

**XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA RAQOBATBARDOSHLIK
SALOHİYATINI YO'LLARI VA YONDASHUVLARI**

Hamidov Doston Rustam o'g'li

Samarqand davlat universiteti Kattaqo'rg'on filiali Raqamli

texnologiyalar va iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

tel:99-384-07-63

Annotasiya: mazkur maqolada “raqobatbardoshlik” kategoriyasi bo'yicha ilmiy yondashuvlar, korxona salohiyati tarkibiy qismlari ishlashining kuchli va zaif tomonlari, raqobatbardoshlik salohiyatini aniqlovchi omillar, xizmat ko'rsatish korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirish usullari va vositalari, raqobat ustunliklarini aniqlash, xizmat ko'rsatish korxonalarida raqobat salohiyatining shakllanishi tadqiq qilingan.

Kalit so'zlar: raqobat, xizmat ko'rsatish sohasi, xizmatlar bozori, boshqarish, raqobatbardoshlik salohiyati, raqobat ustunligi.

Jahon hamjamiyatining iqtisodiy rivojlanish dinamikasi, raqobat kurashi muammolari shuningdek, globallashtirish jarayoniga intilayotgan har qanday mamlakat iqtisodiyoti uchun raqobat, uning nazariy va amaliy tadqiqoti muhim rol o'ynaydi. Chunki, milliy iqtisodiyotni zamonaviy iqtisodiy rivojlanishning muhim va ustuvor yo'nalishlaridan biri – bu to'laqonli, adolatga asoslangan raqobat kurashi va uning muhitini shakllantirishdan iborat.

Bugungi kunda raqobatga katta e'tibor qaratilmoqda, u alohida shaxslarning mehnati va salohiyati hamda mamlakat va alohida hududlarda raqobatbardoshlikni oshiradi. Raqobat yordamida tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar bir-birining faoliyatini kuzatishi va nazorat qilishi mumkin hamda o'zlarining individual xususiyatlarining ko'payishi yoki kamayishini kuzatishlari uchun barcha imkoniyatlar va zarur resurslarga ega bo'ladi.

Tadqiqot jarayonida xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarida raqobatbardoshlik salohiyatini oshirishni o'rganishga dialektik va tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, statistik va dinamik yondashuv hamda guruhlash usullaridan foydalanildi. Shuningdek, xizmat ko'rsatish korxonalarida raqobat salohiyatining shakllanishi xizmat ko'rsatish jarayonlarining xususiyatlariga asoslanganligi ilmiy-uslubiy jihatdan tadqiq qilingan.

Raqobatbardoshlik xizmatning o'ziga xos xususiyatlari bilan emas, balki xaridni amalga oshiradigan mijozlar uchun jozibadorligi bilan bog'liq bo'ladi. Shuningdek, raqobatbardoshlikni xizmatlarning iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish darajasi hamda ularni sotib olish va ishlatish xarajatlari bo'yicha boshqa o'xshash tovarlar yoki xizmatlardan farqini belgilaydigan iste'mol xususiyatlarining to'plami sifatida aniqlashimiz mumkin.

Raqobatbardoshlik quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- bozorda taqdim etilgan o'xshash ob'ektlarga nisbatan aniq ehtiyojning real yoki potensial qondirilish darajasi bilan tavsiflanadigan ob'ektning mulki;
- bozorda o'xshash ob'ektlar bilan taqqoslaganda raqobatga dosh berish qobiliyati;
- ma'lum bir xizmat ko'rsatish korxonalarining rivojlanishidagi raqobatdosh xizmat ko'rsatish korxonalarining rivojlanishidan ularning xizmatlari odamlarning ehtiyojlarini qondirish darajasi va ishlab chiqarish faoliyati samaradorligi nuqtai-nazaridan farqlarini ifodalovchi belgidir.

“Raqobatbardoshlik” kategoriyasi bo'yicha ilmiy yondashuvlarni to'rtta asosiy guruhga ajratib o'rganish mumkin.

Birinchi guruh – “ko'p bosqichli yondashuv” raqobatbardoshlik kategoriyasining ko'p qirrali xususiyatiga asoslangan. Ushbu yondashuv tarafdorlari M.Porter, A.P.Latkin, O.V.Vorozbit, T.G.Filosofova va V.A.Bikovlardir.

M.Porter globallashuv sharoitiga qaramay, milliy raqobatbardoshlik bevosita ma'lum bir mahalliy sharoitga bog'liq bo'lgan omillar majmuasiga bog'liq

ekanligiga e'tibor qaratadi.

