

HUDUDIIY XIZMATLAR BOZORIDA UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION MEXANIZMLARI

G'ofurov Sindor Sardor o'g'li

TKTIYF professor o'qituvchisi

GulDU mustaqil izlanuvchisi

+998981775111

Annotatsiya. Mazkur maqolada hududiy xizmatlar bozorida umumiy ovqatlanish korxonalarini rivojlantirishning innovatsion mexanizmlari ilmiy-nazariy jihatdan tadqiq etiladi. Bugungi kunda xizmatlar sohasining jadal rivojlanishi, aholining iste'mol madaniyati o'zgarishi, raqobat muhitining kuchayishi hamda raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi umumiy ovqatlanish korxonalaridan zamonaviy boshqaruv yondashuvlarini qo'llashni talab etmoqda.

Kalit so'zlar. hududiy xizmatlar bozori, umumiy ovqatlanish korxonalari, innovatsion mexanizm, iqtisodiy samaradorlik, raqobatbardoshlik, xizmat sifati, raqamli texnologiyalar, marketing strategiyasi, iste'molchi talabi, xizmatlar sohasi.

Kirish. Hozirgi davrda xizmatlar sohasi milliy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismlaridan biri sifatida mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida alohida o'rin tutmoqda. Ayniqsa, umumiy ovqatlanish korxonalari aholiga kundalik xizmat ko'rsatish, bandlikni ta'minlash, tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish hamda hududiy iqtisodiy faollikni oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu soha nafaqat oziq-ovqat mahsulotlarini iste'molchiga yetkazish, balki xizmat sifati, mijozlar ehtiyojini qondirish, madaniy hordiq chiqarish va hududiy xizmatlar infratuzilmasini shakllantirish bilan ham bevosita bog'liqdir. Hududiy xizmatlar bozorida umumiy ovqatlanish korxonalarining rivojlanishi ko'p jihatdan bozor talabi, aholi daromadlari, iste'molchilarning didi va ehtiyoji, raqobat muhiti, narx siyosati hamda xizmat ko'rsatish madaniyatiga bog'liq. Shu bilan birga,

zamonaviy sharoitda korxonalarining barqaror faoliyat yuritishi faqat an'anaviy boshqaruv usullari bilan cheklanib qolmasdan, innovatsion yondashuvlarni keng joriy etishni taqozo etmoqda. Jumladan, raqamli buyurtma tizimlari, onlayn to'lov xizmatlari, yetkazib berish platformalari, mijozlar bazasini shakllantirish, elektron marketing, avtomatlashtirilgan hisob-kitob tizimlari va xizmat sifatini monitoring qilish mexanizmlari umumiy ovqatlanish korxonalari samaradorligini oshirishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Umumiy ovqatlanish korxonalarida innovatsion mexanizmlarni joriy etish, avvalo, xizmat ko'rsatish jarayonlarini takomillashtirish, vaqt va resurslar sarfini kamaytirish, mahsulot sifati va xavfsizligini ta'minlash, mijozlar bilan doimiy aloqani yo'lga qo'yish hamda bozordagi raqobat ustunligini mustahkamlash imkonini beradi. Ayniqsa, hududiy darajada faoliyat yuritayotgan kichik va o'rta umumiy ovqatlanish subyektlari uchun innovatsion yondashuvlar iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, yangi xizmat turlarini joriy etish va mahalliy bozor imkoniyatlaridan samarali foydalanishda muhim ahamiyatga ega. Bugungi kunda hududlarda umumiy ovqatlanish korxonalarining soni ortib borayotgan bo'lsa-da, ularning barchasida ham xizmat sifati, boshqaruv samaradorligi, marketing faoliyati, raqamli texnologiyalardan foydalanish va xarajatlarni boshqarish darajasi yetarli emas. Bu esa ushbu sohada innovatsion mexanizmlarni ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish zaruratini kuchaytiradi. Xususan, xizmat ko'rsatish jarayonlarini raqamlashtirish, mijozlar ehtiyojini muntazam tahlil qilish, mahalliy xomashyodan samarali foydalanish, brend yaratish, zamonaviy logistika tizimini yo'lga qo'yish va kadrlar malakasini oshirish umumiy ovqatlanish korxonalarining iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Asosiy qism. Hududiy xizmatlar bozorida umumiy ovqatlanish korxonalarining rivojlanishi aholining real daromadlari, urbanizatsiya jarayonlari, ichki turizm, bandlik darajasi, iste'mol madaniyati hamda raqamli xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari bilan chambarchas bog'liq. Umumiy ovqatlanish korxonalari xizmatlar bozorining eng faol segmentlaridan biri bo'lib, ular nafaqat aholiga oziq-ovqat mahsulotlarini yetkazib berish, balki hududlarda kichik biznesni rivojlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish, mahalliy xomashyo iste'molini kengaytirish va servis madaniyatini oshirishga xizmat qiladi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2025-yilda O'zbekiston Respublikasida ko'rsatilgan bozor

