.

Мезодаражада рақобатбардошлик тушунчаси ҳудуд, **минтақаларга** нисбатан ҳам қўлланилади.

Корхона рақобатбардошлиги – бозорда хўжалик юритувчи субъектларга нисбатан қўлланилади. Рақобатбардошлик тушунчаси корхоналарга нисбатан кўпроқ қўлланилади.

Товар рақобатбардошлиги – турдош товарлар рақобатида ғолиб чиқувчи товарларга нисбатан қўлланилади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб рақобатбардошликни қуйидаги чизма тариқасида ифодалаш мумкин.



Адабиётларда рақобатбардошликка мураккаб иқтисодий категория сифатида қаралиб, унинг мезон ва кўрсаткичларини турлича таснифлаш ҳолатлари мавжуд. Уларни ўрганиш натижасида рақобатбардошлик мезонлари, унинг қайси даражада қаралаётгани, айнан ниманинг рақобатбардошлиги ҳақида фикр юритилаётганига қараб фарқланади деган хулосага келиш мумкин. Шу билан бирга қарашларни умумлаштирувчи жиҳатлар ҳам мавжуд. Бу ҳам бўлса, барча даражада рақобатбардошлик маълум сон ва сифат кўрсаткичлари билан ифодаланади, ўлчанади.

Кўпчилик халқаро инвестиция фаолияти билан шуғулланувчи компаниялар инвестицион фаолиятни асослашда мамлакатнинг, унинг тармоқлари, улардаги субъектларнинг инвестицион жозибadorлигига баҳо берганда, ўша мамлакат, унинг тармоғи ва ўша субъектнинг рақобатбардошлигини ўрганиб чиқади. Айнан бу нуқтаи назардан қаралганда рақобатбардошлик бир қатор бошқа мезон ва кўрсаткичларда ўлчанади.

Умуман, инвестицион жозибadorликнинг ўзини ҳам рақобатбардошликнинг бир мезони сифатида ҳам кўриб чиқиш мумкин.

Юқоридагилардан хулоса қилиш мумкинки, рақобатбардошлик бу нисбий тушунча. Уни турли даврларда турлича талқин этиш, мамлакат, минтақа ва тармоқ хусусиятидан келиб чиқиб, унинг мезон ва кўрсаткичлари турлича бўлиши мумкин.

Тармоқ рақобатбардошлигини аксарият ҳолатларда ушбу тармоқда инвестиция сарфлаш ниятидаги тадбиркорлар ўрганади, яъни инвестиция киритилиши мўлжалланган тармоқдаги рақобат даражасини ўрганиш орқали баҳоланади. Бу тариқа баҳолаш амалга оширилганда тармоқлар; кучли рақобат муҳитига эга ва рақобат нисбатан паст бўлган тармоқларга ажратилади. Хизматлар соҳасининг умумий овқатланиш тармоғи овқатланиш хизматларини кўрсатиш билан шуғулланади. Бу тармоқ тадбиркорлар томонидан (сўровнома натижаларига кўра) кучли рақобат муҳитига эга тармоқлар қаторига

киритилади. Аммо ривожланганлик даражасига баҳо берадиган бўлсак, ривожланган мамлакатлардаги ҳолатдан анча паст. Бу эса тармоқда рақобат муҳити қисман мавжуд, аммо, тармоққа кириш ва бозорда маълум улушни эгаллаш мумкинлигидан далолат беради.

Овқатланиш хизматлари бозори хизматлар бозорининг бир қисми сифатида ушбу бозорга хос жиҳатлар, хусусиятлар билан тавсифланиш билан бир қаторда бу бозорнинг ўзига хос жиҳатлари ҳам мавжуд. Айнан тармоқ хусусиятларидан келиб чиқиб, овқатланиш хизматлари бозорида рақобатбардошлик, бошқа хизматлар бозорларидагидан фарқланади.

Овқатланиш хизматлари бозорининг бошқа хизматлар бозорларидан фарқли жиҳати бу бозорда олди-сотди объекти асосан хизмат эмас, балки таомлар бўлиб, хизматлар айнан таомлар билан бирга олди-сотди қилинади. Таомларнинг сақланиш муддатининг қисқалиги (ёки айримларини умуман сақлашнинг иложи йўқлиги) ҳам бу бозорда рақобатбардошлик мезон ва кўрсаткичларининг башқалардан фарқланишига олиб келади.

