

ISSN: 2545-0573

## УМУМИЙ ОВҚАТЛАНИШ СОҲАСИДА НАРХЛАРНИ ЭКОНОМЕТРИК МОДЕЛЛАШТИРИШ УСЛУБИЯТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

**А. А. Сиддиқов**

СамИСИ, катта ўқитувчи

ARTICLE INFO.	Аннотация
<p><b>Ключевые слова:</b> Умумий овқатланиш, нархлаштириш, ресторан хизмати, ночизикли функция, ресторан бизнеси.</p>	<p>Аннотация. Мақолада умумий овқатланиш соҳасида эконометрик моделлаштириш услубияти асосида нархлаштириш масалалари ёритиб берилган. ресторан хизматлари учун нарх-сифат уйғунлигини таъминлашга қаратилган оптимал нарх модели таклиф қилинган.</p> <p><a href="http://www.gospodarkainnowacje.pl/">http://www.gospodarkainnowacje.pl/</a> © 2022 LWAB.</p>

Хорижий мамлакатларнинг илғор ресторанлари тажрибалари шуни кўрсатмоқдаки, аксарият ҳолларда бозорга янги хизмат ва маҳсулот турларини таклиф қилиш, бозорни сегментлар, маркетинг тадқиқотлари асосида талаб ва таклифни, истеъмолчиларнинг яширин эҳтиёжларини ўрганишдан кўра нарх стратегиясидан самарали фойдаланиш энг мақбул ҳисобланади.

Шу боисдан ҳам бозор муносабатлари шароитида нарх услубиятини шакллантириш, самарали нарх сиёсати олиб бориш муҳим ҳисобланади.

Таъкидлаш жоизки, ресторан хизматлари ва маҳсулотлари қуйидаги ўзига хос жиҳатларга эга:

- моддий-техник жиҳатдан таъминланганлиги, хизматлар ассортименти, маркетинг стратегияларидан фойдаланиши ва ишлаб чиқариш кўламига кўра турли шакл, формат ва тоифада ташкил этиш имкониятининг мавжудлиги;
- таом ва хизматларни тайёрлашда мижоз иштирокидан самарали фойдаланиш, ҳамкорликда қиймат яратиш ва иш тажрибасининг сифатини таъминлаш имкониятининг мавжудлиги[1];
- ресторанлар томонидан таом ва хизматлар тақиб, ҳажми ва миқдорини истеъмол меъёри ҳамда мижозлар талаби асосида энг мақбул даражага келтириш имкониятининг мавжудлиги;
- маҳсулотлар ассортименти ва сифати уларни тайёрлашда фойдаланиладиган хомашё турига бевосита боғлиқлиги;
- маҳсулот ассортименти, сифати ва унга бўлган талабнинг мавзумийлик ва хомашёни етказиб бериш шароитларига бевосита боғлиқлиги.

Келтирилган жиҳатлар ресторанларда таом ва хизматларга илмий асосланган нарх белгилаш амалиётида эътиборга олиниши лозим.

Бугунги кунда ресторанлар қуйидаги хизмат турларини кўрсатиш билан шуғулланади:

Овқатланиш хизматлари;

Пазандачилик ва қандолат маҳсулотларини тайёрлаш ва хизматлар кўрсатиш;

Хизматларни ташкил этиш;

Қандолат маҳсулотлари савдоси;

Дам олиш ва бўш вақтни самарали ўтказишни ташкил этиш;

Консалтинг хизматлари;

Овқатланиш билан боғлиқ бошқа хизматлар.

Мавжуд иқтисодий адабиётлар [1,3,6,7] ва илмий мақолалар[2,4,5]ни таҳлил қилиш асосида ресторан хизматларига нарх белгилаш амалиёти қуйидагиларга боғлиқ эканлиги аниқланди:

таомларни тайёрлаш ва хизматларни тақдим этиш учун сарфланадиган хомашё харажатлари (хомашё нархи);

муомала харажатлари (ижара, ишчилар иш хақи, коммунал тўловлар, солиқ ва бошқа йиғимлар);

савдо устамаси;

кўшилган қиймат солиғи.

