

GLOBAL RAQOBAT SHAROITIDA UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARI RIVOJLANISHINING ILMIY-NAZARIY JIHLARI

Tashnazarov Sur'atjon Abdullayevich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tadqiqotchisi

Annotatsiya

Maqolada umumiy ovqatlanish xizmatlarining asosiy faoliyat ko'rsatkichlari tizimini baholashning asosiy elementlari umumlashtirilgan hamda uni baholashning roli o'rganilgan. Savdo va milliy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish platformasini shakllantirishda umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishga e'tibor qaratilgan. Umumiy ovqatlanish korxonasi o'z xususiyatlariga ko'ra murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarga mansub ekanligi asoslab berilgan va sohani rivojlantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: umumiy ovqatlanish xizmatlari, umumiy ovqatlanish korxonalari, ovqatlanish korxonalari turlari, milliy iqtisodiyot, sinergetik samaradorlik.

Аннотация

В статье обобщены основные элементы системы оценки ключевых показателей деятельности предприятий общественного питания и изучена роль этой оценки. Особое внимание уделено развитию сферы общественного питания как платформы для устойчивого развития торговли и национальной экономики. Обосновано, что предприятия общественного питания по своим характеристикам относятся к сложным социально-экономическим системам, а также разработаны предложения по дальнейшему развитию отрасли.

Ключевые слова: услуги общественного питания, предприятия общественного питания, виды предприятий общественного питания, национальная экономика, синергетическая эффективность.

Abstract

The article summarizes the main elements of the evaluation system for key performance indicators of food service enterprises and examines the role of such assessment. Special attention is given to the development of food service as a platform for the sustainable growth of trade and the national economy. It is substantiated that food service enterprises, due to their characteristics, belong to complex socio-economic systems, and proposals for the development of the sector have been formulated.

Keywords: food service, food service enterprises, types of food service enterprises, national economy, synergistic efficiency.

KIRISH

O'zbekiston Respublikasida savdo xizmatlarini rivojlantirishda iste'molchilarning o'sib borayotgan ehtiyojini sifatli qondirishni ta'minlash masalalari ustuvor vazifalardan hisoblanadi. Shu sababli, savdo xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari ko'rsatkichlarini ishlab chiqish masalalarini hal etishga tadqiqotlarda yuqori ahamiyat qaratilmoqda. Shundan kelib chiqib, iqtisodiy o'zgarishlar sharoitida savdoning muhim tarmoqlaridan biri bo'lgan umumiy

ovqatlanish korxonalarining samarali faoliyat yuritishi uchun qulay sharoitlarni yaratish muhim tadqiqot yoʻnalishi hisoblanadi.

Global raqobat kuchayib borayotgan sharoitda umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishning ahamiyati sezilarli darajada ortib bormoqda. Aholiga koʻrsatilayotgan umumiy ovqatlanish xizmatlari sifatini oshirish, savdo xizmatlarini innovatsion va raqamlashtirish asosida taraqqiy ettirishga ustuvorlik berish, xizmatlar raqobatbardoshligini taʼminlash hamda sohaning kelgusi taraqqiyot strategiyasini belgilab olish kabi yoʻnalishlar muhim ahamiyat kasb etadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Bozorga yoʻnaltirilgan xizmatning asoslaridan biri sifatida savdo va umumiy ovqatlanish xizmatlari faoliyatini amalga oshirishning nazariy va amaliy asoslarini xorijiy olimlar ham oʻrganishgan. Jumladan, Porter Ye. Maykl [2] savdo xizmatlarini tashkil etish, Ch. Farel [3] savdo faoliyatini yoʻlga qoʻyish asoslarini, Mate E. [4] esa savdoda va savdodan keyingi xizmatlarni boshqarish jarayonlarini tadqiq qilgan.

MDH davlatlari iqtisodchi olimlaridan A.M. Fridman [5] savdo va umumiy ovqatlanish xizmatlari iqtisodiyoti va ularni tashkil etish masalalarini, Larygin Yu.N. [6] savdo jarayonida isteʼmolchilar harakatini, B.I. Sineskiy [7] va R. Shodiyev [8] kabi yetakchi olimlar esa savdo va umumiy ovqatlanish xizmatlarida samaradorlikni oshirishga doir turli xil modellarni taklif etgan.