Овқатланиш хизматлари бозорида рақобатбардошлик мезонлари комплекс ва хусусий мезонларга ажратилади. Рақобатбардошликнинг комплекс мезонлари ҳам икки қисмга гуруҳли ва умумлашган мезонларга бўлинади. Овқатланиш хизматлари бозорида ушбу гуруҳларга кирмайдиган “сифат даражаси”, “янгилик даражаси”, “ахборотлилик”, “ижтимоий йўналтирилганлик”, “имиж”, “истеъмол нархи” каби мезонлардан ҳам рақобатбардошликни баҳолашда фойдаланилади.

В.А. Чейметова ва О.Н. Сетенева улар овқатланиш корхоналарини РФ бўйича тадқиқ қилиб, улар рақобатбардошлигининг қуйидаги мезонларини келтиради[7].

1. Жойлашган жойи.
2. Хизмат кўрсатиш сифати.
3. Бир кишига тўғри келадиган ўртача тушум.
4. Ўриндиқлар сони.
5. Иш вақти, режим.
6. Меню.
7. Интерьер.
8. Машина тўхташ жойи.
9. Таниқлилик.
10. Қўшимча хизматлар.

Муаллифлар Россия Федерацияси қонунчилиги билан белгиланган этолон корхонанинг баҳоси ва уларнинг салмоғини келтирганлар. Ўзбекистон Республикасида бундай меъёрий ҳужжат бўлмаганлиги, корхоналар эталони белгиланмаганлиги туфайли халқаро нормалар билан белгиланган ушбу эталондан тадқиқотларимизда фойдаланишга қарор қилдик. Эталон корхона мезонлари 5 баллик шкала ва бир коэффициент асосида баҳоланган.

1-жадвал

Умумий овқатланиш корхоналари рақобатбардошлиги мезонлари ва уларнинг салмоғи

№	Мезонлар	Эталон корхона баҳоси	Мезон салмоғи
1	2	3	4
1.	Жойлашган жойи	5	0,07
2.	Хизмат кўрсатиш сифати	5	0,15
3.	Бир кишига тўғри келадиган ўртача тушум	4	0,1
4.	Ўриндиклар сони	4	0,05
5.	Иш вақти, режим	4	0,09
6.	Меню	5	0,17
7.	Интерьер	4	0,1
8.	Машина тўхташ жойи	5	0,06
9.	Таниқлилиқ	5	0,11
10.	Кўшимча хизматлар	4	0,1

Юқоридаги мезонлар асосида республиканинг турли минтақаларида жойлашган умумий овқатланиш корхоналари рақобатбардошлигига баҳо беришимиз мумкин. Алоҳида таъкидлаш керакки, туридан қатъий назар маълум маъмурий ҳудудда жойлашган умумий овқатланиш корхоналари ўзаро рақобат курашига киришувчи корхоналар ҳисобланади. Аммо турли типдаги умумий овқатланиш корхоналарининг рақобатбардошлиқ даражаси турлича бўлади. Овқатланиш хизматлари бозорида фаолият юритиши нуқтаи назаридан уларни ўзаро қиёслаш мумкин. Аммо маълумотлар ҳаққонийлиги ва рақобатбардошлиги даражаси нуқтаи назаридан бир типдаги корхоналарнинг ушбу ҳолатига баҳо бериш мақсадга мувофиқ бўлади.

Самарқанд вилоятида жойлашган 10 та ресторан мижозлари орасида ўтказилган сўровномаларда 100 та респондент иштирок этди. Келтирилган маълумотлар қиёслаш мумкин бўлган қуйидаги ресторанлар рақобатбардошлигини аниқлаш мақсадида танлаб олинди.

2-жадвал

Самарқанд шаҳрида фаолият юритувчи ресторанларнинг рақобатбардошлиги ҳолати

№	Мезонлар	Эталон корхона баҳосига нисбатан баҳо			
		“Самарқанд”	“Истиклол”	“Злата-прага”	“Новый арбат”
1.	Жойлашган жойи	1	1	1	1
2.	Хизмат кўрсатиш сифати	0,9	0,7	0,8	0,9
3.	Бир кишига тўғри келадиган ўртача тушум	0,9	0,8	1,0	0,9
4.	Ўриндиклар сони	1,0	0,9	0,9	0,9
5.	Иш вақти, режим	1,0	1,0	1,0	1,0
6.	Меню	0,9	0,9	0,9	0,9
7.	Интерьер	1,0	0,9	0,9	0,9
8.	Машина тўхташ жойи	0,6	0,5	0,7	0,4
9.	Таниқлилиқ	1,0	0,8	0,9	0,7
10.	Кўшимча хизматлар	1,0	0,9	0,9	0,9
	Ўртача жамланма коэффициент	0,93	0,84	0,9	0,85

