

- хуудларнинг инвестицион ресурслари-ни шаклантириш стратегиясини ишлаб чиқиш. Бу борада тўғридан-тўғри инвестицияларни хуудларга жалб қилишда маҳаллий бошқарув органлари инвестицияларни жалб қилиш бўйича хуудларнинг узоқ муддатли инвестиция дастурларини ишлаб чиқишлари ва амалиётга татбиқ этишлари лозим.

Демак, хуудларнинг инвестицион фаолиятини стратегик бошқарувининг муҳим функцияси – хууд инвестицион стратегиясини ишлаб чиқишдан иборат бўлиб, бунда инвестиция фаолият йўлида узоқ муддатли мақсадларни шаклантириш тушинилади ва бунда энг самарали инвестицион фаолиятга эришилиб, натижада хууд аҳолисининг турмуш даражасини оширишга эришилади.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар:

1. Доклад о мировых инвестициях за 2017 год. Издание Организации Объединенных Наций, Женева. 2017.- 46
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги 4947-сонли фармонининг 1-илоvasи «2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси». // Lex.uz.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ш. Мирзиёевнинг Ўзбекистон Республикасининг ривожланиш давлат дастурларини шаклантириш ва молиялаштириш бўйича жорий этилган янги тартиб асосида ишларни ташкил этиш масалаларига бағишланган видеоселектор йиғилишидаги нутқи, 2018 йил, 17 январь
4. Бланк И. А. Управление инвестициями предприятий. – К.: Ника-Центр, Эльга. 2003. – С. - 102.
5. Менежмент ва бизнес асослари (дарслик). С.С.Фуломовнинг умумий таҳрири остида. – Т.: Меҳнат.1997-245 б.
6. Собиров А. Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётига инвестициялар жалб этишни давлат томонидан тартибга солиш механизмларини такомиллаштириш. И.ф.н.илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Т.: ТДИУ. 2009. 12 б.
7. Обидов С.М. Мамлакатимиз реал сектор корхоналарига инвестициялар жалб қилиш ҳолати ва уларни баҳолаш усуллари. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 3, май-июнь, 2017 йил 1 № 3, 2017 www.iqtisodiyot.uz
8. Азимов Ж.М. Усиление механизм стимулирования привлечения иностранных инвестиций в экономику Кыргызской Республики: Дис. канд. экон. наук. – Т.: 2003. – 146 с.
9. Махмудов Э.А. Организационно-экономический механизм привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику Узбекистана: Дис. канд. экон. наук. – Т.: АН РУз, 2005. – 147 с.
10. Насретдинов С.С. Миллий иқтисодиётни модернизациялашда инвестициялардан фойдаланишнинг назарий асослари ва самарадорлигини ошириш йўллари. И.ф.н илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. Тошкент. 2008. 27 б.
11. Ражабов Н. Инвестицион муҳит жозибадорлигини баҳолашнинг илмий-услубий жиҳатлари. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 4, 2020 yil 120 б. 118 4/2020 (№ 00048) <http://iqtisodiyot.tsue.uz> (№ 00048) <http://iqtisodiyot.tsue.uz>
12. Мустафакулов Ш.И. Инвестицион муҳит жозибадорлиги: назария, методология ва амалиёт (Монография). – Тошкент, 2017, 16-17-б.
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ш.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // <http://uza.uz/oz/politics>.
14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 - 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисидаги фармони. (Қонунчилик мағълумотлари миллий базаси, 29.01.2022 й., 06/22/60/0082-сон).
15. Насретдинов С.С. Миллий иқтисодиётни модернизациялашда инвестициялардан фойдаланишнинг назарий асослари ва самарадорлигини ошириш йўллари. И.ф.н илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Тошкент, 2008. 27 б.



РЕСТОРАН ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТАСНИФЛАНИШИ

https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss6/a11

Ибодов Камолiddин Маматқулович - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Аннотация: мақолада ресторан хизматлари соҳасида инновацион жараёнларнинг ўзига хос хусусиятлари ва бугунги тенденциялари ёритилган. Соҳа хусусияти ва ундаги иқтисодий муносабатларни ҳисобга олган ҳолда инновацияларни таснифлаш таклиф қилинган.

Калит сўзлар: ресторан хизматлари, озиқ-овқат инновацияси, молекуляр гастрономия, таом дизайни, машурлар маркетинги, истеъмол аккультурацияси, сенсорли маркетинг, ароматмаркетинг.

КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ

Ибодов Камолiddин Маматкулович -
Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация: в статье описаны особенности и современные тенденции инновационных процессов в сфере ресторанных услуг. Предложены классификация инновации с учетом особенности функционирования и экономические отношения в сфере.

Ключевые слова: ресторанные услуги, пищевые инновации, молекулярная гастрономия, фуд-дизайн, селебрити-маркетинг, аккультурация потребления, сенсорный маркетинг, аромаркетинг.

CLASSIFICATION OF INNOVATIONS IN THE SPHERE OF RESTAURANT SERVICES

Ibodov Kamoliddin Mamatkulovich -
Samarkand Institute of Economics and Service

Abstract: the article describes the features and current trends of innovative processes in the field of restaurant services. A classification of innovation is proposed, taking into account the peculiarities of functioning and economic relations in the sphere.

Key words: restaurant services, food innovations, molecular gastronomy, food design, celebrity marketing, sensory marketing, acculturation, aromamarketing.

Кириш. Ресторан хизматлари соҳасида инновация аввало озиқ-овқат саноати тараққиёти билан ҳам чамбарчас боғлиқ. Аксарият тадқиқотчилар озиқ-овқат соҳасидаги инновациялар аввало янги ёки такомиллашган истеъмол маҳсулотининг яратилиши, ресторанларда янги ускуна ва жиҳозларнинг қўлланилиши, уларнинг техник қуролланиш даражасининг ортиши, янги ташкилий тузилмаларининг пайдо бўлиши билан изоҳлашади. Мамлакатимизда миллий таомлар ресторанларининг техник-технологик имкониятлари бугунги кунда сезиларли даражада эскирган бўлсада, халқаро туристлардан иборат янги истеъмолчилар сегментини жалб қилишда муҳим аҳамиятга эгадир. Шу билан бирга гастрономия тармоғи ривожланган мамлакатларда хизматлар кўрсатишнинг янги техника-технологиялари, қурилмалари, жиҳозлардан фойдаланиш ҳамда таомларни тайёрлашда янги технологик усуллар ва рецептуралардан фойдаланиш, янги технологик линиялар, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш каналлари, ресторан ва барларда залларни жиҳозлаш каби янги технологияларни қўллаш орқали маҳсулотларнинг қарийиб 40% га яқини фойдаланилган ҳолда реализация қилинади[1]. Бу эса мамлакатимизда ҳам ресторан хизматлари соҳасида инновация ва инновацион жараёнларнинг ўзига хос хусусиятларини тадқиқ қилиш заруратини келтириб чиқаради.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Хорижлик олимлардан М.Портернинг илмий асарларида инновациялар анъанавий ёки янги маҳсулотларни тайёрлаш, ишлаб чиқариш ёки тақдим этиш билан боғлиқ бўлган жараёнларнинг янгиланиши, янги техника ва технологиялардан фойдаланиш эканлигига урғу берилган[2]

В.Е.Туватованинг илмий ишларида ресторан хизматлари соҳасида инновацион жараёнлар

инновацион маркетинг технологияларидан кенг қўллаш асосида амалга оширилишини озиқ-овқат инновациясини жорий этишдан иборат эканлиги таъкидлаб ўтилган[3].

И.Г.Смирновнинг илмий тадқиқотларида инновацион фаолиятнинг бозорга киритилган янги ёки такомиллашган товар, технологик жараён ёки ижтимоий хизматларга янгича ёндашув сифатида изоҳланган[4].

Мамлакатимиз олимларидан Ш.Ж.Эргаш-ходжаеванинг илмий тадқиқотларида инновацион жараёнлар товар ва хизматларни силжитишнинг муқобил маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, янги маҳсулотларни яратиш ва бозорга киритиш асосида сегментларни ўзлаштиришнинг ҳали қўлланилмаган усулларида фойдаланиш сифатида изоҳланган[5]

М.Қ. Пардаев[6]нинг илмий асарларида эса, Соҳага оид меъёрий ҳужжатлар ва кўрсатмаларда озиқ-овқат соҳасидаги инновациялар аввало янги ёки такомиллашган истеъмол маҳсулотининг яратилиши, ресторанларда янги ускуна ва жиҳозларнинг қўлланилиши, уларнинг техник қуролланиш даражасининг ортиши, янги ташкилий тузилмаларининг пайдо бўлиши билан изоҳланган[7].