Ресторан бизнеси субъектлари аниқ ҳисоблашларни кўзда тутувчи ва илмий асосланган нарх услубиятига эга бўлишлари лозим. Бундай нарх услубияти самарали нарх сиёсатини олиб бориш, хатарларни бошқариш ва ресторан хизматлари бозорида рақобатбардошлигини ошириш имконини берадир[3].

Айниқса бу борада ресторанларнинг мавжуд ресурслар (моддий-техник, меҳнат, молиявий) дан самарали фойдаланиш ва стратегик кўрсаткичларни ҳисобга олган ҳолда ривожланиш стратегиясига асосланишга алоҳида эътибор қаратиш лозим. Стратегик кўрсаткичларни эътиборга олган ҳолда фаолиятни амалга ошириш ресторанларнинг инвестицион жозибадорлигини ошириш ва улардан самарали фойдаланиш имконини беради.

Фикримизча, ресторан хизматлари учун нарх-сифат уйғунлигини таъминлашга қаратилган оптимал нарх моделини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Мазкур эконометрик моделни ишлаб чиқиш учун қуйидаги параметрларни киритиш таклиф қилинади:

$P_i$  -  $i$ -таом ёки хизматнинг сотилиш нархи (сўм);

$T$  -  $i$ -таом ёки хизматнинг таннархи (сўм);

$X_d$  - доимий харажатлар (сомони);

$N$  -  $i$ -таом ёки хизматнинг миқдори (тегишли ўлчов бирлигида);

$V$  - ҳисобот даврида  $i$ -таом ёки хизматнинг режалаштирилаётган ишлаб чиқариш ҳажми (тегишли ўлчов бирлигида);

$L_i$  - ҳисобот даврида  $i$ -таом ёки хизматнинг кутилаётган сотилиш нархи (сўм).

Ҳолда  $i$ -таом ёки хизматга бўлган талаб ҳажми ва сотилиш нархи ўртасидаги боғлиқлик чизикли функциядан иборат бўлади:

$$N = a_1 * P_i y_i \quad (1)$$

бу ерда,

$$y_i = \frac{(V_{2i} - V_{1i})}{(L_{2i} - L_{1i})}; \quad a = V_{1i} - L_{1i} y_i$$

ушбу кўрсаткичлар асосида ресторанларнинг қуйидаги кўрсаткичлари аниқланади:

Ялпи тушум ( $ЯТ$ ):

$$ЯТ = \sum(P_i + N_i) = P_i a_i + P_i y_i \quad (2)$$

Умумий харажатлар ( $X_{умум}$ ) қуйидаги формула бўйича аниқланади:

$$X_{умум} = S_i N_i + X_{доим} = S_i (P_i y_i + a_i) + X_{доим} \quad (3)$$

Ялпи фойда ( $ЯФ$ ) қуйидаги формула билан аниқланади:

$$ЯФ = ЯТ - X_{умум} = (P_i y_i + P_i a_i) - X_{доим} \quad (4)$$

Юқоридаги кўрсаткичлар асосида қуйидаги иккита эконометрик моделга эга бўламиз:

**Биринчи модел.** (5), (6) шартларда ялпи тушум миқдори максимал бўладиган нарх ( $P_i$ ) даражаси аниқланади:

1.  $i$ -таом ёки хизматга бўлган талаб миқдори нолдан фарқли қийматга эга бўлади:

$$P_i y_i + a \geq 0 \quad (5)$$

2.  $i$ -таом ёки хизматнинг нархи нолдан фарқли қийматга эга бўлади:

$$P_i \geq 0 \quad (6)$$

Иккинчи модел. (7), (8) ва (9) шартларда ялпи фойда миқдори максимал бўладиган нарх ( $P_i$ ) даражаси аниқланади:

1. Рентабеллик даражаси қуйидагича аниқланади:

$$R = \frac{ЯФ}{ЯТ} * 100\% \quad (7)$$

2.  $i$ -таом ёки хизматга бўлган талаб миқдори нолдан фарқли қийматга эга бўлади:

$$P_i y_i + a \geq 0 \quad (8)$$

3.  $i$ -таом ёки хизматнинг сотилиш нархи нолдан фарқли қийматга эга бўлади:

$$P_i \geq 0 \quad (9)$$

Ушбу тенгламалар ечими чизиксиз дастурлаш усуллари ёрдамида ҳисоблаб топилади. Таъкидлаш жоизки, агарда  $P_i$  қўйилган масалаларнинг бирортасининг ечими бўлса, у ҳолда ҳар қандай  $i$ -таом ёки хизмат таклифи ёки ишлаб чиқаришнинг оптимал ҳажми қуйидагига тенг бўлади:

$$N = P_i y_i + a_i \quad (10)$$

Ушбу таклиф қилинаётган эконометрик модел асосида ресторан хизматлар бозорида менюнинг оптимал ҳажмини аниқлаш услубияти таклиф қилинди.