Манба: Муаллиф ишланмаси

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, Самарқанд шаҳрида жойлашган овқатланиш хизматлари бозорида фаолият юритувчи ресторанларда рақобатбардошлик мезонлари эталонда кўрсатилган корхона кўрсаткичларидан катта фарқ қилмайди. Аммо ҳар бир фоиз ўзгариш корхоналарнинг мижозлари сони ўзгариши, уларнинг соф фойдаси миқдорини, рентабеллигини белгилашда муҳим ўрин тутаяди. Шундай экан, Самарқанд шаҳридаги барча ресторанлар рақобат курашида ғолиб чиқиши учун эталондан кескин фарқланувчи жиҳатларни бартараф этишга қаратилган қуйидаги тадбирларни амалга ошириши мақсадга мувофиқ:

- қисқа давр ичида ресторан яқинида автомобилларни тўхташи учун жой ҳозирлаш, шароит яратиш;

- истемолчиларга ўзларини танитиш йўлларини ишлаб чиқиш (реклама фаолиятини кучайтириш, интернет сайтлари фаолиятини ривожлантириш);

- хизмат кўрсатиш сифатини ошириш (мижозлар билан ишловчи ходимларни ўқитиш, малакасини ошириш);

- мавжуд менюни такомиллаштириш.

Иқтисодий адабиётларда рақобатбардошликка бир қатор омиллар таъсир этиши эътироф этилади. Жумладан, А.И.Орлов рақобатбардошликни таъминловчи 3 гуруҳ омилларни ажратади [6]:

1. Техник-иқтисодий.

2. Тижорий.

3. Норматив- ҳуқуқий.

Шунингдек рақобатбардошликни таъминлашнинг ички, ташқи ва аралаш омиллари ҳам фарқланади.

Овқатланиш хизматлари бозорида ихтисослашув ва табақалашув бошқа бозорларга нисбатан яққолроқ кўринади. Бу бозорда истемолчилар табақалашувига қараб ҳам овқатланиш корхоналари табақаланади. Бу овқатланиш корхоналари хизмат кўрсатадиган контенгентига қараб таснифланишини ифодалайди. Овқатланиш хизмати кўрсатувчи корхоналар турли контенгентга қараб ихтисослашиши бозорнинг айнан ихтисослашган қатламида рақобат курашига киришувини кўрсатади.

Бу ҳолатда рақобатбардошлик ушбу қатламнинг бозордаги улуши миқдори билан белгиланади. Бундан келиб чиқадики, овқатланиш хизматлари бозорида корхоналар рақобатбардошлигини ошириш юзасидан кўриладиган тадбирлар субъект бозорнинг қайси қатламида эканлигига қараб ҳам фарқланади. Шу билан бирга рақобатбардошликни таъминлаш ва уни оширишнинг умумий тадбирлари ҳам мавжуд.

Хулоса ва таклифлар

Фикримизча овқатланиш хизматлари бозорида рақобатбардошликни таъминлаш учун корхона дирасида қуйидаги тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

- бенчмаркингни ривожлантириш. Маркетингнинг ушбу йўналиши бозордаги етакчи ҳамкорлар ва рақобатчилар тўғрисидаги маълумотларни йиғиш ва таҳлил қилиш орқали ишлаб чиқариш ва сотишнинг илғор йўлларини татбиқ этишга қаратилган;

- хизмат кўрсатишнинг илғор усулларидан фойдаланиш. Қўшимча хизмат кўрсатиш йўналишларини ривожлантириш;
- дунё амалиётида кенг қўллаб келинаётган тармоқли ривожланиш тизимидан фойдаланиш;
- корхона манфаатларига хизмат қилувчи турли кластер ва ассоциацияларга қўшилиш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Большой экономический словарь. /под ред. А.Н. Азриляна. – М.: Институт новой экономики. 1999. – 375 стр.
2. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия. /Под ред. А.М. Румянцева. -М.: СЭ, 1975. 214-215 стр.
3. Общая экономическая теория. Учебник. /Под ред. В.И.Видяпина и Г.П.Журавлевой. -М.: Промо-Медиа., 1995. -117 стр.
4. Шарипов Т.С., Абдукаримов Б.А. Умумий овқатланиш: ҳолати, муаммо ва ечимлар. Монография. -Тошкент: Иқтисодиёт, 2011.
5. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма. М.Пардаев таҳрири остида. Муаллифлар жамоаси. -Тошкент6 Иқтисод-молия, 2016.
6. Орлов А.И. Менежмент. Учебник. -М.: Знание, 2010.
7. Чейметова В.А., Сетенева О.Н. Исследование конкурентоспособности сфере услуг. //Вопросы управления. №2. 2014. стр. 164-170.