O.Yu.Vorobjit va A.P.Latkin raqobatbardoshlikni quyidagi darajalarga ajratgan:

- induvidual daraja, ya'ni mahsulot raqobatbardoshligi;
- mikro daraja, ya'ni korxona raqobatbardoshligi;
- me'zo daraja, ya'ni muayyan tarmoqdagi raqobatbardoshlik;
- makro daraja, butun bozordagi raqobatbardoshlik [2].

Ikkinchi guruh – “mahsulot yoki xizmat raqobatbardoshligiga asoslangan yondashuv”. Bunday yondashuv raqobatbardoshlikni mahsulot yoki xizmatning raqobat muhitida korxona savdosining muvaffaqiyatini ta'minlash qobiliyati sifatida belgilaydi. Ushbu yondashuv tarafdorlari orasida G.L.Azoev, P.S.Zavyalova, L.Sh.Lofovskogo, M.Dolinskuyu, I.Soloveva, R.A.Fatxudinova va boshqalarni alohida ajratib ko'rsatish mumkin. Ularning fikricha, “xizmat ko'rsatish korxonalari raqobatbardoshligi – bu korxonaning bozorlarda raqobatlasha olish, yuqori sifatli tovar yoki xizmatlarni, arzon narxlarni taqdim etishi, xaridorlarga qulaylik yaratishi” deb ta'riflagan.

R.A.Fatxutdinov korxona raqobatbardoshligi «raqobatbardosh mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqarish qobiliyati» deb hisoblaydi. Bundan tashqari, mahsulot raqobatbardoshligi deganda, «bozorda sotilayotgan o'xshash tovarlarga nisbatan ma'lum ehtiyojning real yoki potensial qondirish darajasi» tushuniladi deb izohlagan [19].

Uchinchi guruh – “bozor ulushini baholashga asoslangan yondashuv” [11]. Ushbu yondashuv tarafdorlari E.Dj.Vizer, M.Meskon, A.Albert, F.Xedouri, P.U.Zulkarpaev va L.R.Ilyasovlar bo'lib, ular raqobatlashuv qobiliyati - bu ko'proq mahsulot ishlab chiqarish, saqlash va sotish uchun ma'lum imkoniyatlardan foydalangan holda korxonaning raqobatchilarga qaraganda muvaffaqiyatli bo'lish qobiliyati deb hisoblaydilar.

E.Dj.Vizerning fikriga ko'ra, xizmat ko'rsatish korxonalari raqobatbardoshligi - bu korxonaning bozor ulushini egallash, saqlab qolish va

oshirish qobiliyatidir. A.Meskon, A.Albert, F.Hedourilarning fikricha xizmat ko'rsatish korxonalarini raqobatchilar bilan solishtirganda raqobatdosh ustunliklarga ega bo'lishi va raqobatbardoshligini saqlab qolishida ekanligi ta'kidlanadi, bu nafaqat yangi iste'molchilarni jalb qilish imkonini beradi balki, tovar yoki xizmatlarning kelajakda ham saqlab qolishidir .

To'rtinchi guruh – “korxona rentabelligini baholashga asoslangan yondashuvlar”. Bunday yondashuvlar raqobatbardoshlikning quyidagi xususiyatini namoyon qiladi: ushbu holatda korxonaning qisqa vaqt ichida qo'yilgan kapitaldan raqobatdosh korxonalar foydasidan ko'ra ko'proq foyda olish qobiliyati raqobatbardoshlikdir. Shunday qilib, ushbu konsepsiyani o'z tarkibiga xizmat ko'rsatish korxonalarining quyidagi xususiyatlarini kiritish orqali kengaytirishga urinishlar mavjud: investisiya qilingan kapitaldan qisqa muddatda belgilanganidan past bo'lmagan foyda olish qobiliyati .

Xizmat ko'rsatish korxonalari raqobatbardoshligi deganda – aholining xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish uchun ma'lum bir vaqtda o'z xizmatlari va mahsulotlari bilan ma'lum bir bozordagi korxonaning o'ziga xos xususiyatlari, o'zgaruvchan muhitda foyda olish va samaradorlikka erishish uchun raqobatchilardan ustun turish qobiliyatini ta'minlaydigan faoliyat.