Oʻzbekistonlik olimlardan M.R. Rasulev [9] hamda M.M. Muhammedov [10] savdo va texnologik tizimlar jarayonida umumiy ovqatlanish xizmatlarini boshqarish nazariyasi va amaliyoti sohasida muhim ilmiy yutuqlarga erishishgan. Shunga qaramay, mavjud umumiy ovqatlanish xizmatlari turlari va texnologik tizimlar uchun statistik-iqtisodiy tahlil va boshqaruvning oʻziga xos xususiyatlari iqtisodiy adabiyotlarda yetarlicha yoritilmagani ushbu mavzuda ilmiy maqola yozishni zarur qildi.

METODOLOGIYA

Mazkur maqola tadqiqotining nazariy va uslubiy asosini iqtisod fani klassiklarining fundamental ilmiy va amaliy ishlari, shuningdek, oʻrganilayotgan muammo boʻyicha yetakchi mahalliy va xorijiy olimlarning tadqiqotlari tashkil etadi. Faoliyat yuritishdagi muammolar boʻyicha ixtisoslashtirilgan ilmiy-tadqiqot va savdo tashkilotlarining ishlanmalari, savdoni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish tizimi, xalqaro, milliy va mintaqaviy ilmiy-amaliy konferensiyalar va seminarlar materiallari, davriy ilmiy jurnallardagi nashrlar, shuningdek, savdoni rivojlantirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar, Respublika va ijro hokimiyati hamda savdoni boshqarishning hududiy dasturlari ham metodologik asos boʻlib xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mustaqillik yillarida Oʻzbekistonning markazlashtirilgan va rejalashtirilgan iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga oʻtish jarayonida korxonalarining mulk shakli, tarkibiy tuzilishi va faoliyat yuritish muhiti tubdan oʻzgardi. Mamlakatda bozor munosabatlarini shakllantirish va iqtisodiy islohotlarni izchil amalga oshirish

natijasida iqtisodiyotning barcha sohalarida, jumladan, umumiy ovqatlanish sohasida ham yangi imkoniyatlar paydo bo'ldi.

Umumiy ovqatlanish korxonalari aniq maqsadga yo'naltirilgan, yagona moddiy-texnik baza, umumiy ovqatlanish-texnologik jihozlar va tashkilot-iqtisodiy tuzilmaga ega bo'lgan subyektlar sifatida shakllandi. Ularning moddiy bazasi umumiy resurslar majmui, tiplashtirilgan inshootlar va standartlashtirilgan texnologik uskunalardan foydalanish bilan xarakterlanadi.

Iqtisodiyotning global integratsiya jarayonlari va raqobat kuchayishi sharoitida umumiy ovqatlanish xizmatlarini xalqaro standartlarga muvofiq rivojlantirish, xizmat ko'rsatish sifati va tijorat samaradorligini oshirish dolzarb vazifaga aylandi. Xorijiy tajriba tahlillari shuni ko'rsatadiki, savdo usullarining diversifikatsiyasi, innovatsion texnologiyalarni joriy etish va mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganish orqali umumiy ovqatlanish korxonalari o'z raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Jahon amaliyotida yangi bozor segmentlarini egallash, umumiy ovqatlanish xizmatlarining bozordagi ulushini kengaytirish va sotuv jarayonlariga innovatsion yondashuvlarni tatbiq etish strategik ustuvor yo'nalish sifatida namoyon bo'lmoqda. Ushbu tendensiyalar umumiy ovqatlanish sohasini modernizatsiya qilish va uning barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun mustahkam asos bo'lib xizmat qilmoqda.