Муаллифнинг илмий-услубий ишлари [8,9,10,11,12,13]да ҳам ресторан хизматлари соҳасининг инновацион салоҳиятини белгилаб берувчи асосий омиллар ва уларни баҳолаш амалиёти ўз аксини бўлиб, инновация сифатида фаолиятнинг истеъмолчилар эҳтиёжлари (ижтимоий, маданий, истеъмол, санитария-гигиеник, event-marketing, event-management ва шу кабилар) ни самаралироқ қондиришга имкон берадиган якуний натижаси (сервис маҳсулоти, технология ёки унинг айрим такомиллашган элементлари, сервис фаолиятининг янгидан ташкил қилиниши ва шу кабилар) эканлигига

урғу берилган. Шу билан бирга илмий адабиётларда инновацияларнинг ресторан хизматлари соҳасига хос мезонлар асосида етарлича таснифланмаган.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқотда индукция ва дедукция, мантиқий таҳлил, таққослаш усулларидан фойдаланилган. Тадқиқот натижаларини умумий яхлит тарзда ифодалаш мақсадида жадвал ва расмлардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Ресторан хизматлари соҳаси бир вақтнинг ўзида ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш, сотиш, истеъмолни ташкил қилиш ва хордиқ чиқариш каби муносабатларни ўз ичига олган мураккаб тизим ҳисобланади. Шу боисдан соҳа хусусиятидан келиб чиққан ҳолда инновацияларни 5 гуруҳга ажратишни таклиф қиламиз (1-расм).

Ресторанларнинг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш жараёнидаги инновациялар менюда таклиф қилинаётган таомларни такомиллаштиришга қаратилади. Мамлакатимиз ресторан хизматлари соҳасида озиқ-овқат инновацияси етарли даражада кенг қўлланилмасадан, халқаро туризмнинг ривожланиши, соҳага инновацияларни жорий этишнинг глобал тенденциялари келгусида ушбу жараёнларнинг янада жадаллашувига олиб келади. Озиқ-овқат инновацияси атамаси асосан маркетинг амалиёти учун хос бўлиб, ресторан хизматлари соҳасида бунини маркетингнинг кенгайтирилган комплекси орқали тушинтирилади.

Анъанавий ёндашувга кўра ресторан маҳсулоти ёки товари таомлар ва ичимликлар ҳисобланади. Ҳар бир ресторан учун таом асосий аҳамиятга эга бўлиб, унинг таннархи ёки менюдаги нархи ўзаро фарқланиши мумкин. Бундай қўшилган қийматни, аввало, ошпазларнинг таом тайёрлашнинг янги технологияларини қўллаши ёки касбий маҳорати, ходимларнинг дизайнерлик ва санъат асари тайёрлаш каби маҳоратлари яратади. Бундан ташқари таомлар рестораннинг жиҳозланишига, меъморий тузилишига, номи ва интерьерларига мос ҳолда бўлиши ҳам мақсадга мувофиқдир.

Озиқ-овқат инновациясига эришиш учун қуйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

- таом ва ичимликларнинг ташқи қиёфасининг янада жозибадор бўлишини таъминлаш орқали янги рецептурани яратиш;

- таом тайёрлаш технологиясини такомиллаштириш;

Бундай йўналишлар ресторан хизматлари соҳасида янги таом турлари ва рецептураларини яратиш, янги технологияларан фойдаланиш орқали мижозларнинг юксалиб бораётган эҳтиёжларини юқори даражада қондиришга қаратилган ҳолда янги таом ва маҳсулот турларини

яратиш, синовдан ўтказиш ва ресторан техника ва жиҳозлари билан самарали ишлаш кўникмаларига эга янги малакали ходимлар (personal) бўлишини талаб этади.

Бу каби инновацияларнинг яққол далили сифатида аралаш турдаги миллий ресторанлар (Лотин Америкаси-Америка, Осиё, Европа-Хитой ва шу қабилар.) ёки илгари умуман бир-бирига мувофиқ деб топилмаган турли қўшимчаларнинг қўлланилишини келтиришимиз мумкин. Ресторан хизматлари соҳасида янги қиймат яратишнинг молекуляр ёндашуви бугунги кун талаби бўлиб, рақобатнинг жадаллашуви ва ресторанларга янги мижозларни жалб қилишнинг замонавий маркетинг амаллари десак муболаға бўлмайди.