xizmatlari hajmi 1 050,3 trln so‘mni tashkil etib, 2024-yilga nisbatan 14,7 foizga oshgan. Ushbu tarkibda yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi 226,9 trln so‘mga yetib, umumiy xizmatlar tarkibida 21,6 foiz ulushga ega bo‘lgan. Bu esa mazkur xizmat turi mamlakat xizmatlar bozorida yetakchi yo‘nalishlardan biri ekanligini ko‘rsatadi. Yashash va ovqatlanish xizmatlari tarkibida oziq-ovqat va ichimliklar bilan ta‘minlash xizmatlarining ulushi 95,9 foizni tashkil etgani umumiy ovqatlanish korxonalarining xizmatlar sohasidagi iqtisodiy ahamiyatini yanada oshiradi. Shuningdek, 2026-yil 1-yanvar holatiga respublikada umumiy ovqatlanish sohasida 26 390 ta tijorat korxonasi faoliyat yuritgan. 2025-yilda umumiy ovqatlanish korxonalarining savdo aylanmasi 237,6 trln so‘mga yetib, 2024-yilga nisbatan 14,7 foizga oshgan. Bu ko‘rsatkichlar sohada talab barqaror o‘tib borayotganini, ammo raqobat muhitida korxonalar faoliyatini innovatsion yondashuvlar asosida tashkil etish zarurligini ko‘rsatadi.

Hududlar kesimida tahlil qilinganda, 2025-yilda yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi Toshkent shahrida 38,7 trln so‘m, Samarqand viloyatida 26,0 trln so‘m, Namangan viloyatida 23,6 trln so‘m, Farg‘ona viloyatida 22,8 trln so‘m, Qashqadaryo viloyatida 20,0 trln so‘mni tashkil etgan. Sirdaryo viloyatida esa ushbu ko‘rsatkich 4,4 trln so‘m darajasida qayd etilgan. Bu hududlar o‘rtasida xizmatlar bozorining rivojlanish sur‘atlari, iste‘mol bozori hajmi, infratuzilma va tadbirkorlik faolligi bo‘yicha tafovutlar mavjudligini ko‘rsatadi. Umumiy ovqatlanish korxonalarini hududiy darajada rivojlantirishda innovatsion mexanizmlar bir necha yo‘nalishda namoyon bo‘ladi.

Birinchiidan, raqamli buyurtma va yetkazib berish tizimlarini joriy etish mijozlar bilan aloqani tezlashtiradi, xizmat ko‘rsatish vaqtini qisqartiradi va savdo hajmini oshiradi. Mobil ilovalar, Telegram-botlar, QR-menyu, onlayn to‘lov, elektron navbat va avtomatlashtirilgan buyurtma tizimlari bugungi kunda umumiy ovqatlanish korxonalari uchun muhim raqobat vositasiga aylanmoqda.

Ikkinchiidan, mijozlar bilan ishlashning innovatsion marketing mexanizmlari korxona daromadiga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. CRM tizimlari, bonus kartalari, sodiqlik dasturlari, individual chegirmalar, mijoz fikrlarini onlayn tahlil qilish, ijtimoiy tarmoqlarda maqsadli

reklama berish kabi vositalar iste'molchilarni saqlab qolish va takroriy xaridlarni ko'paytirishga xizmat qiladi. Ayniqsa, hududiy bozorlarda mahalliy aholining didi, daromad darajasi va iste'mol odatlarini hisobga olgan marketing strategiyasi yuqori samara beradi.

Uchinchidan, xarajatlarni boshqarish va resurslardan samarali foydalanish umumiy ovqatlanish korxonalarining iqtisodiy samaradorligini oshirishda muhim o'rin tutadi. Ombor hisobini avtomatlashtirish, mahsulotlar harakatini nazorat qilish, chiqindilarni kamaytirish, energiya tejamkor uskunalardan foydalanish, mahalliy yetkazib beruvchilar bilan barqaror hamkorlikni yo'lga qo'yish tannarxni pasaytiradi va rentabellikni oshiradi. Bu, ayniqsa, kichik va o'rta umumiy ovqatlanish subyektlari uchun dolzarb hisoblanadi.

To'rtinchidan, xizmat sifati va kadrlar malakasini oshirish innovatsion rivojlanishning muhim tarkibiy qismidir. Zamonaviy ovqatlanish korxonalarida oshpazlik texnologiyasi, sanitariya-gigiyena talablari, mijozlar bilan muloqot madaniyati, tezkor xizmat ko'rsatish va shikoyatlar bilan ishlash tizimi doimiy takomillashtirib borilishi lozim. Xizmat sifati yuqori bo'lgan korxonalarda mijozlar sodiqligi kuchayadi, ijobiy brend imiji shakllanadi va korxonaning bozordagi raqobatbardoshligi ortadi.

