

ZAMONAVIY SHAROITDA MEHMONXONA VA UMUMIY OVQATLANISH XIZMATINI RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Rahimov Abdihakim Muxammadiyevich

Iqtisodiyot va pedagogika universiteti

“Iqtisodiyot” kafedrası dotsenti

E-mail: ab.raximov@mail.ru

Annotatsiya

Maqolada mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari, ularning mualliflik tasnifi keltirilgan. Yashash joy va umumiy ovqatlanish xizmatlarini tashkil etishda alohida e‘tibor qaratiladigan ijtimoiy-iqtisodiy jihatlar tadqiqi etilgan.

Kalit so‘zlar: xizmatlar tarmog‘i, mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmati, mehmonxona xo‘jaligi; perspektiv tahlil, iqtisodiy tahlil.

Аннотация

В статье представлены особенности развития гостиничного и ресторанного сервиса и его авторская классификация. Социально-экономические аспекты рассмотрены с особым вниманием к организации услуг по размещению и питанию.

Ключевые слова: сеть услуг, услуги по размещению и питанию, гостиничный бизнес; перспективный анализ; экономический анализ

Abstract

The article presents the features of the development of public services for the population and public catering, their author's classification. Socio-economic aspects have been studied with special attention to the organization of accommodation and catering services

Keywords: service network, accommodation and catering services, hotel business; prospective analysis; economic analysis

KIRISH

Kishilik jamiyatining bugungi rivojlanish holati bir qancha o‘ziga xos rivojlanish bosqichlarining natijasidir. Bu bosqichlarning o‘ziga xosligi iqtisodiyot sektorlaridagi qaysidir tarmoqning yoki ma‘lum turdagi tarmoqlarning rivojlanishidagi tub burilishlarga asoslanadi. Yangi asrda dunyo aholisining ijtimoiy-iqtisodiy, madaniy-ma‘naviy hayotida xizmatlar tarmog‘ining roli ortib bormoqda. Jahon mamlakatlarining iqtisodiyot tarmoqlari ichida mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatining jami xizmatlardagi va YAIM dagi ulushi turlicha bo‘lib, bu nisbatni mamlakatlar iqtisodiy salohiyati bilan baholash bugungi kunda mutlaq to‘g‘ri deb bo‘lmasada, barcha mamlakatlarda iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlashning bir omili sifatida baholanadi.

METODOLOGIYA

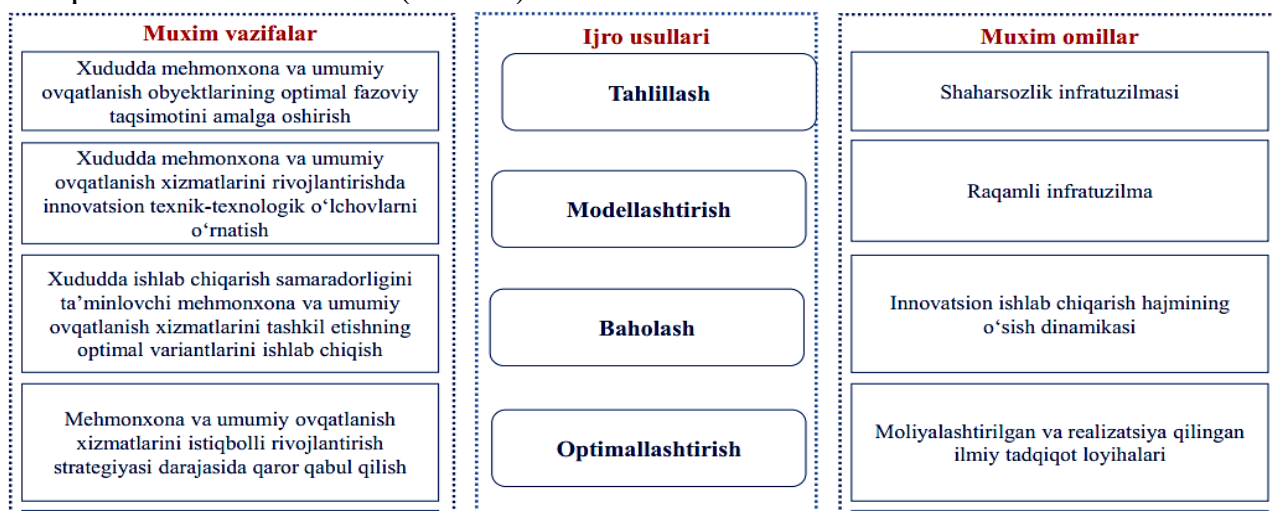
Tadqiqotda iqtisodiy tahlil, qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv, statistik usullar hamda ekspert baholash metodlaridan foydalanildi. Tadqiqotda turizm tizimining