Ресторан хизматлари соҳасида озиқ-овқат инновацияси – ресторан мижозларига бутунлай янги сифат, таъм ва озуқавий қийматга эга таом ва ичимликларни тақдим қилиш жараёнидир. Бу каби инновацияларнинг асосий мақсади таомларни тақдим этишда янги таъм ва хизмат кўрсатиш усулларни жорий этиш орқали мижозларни жалб қилиш ҳисобланади.

Таом дизайни (food-design) – ресторан хизматлари соҳасининг замонавий йўналишларидан бири ҳисобланади. Одатда таом дизайни икки йўналишда, яъни таомлар идиши ёки ўрамини дизайни ва ошпазлар санъати йўналишида ривожланиб бормоқда. Хорижий мамлакатларда таом дизайни жуда кенг тушунча бўлиб, биргина таом тайёрлаш ёки уни тақдим қилиш жараёнида дизайнерлар, технологлар ошпазлар, мутахассислар қабиларни кенг жалб қилишга қаратилган маданий-фалсафий фаолият тури ҳисобланади.

Ресторан хизматлари соҳасида инновацион маркетинг технологияларидан бири таомларнинг бежирим безатилиши, яъни *карвинг* – мева ва сабзавотларнинг турли шаклларда кесилиши, тўғралиши; *латте-арт* – кофе ва бошқа ичимликлар, шунингдек таомларга турли тасвирлар тушириш, *фламбирлаш* – тайёр таомни олов ёрдамида куйдириш; *транширлаш* – катта ҳажмда тайёрланган яхлит таомни порцияларга ажратиш, *махсус идишлар* – миллий таомларни махсус идишларда тортиш ва шу қабилар кенг қўлланилиб келинмоқда[2].

Ресторан хизматлари соҳасида инновацион йўналишлардан яна бири фаолиятнинг Европа сифат стандартларига мувофиқлигини таъминлашдир. озиқ-овқат саноати соҳасидаги қонунчилик тамойиллари ва талабларини тасдиқлашга қаратилган бўлиб ЕИ ресторанлари ва озиқ-овқат саноатида тайёрланадиган маҳсулотларнинг сифатини назорат қилиш ва ошириш, уларнинг таркибидаги инсон организмга зарарли таъсир кўрсатиши мумкин бўлган маҳсулот ва қўшимчаларнинг имкон қадар кам бў-

лишига эришишга хизмат қилади[2].

Хизмат кўрсатиш жараёнидаги инновациялар – хизмат кўрсатишнинг янги технологиялари, маркетинг коммуникациялари, IT-технологиялари, талаб ва таклифни виртуал бошқариш кабиларга асосланади. Ресторан хизматлари соҳасида доимий мижозларга бериладиган содиқлик дастурлари ёки шахсий ID-карталари ўз-ўзидан тақдим қилинмайди албатта. Бу карталар келгусида доимий мижозларни CRM-технологиялари асосида саралаб олиш, уларни ижтимоий тармоқлар орқали кузатиш, ресторанинг виртуал ҳамжамиятига қўшиш, буюртмаларини навбатсиз қабул қилиш ва шу кабилар учун хизмат қилади[14].

Бугунги кунда ресторан хизматлар соҳасида ҳам юқори даражали сервис хизмати кўрсатиш масаласи жуда долзарб ҳисобланганлиги боис, бирор маҳсулотни харид қилиш билан бир вақтнинг ўзида унга қўшимча равишда сотиш, етказиб бериш ёки бошқа шу каби хизматларни ҳам харид қиламиз. Айнан бир ассортиментдаги хизмат кўрсатилганда мижозлар аввало энг юқори даражада хизматларни ҳам тақдим этувчи (ғамхўрлик қилиш, сифатли хизмат кўрсатиш, таомларни чиройли идишларда тортилиши ва шу кабилар) ресторанларга ташриф буюришни маъқул кўришади.

Сотиш жараёнидаги инновациялар – ресторан хизматлари соҳасида маркетингнинг инновацион концепциясидан фойдаланиш ва технологияларини жорий этишнинг қуйидаги йўналишларида амалга оширилади:

- янги форматдаги ресторанларини ташкил қилиш ва хизматларни жорий этиш;
- ресторан фаолиятида инновацион маҳсулот ва хизмат турларини кенгайтириш, истеъмол ва озуқавий қиймати юқори бўлган табиий ва бошқа қўшимчалардан кенг фойдаланиш;
- худуд ёки миллий анъаналарга хос бўлмаган замонавий услуб, технология ва хизмат турларидан фойдаланиш;
- реклама, PR-тадбирлари, сотишни рағбатлантиришнинг замонавий усулларида кенг фойдаланиш;
- таом ва ичимликларни тайёрлашнинг янги кулинария технологияларидан фойдаланиш.