Hozirgi vaqtda xizmatlar bozorida raqobat darajasi oshib borayotgan sharoitda xizmat ko'rsatish korxonalarining raqobatbardoshlik salohiyatini rivojlantirishga tobora ko'proq e'tibor qaratilmoqda. Buning sababi shundaki, raqobatbardoshlik salohiyatining uzoq muddatli istiqbolda raqobat ustunligini saqlab qolish va uni oshirishga qodir bo'lgan asosdir. Korxona salohiyatining mohiyatini keng tarqalgan talqini muayyan maqsadlarga erishish uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan tabiiy sharoitlar va resurslar, zahiralar va qadriyatlar to'plami hisoblanadi. Bundan tashqari, ba'zida korxonaning potentsiali iqtisodiy tizimning mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati (bu uning ishlab chiqarish quvvati sifatida talqin qilinishiga yaqin) yoki ishlab chiqaruvchi kuchlarning imkoniyati sifatida muayyan samarani ta'minlash qobiliyati sifatida belgilanadi.

1-jadval.

Korxona salohiyati tarkibiy qismlari ishlashining kuchli va zaif tomonlari

Potensial komponent	Kuchli tomonlari	Zaif tomonlari
Ishlab chiqarish	Mahsulot tannarxining past darajasi; mahsulotning yuqori sifati; fondlar qaytimining yuqori darajasi; zamonaviy yuqori samaradorlikka ega jihozlar.	Eskirgan uskunalar; raqobatchilarga nisbatan yuqori narxni o'rnatilishi; ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish) quvvatlaridan foydalanishning past darajasi.
Kadrlar	Kadrlarning yuqori malakasi va kompetentligi; g'oyalarni yaratishga xodimlarning layoqati; ijobiy ishbilarmonlik obro'i.	Mehnatni motivatsiyalash va rag'batlantirishning samarasiz tizimi; kadrlar qo'nimsizligi- ning yuqori darajasi.
Marketing	Bozorning yuqori ulushi; samarali reklama va mahsulotlarni (xizmatlarni) sotishni rag'batlan-tirish; iste'molchilarning mahsulotlarga nisbatan yuqori faolligi; mahsulotlarni yuqori darajada tabaqalashishi.	Assortimentning turlarining etarli darajada emasligi; bozor ulushining pasayishi; mijozlar soning qisqarishi.
Moliyaviy	Qarz mablag'larining mavjudligi; yuqori ishbilarmonlik faolligi; aktivlarning yuqori likvidligi; barqaror moliyaviy holat; kapitalning yuqori rentabellik	Moliyaviy resurslardagi etishmovchilik; moliyaviy holat-ning beqarorligi; kreditorlarga qaramlikning yuqori darajasi; rentabellikning past

	darajasi.	ko'rsatkichi.
Tashkiliy imkoniyatlar (boshqaruv)	Malakali menejment; samarali tashkiliy tuzilma.	Menejerlar malakasining past darajasi; boshqaruv qarorlarini qabul qilishdagi faollikning pastligi.
Ilmiy-texnik	Innovasiyalarni ishlab chiqish; mehnat jarayonlariga innovasiya-larni joriy etish; intellektual mulk ob'ektlari (patentlar).	Raqobatchilar bilan taqqoslaganda texnologiyaning yuqori energiya sig'imkorligi.
Logistika	Murakkab jihozlar; avtomobil yo'llari; etkazib berish muddatini tezlashtirish; ulgurji savdo imkoniyatlari.	Moliyaviy resurslarning etishmasligi; etkazib beruvchilar va iste'molchilarga yuqori darajada bog'liqlik.

Yuqoridagi tarkibiy qismlar va omillarni hisobga olgan holda, korxona o'zini o'zi tashkil etish va biznesni moslashtirishning murakkab jarayonlarini ishga tushirishi, sinergik ta'sir tufayli qo'shimcha raqobatdosh ustunliklarni ta'minlashi va korxonaning boshqaruvchanligi va raqobatbardoshlik darajasini oshirishi kerak.

Raqobat munosabatlarining yangi xarakterini o'rganishning istiqbolli yo'nalishlaridan biri – bu raqobatbardoshlik salohiyatidir. Raqobat salohiyati tushunchasi hali ham yaxlit qabul qilingan talqinga ega emas va uning mazmun yukiga oid noaniq pozisiyalar iqtisodiyotni rivojlantirishda raqobat salohiyatining rolini etarlicha baholanmaslikka olib keladi.

“Raqobatbardosh salohiyat” tushunchasi birinchi marta L.V.Balabanova va A.V.Balabanislar tomonidan qarab chiqilgan bo'lib, bu orqali mualliflar “bozorda barqaror raqobatdosh mavqeni ta'minlaydigan, qulay marketing muhiti sharoitida korxonaning raqobatdosh ustunliklariga transformasiyalanishi bo'yicha

kompaniyaning mavjud raqobatdosh ustunliklari va marketing imkoniyatlari yig'indisini tushunadilar”.