modernizatsiyasi iqtisodiy o'sishga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatishini aniqlash uchun korrelyatsion va trend tahlili usullari qo'llanildi. Metodologik yondashuvlar yordamida turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish, investitsiyalarni jalb etish va xizmatlar sifatini oshirish orqali iqtisodiy faollikni kuchaytirishning amaliy mexanizmlari aniqlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakatimizda so'ngi yillarda xizmatlar, xususan, mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatlari sohasining rivojiga alohida e'tibor kuchaymoqda. Bunga sabab, aholi turmush tarzini yaxshilash, yurtimiz turizm salohiyatini oshirish, zamonaviy qishloq va shahar infratuzilmasini shakllantirish, bandlik darajasini oshirish kabi, umumiy holda iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash bo'yicha olib borilayotgan islohotlar samaradorligini oshirishdagi mazkur tarmoqning katta ahamiyatga egaligidir.

Mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishni ekonometrik modellashtirish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar olib borgan xorijiy olimlarning ilmiy ishlarida, bugungi davrda sohani rivojlantirishning ustuvor omillarini 5 ta asosiy komponentini keltirishadi (1-rasm).



1-rasm. Zamonaviy sharoitda mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatini rivojlantirish omillarini aniqlash mexanizmi¹

Haqiqatan, mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatlari xalqimizning ko'p asrlik tajribasi, madaniy-ma'naviy xarakterining yuksalishi asosida rivojlangan, aholi turmush hayotining ajralmas bir qismiga aylangan[1] real voqelikdir. Odatda, Mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishda shaharsozlik infratuzilmasining asosiy omil sifatida olinishi rivojlanishda hududiy jihatdan mehmonxona va umumiy ovqatlanish obyektlarining fazoviy taqsimoti masalasining yuqori darajaga ko'tarilishi bilan izohlanadi. Zamonaviy ekonometrik modellashtirish tadqiqotlarining o'rganilayotgan obyektlari ichida shaharsozlik infratuzilmasi asosiy omil sifatida qaralmoqda.

¹ Muallif ishlanmasi

Mamlakatimizda shaharsozlik infratuzilmasi umumiy ovqatlanish xizmatlarining rivojiga katta ta'sir ko'rsatadi. Shunday bo'lsa-da, mintaqadagi mavjud infratuzilma mehmonxona va umumiy ovqatlanish obyektlarining joylashuviga ko'ra normal taqsimot zichligiga ega emas. Albatta bu bugungi kunda jadallik bilan olib borilayotgan qo'rilish loyihalarida e'tibor qaratilishi joiz bo'lgan muhim jihatdir.

Mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishda hududning raqamli infratuzilmasi asosiy omil sifatida olinishi sohaning istiqboli innovatsion rivojlanish kompleksiga (usullari, vositalari, texnologiyalari va boshq.) tayanishi bilan izohlanadi. raqamli infratuzilma shakllanish jarayonida bo'lib, so'ngi yillarda aholining mobil aloqa va kompyuter vositalari bilan ta'minlanishi, internetga ulanish jarayonining tezlashayotganligi o'sish tendensiyasiga ega bo'lib turibdi. Shunday bo'lsada raqamli xizmat ko'rsatish, onlayn xizmatlarning yo'lga qo'yilish darajasi qoniqarli emas. Shu sababli ham raqamli infratuzilma bo'yicha ko'p yillik statistika mavjud emas. Bu esa jarayonni ekonometrik modellashtirishda yetarlicha muammolarni keltirib chiqarmoqda.

Innovatsion ishlab chiqarishning o'sish dinamikasi mehmonxona va umumiy ovqatlanish subyektlari o'rtasidagi sog'lom raqobatni vujudga keltiruvchi asosiy omil sifatida izohlanadi. Mamlakatimizda xizmatlar sohasida innovatsion ishlab chiqarishning ulushi so'ngi yillarda ortib bormoqda. Milliy tadqiqotlarda bu omilning ta'siri baholanib, modellar tarkibiga kiritilish holatlari ko'p uchraydi. Barcha xizmat turlarida, jumladan mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatida innovatsiyalar bugungi sog'lom raqobatning asosiga aylanib bormoqda.