Қўшимча мижозларни жалб қилишда ресторан хизматлари соҳасида ижодий ёндашув ҳам муҳим аҳамиятга эга. Айниқса бугунги кунда кенг оммалашиб бораётган “келинг биргаликда пиширамиз” тамойили мижозларга ўз таомларини пиширишлари, сўнгра эса танавул қилиши учун имконият яратиб бериши мумкин. Меҳмонлар овқат тайёрлашда иштирок этишлари ва бу билан завқланишсаларда, ресторан

ходимлари уларга ёрдам беришлари, ишларини ҳамкорликда бажаришлари мумкин бўлади.

Истеъмол жараёнидаги инновациялар. Ресторан хизматлари соҳаси бугунги кунда рўй бераётган демографик ўзгаришларга ҳам тайёр туришлари, келгусида мижозларнинг ҳам хилма-хиллигини таъминлашлари лозим бўлади. Статистик маълумотларга кўра АҚШ ва Европанинг 35% аҳолиси ирқий ва этник гуруҳлардан ташкил топган. 2050 йилда АҚШ ва Европа аҳолисининг 52,8 %и турли ирқий ва этник гуруҳга тааллуқли маҳаллий халқлардан иборат бўлади. Келгусида ресторанлар бутун танлов тизимини қамраб оладиган, тайёрланадиган ёки рағбатлантириладиган оддий мижозлардан иборат бўлмайди. Ёш оилалар, турли жинс вакиллари, ёш болали ёлғиз оналар, мерос мажбуриятларни бажарувчи катта ёшдагилар ва бошқа кўплаб демографик тафовутдаги мижозлар мазкур индустриясига таклиф этилади. Истеъмол таомилларининг ўзгариб бориш фонидан 120 дан ортиқ миллат ва элатлар яшовчи мамлакатимизда истеъмол жараёнидаги инновациялар биринчи йўналишда миллий ошхоналарнинг оммалашуви (кавказ, рус, хитой, корейс, уйғур ошхоналари ва шу кабилар) орқали, иккинчи йўналишда афро-америка, лотин америкаси, осие ва европа субмаданияти йўналишида миллий овқатланиш таомилларининг аралашиб кетиши билан изоҳланувчи истеъмол аккультурацияси (маҳаллий мевалар асосида турли пишириқ ва шарбатлар тайёрлаш, балиқ гўшти, жигар, қўй гўштини хомлигича истеъмол қилиш ва шу кабилар) ҳамда учинчи йўналишда миллий анъана ва аккультурациялашув асосида арзон фаст-фуд, стритфудларга ўтиш рўй бермоқда.

Дам олиш ва хордиқ чиқариш жараёнидаги инновациялар. Сенсорли маркетинг технологияси новербал коммуникация каналлари орқали ўзига хос новербал кодлар, яъни мимика, ҳаракатлар (кинесика), мусиқа ва ёқимли овозлар (вокалика) ҳидлар(ольфактика), турли буюмлар (артефакт), ходимларнинг ташқи қиёфаси (физикатика), таомлардан татиб кўриш мумкинлиги (хаптика), хизмат кўрсатиш вақти (хрономика) кабилар ёрдамида амалга ошди[14]. Шунга мувофиқ, ресторанинг ўзига хос мусиқаси, овқатланиш залининг ёқимли ҳиди, таом ва ичимликлардан татиб кўриш имконияти, хизмат кўрсатувчи ходимларнинг бежирим ташқи қиёфаси орқали хизматларни самарали силжитиш мумкин бўлади.

Таклиф қилинаётган тасниф мезонларини умумлаштирган ҳолда *мижозларга йўналтирилган ва хизмат кўрсатишга йўналтирилган инновациялар* таснифини қўллашимиз мумкин (2-расм).



1-расм. Ресторан хизматлари соҳасида инновацияларнинг таснифланиши

Манба: Муаллиф ишланмаси.