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar natijasida xalqaro iqtisodiy va siyosiy aloqalar rivojlanmoqda, shuningdek, xorijiy tajriba hamda ilg'or amaliyotlarni joriy etish orqali iqtisodiyot tarmoqlarini modernizatsiya qilish imkoniyatlari kengaymoqda. Bu jarayon zamonaviy iqtisodiyot sharoitida umumiy ovqatlanish xizmatlari tarmog'ini texnik va texnologik jihatdan qayta jihozlash, shuningdek, innovatsion yondashuvlarni tatbiq etishga zamin yaratmoqda.

Umumiy ovqatlanish korxonalari o'z xususiyatlariga ko'ra murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarga mansub bo'lib, ochiq tizim sifatida tashqi muhit bilan uzluksiz axborot almashinuvi va o'zaro ta'sirlashuvi bilan tavsiflanadi. Tizimning moddiy, texnologik, texnik va tashkiliy jarayonlari xizmat ko'rsatish sifati hamda samaradorligini belgilaydi. Subyekt sifatida boshqaruv apparati iqtisodiy mexanizmlar orqali faoliyatni maqsadli yo'naltirish va muvofiqlashtirishni amalga oshiradi.

Umumiy ovqatlanish tizimi tashqi muhitning turli omillari ta'sirida rivojlanadi. Bevosita ta'sir etuvchi omillar sifatida bozor munosabatlari holati, iste'molchilarning talab darajasi va raqobat muhiti qayd etilsa, bilvosita ta'sir etuvchi omillar qatoriga iqtisodiy siyosat barqarorligi, moliya-kredit va soliq siyosati, infratuzilmaning rivojlanganligi hamda tadbirkorlik muhitini qo'llab-quvvatlash mexanizmlari kiradi.

Korxonaning ichki muhiti esa umumiy ovqatlanish-ishlab chiqarish jarayoni, boshqaruv tizimi, savdo va xizmat ko'rsatish strukturalaridan iborat. Ichki va tashqi muhitning muvozanatli ta'siri umumiy ovqatlanish korxonalari faoliyatining barqarorligi va raqobatbardoshligini belgilovchi omildir.

Umumiy ovqatlanish korxonalari tashkiliy-huquqiy shakli, miqyosi va faoliyat yo'nalishiga ko'ra tasniflanadi. Fuqarolik-huquqiy normalarga muvofiq, ular mulk

shakli, ta'sislar tarkibi va mulkiy huquqlari asosida turli toifalarga ajratiladi. Miqdoriy ko'rsatkichlarga ko'ra esa yirik, o'rta va kichik korxonalariga bo'linadi.

Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida tadbirkorlik subyektlari mustaqil ravishda faoliyat yuritib, huquqiy mexanizmlar orqali o'z maqsadlarini amalga oshirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Jahon amaliyoti shundan dalolat beradiki, davlatning iqtisodiy faoliyatni tartibga soluvchi siyosati fuqarolik huquqlari va mulk munosabatlarini samarali muhofaza qilishga yo'naltirilgan bo'lishi lozim.

Hozirgi davrda davlat tomonidan umumiy ovqatlanish sohasida metrologiya, standartlashtirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish borasida tartibga solish chora-tadbirlari amalga oshirilmoqda. "Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi Qonun mazkur sohada huquqiy asos bo'lib xizmat qilmoqda.

Umumiy ovqatlanish xizmatlari global tendensiyalarga mos ravishda rivojlanib, turli davlatlarning mentaliteti, iqlimi va urf-odatlariga mos shakllanmoqda. Shu bilan birga, sohada tasnif va standartlashtirish borasida yagona xalqaro standartning mavjud emasligi, sohaning murakkab va tez o'zgaruvchan xususiyati bilan izohlanadi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida umumiy ovqatlanish sohasini innovatsion texnologiyalar bilan boyitish, yangi bozor segmentlarini egallash va xizmat turlarini diversifikatsiya qilish strategik ustuvor vazifalardan biriga aylangan. Bunday yondashuv umumiy ovqatlanish korxonalarining samaradorligini oshirish hamda ularning jahon bozoridagi raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlar ta'sirida umumiy ovqatlanish xizmatlari sohasi zamonaviy iqtisodiyot sharoitida yangi rivojlanish bosqichiga ko'tarilmoqda. Ushbu sohaning istiqbolli rivojlanishi quyidagi asosiy yo'nalishlarda namoyon bo'lmoqda:

Iqtisodiy taraqqiyotda umumiy ovqatlanish xizmatlarining roli ortib boradi. Soha mamlakat ichki yalpi mahsulotining muhim segmenti sifatida faoliyat yuritadi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarini soni va turlari kengayib, ushbu sohada band bo'lgan aholining ulushi sezilarli darajada oshadi, mehnat bozorida esa yangi ish o'rinlari yaratiladi.