R.A.Fatxutdinov tizimning raqobatdosh ustunligi tizim egalik qiladigan va unga raqobatchilarga nisbatan ustunlik beradigan eksklyuziv qiymat ekanligini ta'kidlaydi .

Korxona raqobat ustunligining mavjud ta'riflarini tahlil qilish va umumlashtirish, raqobatdosh ustunliklarga erishish, saqlash va oshirishga yordam bergan sabablarni hisobga olish muhim ahamiyatga ega. Raqobat ustunligi – bu etarli va samarali raqobat salohiyatini shakllantirgan va oshirgan hamda raqobatchilardan ustunlikni ta'minlagan noyob omillar tizimidir.

Ma'lumki, xizmatlar moddiy shaklga ega bo'lmagan, aholi ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan iqtisodiy faoliyatning alohida turi hisoblanadi. Xodimlarning xizmat ko'rsatishdagi faoliyati oldi-sotdi ob'ekti bo'lgan natijani shakllantiradi va pirovardida ishlab chiqarilgan xizmatlar hajmi mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibiga rasmiy tarzda kiritiladi. Shuning uchun xizmat ko'rsatish korxonalarida raqobat salohiyatining shakllanishi xizmat ko'rsatish jarayonlarining xususiyatlaridan kelib chiqqan holda tavsiflanishi zarur.

Xulosa va takliflar. Xulosa qiladigan bulsak raqobatbardoshlik quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- bozorda taqdim etilgan o'xshash ob'ektlarga nisbatan aniq ehtiyojning real yoki potensial qondirilish darajasi bilan tavsiflanadigan ob'ektning mulki; bozorda o'xshash ob'ektlar bilan taqqoslaganda raqobatga dosh berish qobiliyati;

Hozirgi vaqtda xizmatlar bozorida raqobat darajasi oshib borayotgan sharoitda xizmat ko'rsatish korxonalarining raqobatbardoshlik salohiyatini rivojlantirishga tobora ko'proq e'tibor qaratilmoqda. Buning sababi shundaki, raqobatbardoshlik salohiyatining uzoq muddatli istiqbolda raqobat ustunligini saqlab qolish va uni oshirishga qodir bo'lgan asosdir.

Xizmat ko'rsatish korxonalari raqobatbardoshlik salohiyati – bu raqobatli bozorda muayyan maqsadlarga erishishga yo'naltirilgan korxona faoliyati uchun

biznes jarayonlarini samarali tashkil etish uchun zarur resurslar majmuidir. Raqobatbardoshlik salohiyati – raqobatbardoshlikning muhim va zarur elementi hisoblanadi. Bunda resurs, funksional va natijaga yo‘naltirilgan yondashuvlar asosida raqobat salohiyati kategoriyasi tizimlashtirildi. Bunda korxonaning raqobat salohiyatini boshqarish uning elementlariga ta'sir ko‘rsatish orqali sodir bo‘ladi.

Adabiyotlar ro‘yxati:

1. Balabanova L.V. Marketingove upravleniya konkurentosposobnostyu predprinimatelstv: strategicheskiy podxod: Monografiya. / L.V. Balabanova, V.V. Xolod. - Donesk: DonDUET, 2006. - S. 294.
2. Vorobjit O.Yu. Konkurentosposobnost ekonomicheskix sistem: monografiya / O.Yu.Vorobjit, V.A. Osipov, A.I. Tonkix. – Vladivostok: izd-vo VGUES. 2011. – 124 s.
3. Gribov V.P. Ekonomika predpriyatiya: uchebnik V.P. Gribov, V.D.Gruzinov. - M.: Finansi i statistika. -2012. - 426 s.
4. Dolinskaya M.G. Marketing i konkurentosposobnost promishlennoy produkcii / M.G.Dolinskaya, I.A. Solovev. –M.: izb-vo “Standarti”. 1991. – 128 s.
5. Zagorna T.O. Upravleniya konkurentnim potentsialom trgovoy marki: Avtoref. dis. kand. ekon. nauk. - Donesk: DonDUET, 2005. – S. 5.
6. Zavyalov P.S. Rol marketinga v reshenii problemq konkurentosposobnosti Rossiyskix tovar o proizvoditeley / P.S.Zavyalov // Marketing, 1996. №6. 21-30 s.
7. Zulkarpaev I.U. Metod rascheta integralnoy konkurentosposobnosti promishlennix, trgovix i finansovix predpriyatiy / I.U.Zulkarpaev, L.R.Ilyasova // Marketing v Riossii i za rubejom. – 2001. №4. 17-27 s.