Mintaqada mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatlari hajmida onlayn xizmatlar ulushi pastligicha qolmoqda. Bunga bir qancha obyektiv va subyektiv sabablarni keltirish mumkin. Jumladan, obyektiv sabablarga aholi turmush faoliyatida raqamli xizmatlardan foydalanish ko'nikmasining yetarli shakllanmaganligi, an'anaviy turmush qoidalariga moslashish darajasining yuqoriligi, onlayn xizmatlarni tashkil etishda sifatli elektron platformalarning mavjud emasligi, raqamli infratuzilmadagi mavjud muammolar va boshqalarni keltirish mumkin bo'lsa, subyektiv sabablarga ishlab chiqarishning ilm-fan yutuqlaridan foydalanish darajasi pastligini, xizmat subyektlarining onlayn xizmatni tashkil etishda zaruriy texnik, texnologik vositalar bilan ta'minlanmaganligi, innovatsion ishlab chiqarishga yetarli miqdorda investitsiyalarning yo'naltirilmaganligi, smart marketing tizimining izchillik bilan samarali tatbiq etilmaganligi va shu kabilarni keltirib o'tishimiz mumkin. Haqiqatan, rivojlangan mamlakatlar tajribasi onlayn xizmat ko'rsatish samaradorligini asoslab turgan bir vaqtda Respublikada, xususan uning tarkibiy mintaqalarida onlayn xizmat sifati, tatbiq etilish samaradorligi ayrim mehmonxona faoliyatini hisobga olmaganda qoniqarsiz deyish mumkin. Vaholanki, bunga mamlakatimizning iqtisodiy va innovatsion salohiyati yetarli bo'lsa ham.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mehmonxona va umumiy ovqatlanish korxonalar faoliyatining kompleks iqtisodiy tahlili uchun ko'rsatkichlarning guruhlangan tizimiga milliy iqtisodiyotni rivojlantirishning raqamlashtirish sharoitida shakllanayotgan yangi ko'rsatkichlarni

kiritish va ularning ilmiy tasniflarini ishlab chiqish kerak.

Mehmonxona va umumiy ovqatlanish xizmatlarida zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, ulardan foydalanish samaradorligini oshirishda iste'molchi va xizmatlar korxonasining innovatsion faoliyatini rag'batlantiruvchi tashkiliy-boshqaruv mexanizmlarni takomillashtirish, xizmatlar elektron platformalarini yaratish va joriy etish dolzarblik kasb etmoqda.

Tarmoqlar bozorini modernizatsiyalashning yangi tamoyillarini ilmiy tavsiflash, marketing tizimiga Smart boshqaruv tizimlarini joriy qilish, tarmoqda onlayn xizmatlar smart marketing tizimining milliy modellarini ishlab chiqish zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. M.T. Aliyeva. Mehmonxona menedjmenti. Darslik. – T.: 2007. -335 b
2. Mirzayev Q.D. va boshq. Umumiy ovqatlanish xizmatlarini tashkil etishning muhim xususiyatlari. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. № 3, 2017. 6 b.
3. Emeljanov S.V. et al. Imitative Modelling of Industrial Enterprises in Management. IFAC Proceedings Volumes. Volume 11, Issue 1, 1978, P. 809-815
4. Jo'rayev F.D. Qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarishni rivojlantirishning istiqboldagi muammolari va ularni ekonometrik modellashtirish. //Iqtisodiyot va ta'lim jurnali. 4-son. Toshkent, 2021 yil.377–385 b
5. Rahimov, Abdihakim. "Mehmonxona va umumiy ovqatlanish korxonalari faoliyatini ekonometrik modellashtirishda zamonaviy uslubiy yondashuvlar." Iqtisodiyot va ta'lim 24.6 (2023): 245-250.
6. Рахимов Абдihakим Мухаммадиевич. (2021). Услуги по проживанию и обслуживанию населения значение эконометрического моделирования в нормативной оценке требований потребителей для улучшения качества отображения. Международный междисциплинарный исследовательский журнал Galaxy , 9 (12), 1043–1048. Получено с
7. Raximov, A. (2022). Aholiga yashash joy va umumiy ovqatlanish xizmatlari rivojida ichki va yondosh tarmoqlarning ta'sirini baholash (Qashqadaryo viloyati misolida). Iqtisodiyot Va ta'lim, 23(4), 397–402.
8. Muhammadiyevich, R. A. (2023). Yashash joy (mehmonxona) va umumiy ovqatlanish xizmatlari ko'rsatishni rivojlantirishda ekonometrik modellashtirishning ahamiyati. barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali, 3(11), 167-171.
9. Rahimov A. Mehmonxona va umumiy ovqatlanish korxonalari faoliyatini ekonometrik modellashtirishda zamonaviy uslubiy yondashuvlar //Iqtisodiyot va ta'lim. – 2023. – T. 24. – №. 6. – C. 245-250.
10. Karimova, S. (2024). Elektron tijorat platformalarini takomillashtirishda virtual ekotizimlarning o'rni. Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari, 4(4), 26-33.