Raqobat muhitining kuchayishi natijasida xizmat ko'rsatish sifati yaxshilanadi. Innovatsion texnologiyalar va xizmatlarning diversifikatsiyasi orqali mijozlarga zamonaviy talablarga javob beradigan mahsulot va xizmatlar taqdim etiladi.

Sohada savdo, dam olish va transport infratuzilmalarini o'zida mujassam etgan yangi formatdagi raqobatbardosh korxonalar shakllanadi. Bu esa umumiy ovqatlanish tarmog'ini ko'p tarmoqli va kompleks rivojlanish yo'liga olib chiqadi.

Gastronomik turizmning taraqqiyoti orqali umumiy ovqatlanish xizmatlari milliy turizm infratuzilmasining ajralmas qismiga aylanadi va mamlakatning turistik salohiyatining oshishiga hissa qo'shadi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarida raqamli texnologiyalar va innovatsion xizmat ko'rsatish usullarini joriy etish orqali xizmat sifati va raqobatbardoshlik darajasini oshirish borasida quyidagilar taklif etiladi:

- Sohada ishlaydigan mutaxassislar uchun maxsus o‘quv dasturlari va qayta tayyorlash kurslarini tashkil etish, kasbiy malaka va servis madaniyatini xalqaro standartlar darajasiga olib chiqish.
- Gastronomik turizmni qo‘llab-quvvatlash maqsadida mahalliy taomlar va milliy ovqatlanish an‘analarini rivojlantirish hamda ularni xalqaro miqyosda targ‘ib qilish.
- Umumiy ovqatlanish va turizm sohalari o‘rtasida o‘zaro integratsiya jarayonlarini faollashtirish orqali tarmoqlararo kooperatsiyani kuchaytirish.
- Davlat tomonidan umumiy ovqatlanish korxonalariga moliyaviy, huquqiy va marketing yo‘nalishlarida qo‘llab-quvvatlash choralari kuchaytirish, kichik va o‘rta biznes subyektlarini rag‘batlantirish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar PF-60-son Farmoni bilan tasdiqlangan “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi”gi Farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>.
2. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ. –М.: Альпина Бизнес Бунс, 2005. –454 с.;
3. Фатреля Ч. Основы торговли / Пер. с англ. — Тольятти: Издательский дом ДОВГАНЬ, 1995. — 720 с.
4. Мате Э. Послепродажное обслуживание: Пер. с франц. / Обх. ред. В. С. Загашвили. -М.: А/О Издательская группа «Прогресс», 1993. -160 с.
5. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества. Учебник. -М. «Дишков и К». 2003 -628с.
6. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: учеб. пособие. –М.: Эксмо, 2010. –432 с.;
7. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. М.: Юристъ, 1998г.
8. Шодиев Р. Ноишлаб чиқариш соҳаси иқтисодиёти. Монография. –Т.: “Фан”, 2005. – 256 б.
9. Расулев М.Р. Бозор иқтисодиёти асослари. — Т.: Ўзбекистон, 1998. — 380 б.
10. Мухаммедов М.М. и др. Экономика торговли. Самарқанд. 1998. с.282;
11. WTO (2021), World Trade Report 2021: The Future of Services Trade, Geneva: WTO. Trade in services is defined in the General Agreement on Trade in Services (GATS) as comprising four modes of supply: 1 – cross-border supply; 2 – consumption abroad; 3 – commercial presence; and 4 – movement of natural persons¹¹ <https://www.kom-dir.ru/article/1457-pokazateli-effektivnosti-deyatelnosti>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, aprel, 4-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**