бунда:

$S_i$  – таклиф қилинаётган  $i$ -таом ёки хизматнинг кутилаётган таннари;

$L_{1i}, L_{2i}$  – таклиф қилинаётган  $i$ -таом ёки хизматнинг кутилаётган сотиш нархлари;

$V_{1i}, V_{2i}$  – таклиф қилинаётган  $i$ -таом ёки хизматнинг кутилаётган ҳажми;

$F_{норм}$  – режалаштирилаётган давр учун доимий харажатларнинг прогноз қиймати.

Ҳисоблаш ишлари қуйидаги босқичларда амалга оширилади:

Талаб эгри чизиғи 8-формула асосида аниқланади ва чизикли функция орқали аппроксимацияси текширилади.

Ялпи фойда(7) ва рентабеллик (8) аниқланади.

Ночизикли дастурлаш усуллари асосида  $P_i$  қиймати аниқланади.

Ҳар бир таом ёки хизматнинг оптимал ҳажми аниқланади.

Таклиф қилинаётган формулалар асосида зарурий иқтисодий кўрсаткичлар аниқланади.

Таклиф қилинаётган услубият ресторанларда исталган таом ёки хизмат турлари бўйича таклифнинг оптимал ҳажмини аниқлаш, шунингдек, зарурий иқтисодий кўрсаткичларни ҳисоблаб топиш имконини беради[4].

Шундай қилиб, тўғри танланган нарх услубияти, самарали нарх сиёсати ва таклиф қилинаётган эконометрик моделлардан фойдаланиш ресторанларнинг рақобатбардошлигини ошириш, талаб ҳажмини рағбатлантириши ҳамда турли хатарларнинг олдини олиш имконини беради. Таклиф қилинаётган эконометрик модел ресторан хизматлар бозорида қўйилган мақсадларга эришиш, ҳаракатлар дастурини самарали амалга оширишни таъминлашга хизмат қилади.

### Адабиётлар

1. Мирзаев Қ.Ж., Мусаев Б.Ш., Ташматов Ш.У., Сиддиқов А.А. Ресторан менежмент. Дарслик. – Т.: “INNOVATION RIVOJLANISH” NASHRIYOT MATBAA UYI”–2021, 500 б.
2. К.М.Ибодов. Theoretical and Methodological Aspects of Restaurant Services Research // INTERNATIONAL JOURNAL ON ECONOMICS, FINANCE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT (IJEFSO).  
<https://journals.researchparks.org/index.php/IJEFSO/article/view/3042..>
3. К.М. Ибодов. Restaurant marketing. Textbook. Tashkent. Т : , “ECONOMY & FINANCE”, 2020. - 387 p.
4. К.М.Ибодов. Analysis of the factors influencing the efficiency of Restaurant services using the method of Hierarchical analysis // European Scholar Journal (ESJ). Vol. 2 No. 2, February 2021, ( ISSN: 2660-5562). (Global impact factor (GIF) - 7.232)
5. К.М.Ибодов. Marketing Metrics an Estimation of Competitiveness of The Market of Restaurant Services of Uzbekistan //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal (SAARJ). Vol. 10, Issue 10, October 2020. (ISSN: 2249-7137) 808-816 pp.
6. Николаева, Т.И. Организация общественного питания: резервы и оценка эффективности: учеб. пособие/ Т.И. Николаева, З.О. Фадеева // Уральский гос. экон. университет. – Екатеринбург, 2008. – 183 с.
7. Иватов И. Ресторан менежменти. Ўқув қўлланма. - Т.: “Иқтисодиёт”, 2007.-150 б.