Beshinchidan, hududiy gastronomik brendlarni shakllantirish umumiy ovqatlanish korxonalarini rivojlantirishning istiqbolli innovatsion yo'nalishidir. Har bir hududning milliy taomlari, mahalliy xomashyosi, turistik salohiyati va madaniy an'analaridan kelib chiqib gastronomik xizmatlarni rivojlantirish ichki turizmni rag'batlantiradi. Masalan, Samarqand, Buxoro, Farg'ona vodiysi, Qashqadaryo va Xorazm kabi hududlarda milliy oshxona an'analarini zamonaviy servis bilan uyg'unlashtirish orqali umumiy ovqatlanish korxonalarining daromad bazasini kengaytirish mumkin.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 27-fevraldagi PQ-78-son qarorida xizmatlar sohasini rivojlantirishning asosiy maqsadli ko'rsatkichlari belgilangan bo'lib, xizmatlar hajmini oshirish, yangi xizmat ko'rsatish obyektlarini tashkil etish va sohada bandlikni kengaytirish vazifalari nazarda tutilgan. Ushbu huquqiy asoslar hududlarda

umumiy ovqatlanish korxonalarini qo‘llab-quvvatlash, moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish va xizmatlar bozorida yangi innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun muhim sharoit yaratadi. Umuman olganda, hududiy xizmatlar bozorida umumiy ovqatlanish korxonalarini rivojlantirishning innovatsion mexanizmlari raqamlashtirish, marketingni takomillashtirish, xarajatlarni optimallashtirish, xizmat sifatini oshirish, logistika tizimini yaxshilash va hududiy gastronomik brendlarni shakllantirish orqali amalga oshiriladi. Bu mexanizmlar korxonalarning iqtisodiy samaradorligini oshirish bilan birga, hududiy iqtisodiy faollik, bandlik va aholiga ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatining yaxshilanishiga xizmat qiladi.

Xulosa.

Xulosa qilib aytganda, umumiy ovqatlanish korxonalari hududiy xizmatlar bozorining muhim va tez rivojlanayotgan yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Statistik ma’lumotlar ushbu sohada talab va savdo aylanmasi yildan-yilga oshib borayotganini ko‘rsatmoqda. Shu bilan birga, hududlar o‘rtasida xizmatlar hajmi va rivojlanish darajasi bo‘yicha sezilarli tafovutlar mavjud. Bu esa umumiy ovqatlanish korxonalarini rivojlantirishda har bir hududning iqtisodiy, demografik, turistik va infratuzilmaviy imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda innovatsion yondashuvlarni qo‘llash zarurligini ko‘rsatadi. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, umumiy ovqatlanish korxonalarida raqamli buyurtma tizimlari, onlayn to‘lov, yetkazib berish xizmatlari, CRM texnologiyalari, mijozlar sodiqligi dasturlari, avtomatlashtirilgan hisob-kitob va ombor nazorati tizimlarini joriy etish iqtisodiy samaradorlikni oshirishning muhim omili hisoblanadi. Bundan tashqari, mahalliy xomashyodan samarali foydalanish, energiya tejamkor texnologiyalarni qo‘llash, xizmat ko‘rsatish madaniyatini oshirish hamda hududiy gastronomik brendlarni rivojlantirish korxonalar raqobatbardoshligini kuchaytiradi. Kelgusida umumiy ovqatlanish korxonalarini innovatsion rivojlantirish uchun quyidagi yo‘nalishlarga alohida e’tibor qaratish maqsadga muvofiq: birinchidan, hududiy umumiy ovqatlanish korxonalarining raqamli transformatsiyasini jadallashtirish; ikkinchidan, kichik va o‘rta biznes subyektlari uchun imtiyozli moliyalashtirish va maslahat xizmatlarini kengaytirish;

uchinchidan, xizmat sifati va sanitariya xavfsizligi bo'yicha zamonaviy standartlarni joriy etish; to'rtinchidan, mahalliy taomlar asosida gastronomik turizmni rivojlantirish; beshinchidan, xizmatlar bozorida sog'lom raqobat va iste'molchi manfaatlarini himoya qilish mexanizmlarini kuchaytirish lozim. Shunday qilib, innovatsion mexanizmlarni keng joriy etish hududiy xizmatlar bozorida umumiy ovqatlanish korxonalarining barqaror rivojlanishini ta'minlaydi, ularning iqtisodiy samaradorligini oshiradi va hududlarda tadbirkorlik faolligining kuchayishiga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. "Key indicators of the service sector in the Republic of Uzbekistan". 2025-yil yanvar-dekabr bo'yicha press-reviz. Toshkent, 2026.
2. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. "O'zbekistonda kafe va restoranlar 2025-yilda qancha savdo qildi?" Statistik axborot. Toshkent, 2026.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 27-fevraldagi PQ-78-son "Xizmatlar sohasi barqaror rivojlanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori.
4. Drucker P. F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. New York: Harper & Row, 1985.