Мижозларга ўйналтирилган инновациялар – янги замонавий технологияларни қўллаш орқали мижозларнинг овқатланиш билан бир вақтда яхши хордиқ чиқаришини таъминлаш, қўшимча қулайлик ва имкониятлар яратишга қаратилади. Бугунги кунда планшетларда муҳассаблаган электрон меню ҳар қандай мижозга исталган буюртмасини бериш, буюртманинг ташқи кўриниши, таркиби, калорияси, сифат кўрсаткичларини, таом ва ичимликларни исталган мезон бўйича танлаши ҳамда якуний ҳисоб-китоб ҳақида тўлиқ ва ишончли маълумотга эга бўлиш имкониятини беради. Буюртмани кутиш жараёнида планшетдан ижтимоий тармоқлар орқали мулоқот қилиш ёки бирор кўнгилочар ўйин ёки кино томоша қилишда фойдаланиш мумкин:

- мобил тўлов терминалларининг мавжудлиги;
 - таом ва хизматларни онлайн-бронлаш тизимларининг мавжудлиги;
 - ресторан залида столларнинг мижоз хоҳиши бўйича жойлаштириш имкониятининг мавжудлиги;
 - содиқлик дастурларининг мавжудлиги.
- Доимий мижозларга махсус имкониятлар берув-

чи телефон рақами ёки махсус рақамга бириктирилган виртуал карталарнинг тақдим этилиши;

- интерактив менюнинг мавжудлиги.

Хулоса ва таклифлар. Бизнинг фикримизча, ресторан хизматлари соҳасида инновацияларни қўллаш ва инновацияларнинг таснифланиш мезонларини таклиф қилиш асосида:

- соҳанинг ўзига хос хусусиятидан келиб чиққан ҳолда инновацияларни таснифлаш мезонларини таклиф қилиш асосида хизматлар рақобатбардошлигини маҳоллаш методологиясини илмий жиҳатдан бойитиш мумкин бўлади;
- хизмат кўрсатишнинг самарали ва сермахсул, кам меҳнат талаб қиладиган усуллари жорий этилади;
- ресторан хизматлари соҳасида силжитишнинг замонавий маркетинг технологиялари, интернет-форум, чатлар, блоглар, флэш-моб ва турли ижтимоий каналлардан фойдаланишни, таниқли шахслари рецепти, ташрифи, танлови асосида таом тайёрлаш ёки хизмат кўрсатишни кенгайтиришга эришилади;
- мамлакатимизда рўй бераётган демографик ўзгаришларни ҳамда мижозларнинг индивидуал хоҳиш-истакларини ҳисобга олган ҳолда турли миллий ошхоналарнинг оммалашуви, миллий анъана ва истеъмол таомиллари аккумуля-

турациясининг жадаллашув тенденцияларини стратегик режалаштириш мумкин бўлади;
– ресторан хизматларини сенсорли маркетинг технологиясини қўллаш асосида новербал

коммуникация каналлари орқали силжитишни такомиллаштириш имконияти ортади.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар:

1. Euromonitor International Restaurant & Catering Services (Global) - Industry Report.
2. Портер, Майкл, Э. Конкуренция.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. – 608 с.
3. Туватова В.Е. Использование средств маркетинга для продвижения ресторанной продукции // Питание и общество. – 2010. – № 11 – С. 6–7.
4. Смирнов И.Г. Логистика в ресторанном бизнесе [Текст] / И.Г. Смирнов // Логистика: проблемы и решения. - 2009. - Ноябрь-декабрь (№ 6). - С. 79.
5. Эргашходжаева Ш.Ж. Инновацион маркетинг. Дарслик. – Тошкент, 2016 й.–142 бет.
6. Пардаев М.Қ., Мамасоатов Т.Х., Пардаев О.М. Модернизация, диверсификация ва инновация – иқтисодий ўсишнинг омили. Монография. – Тошкент: ДУК “Наврўз”, 2014 й.
7. Сборник технологических карт на блюда и кулинарные изделия для заведений ресторанного хозяйства [Текст] / [авт.-сост. А. М. Беляева]. - 2-е изд., испр. – К.: А. С. К.: Издательство-Украина, 2012. - 1247 с.
8. Ibodov K.M. Restoran ishida marketing. Darslik. – Toshkent: "IQTISOD-MOLIYA" nashriyoti, 2022 y.-434 b.
9. Ибодов К.М. Ресторан хизматларининг инновацион салоҳиятини таҳлил қилиш ва баҳолаш услубиятини такомиллаштириш // “Biznes-Эксперт” Иқтисодий илмий-амалий журнали, 2021 йил 1 (157)-сон, 74-79 б.
10. Ибодов К.М. Ресторан хизматларини бошқариш самарадорлигини оширишнинг инновацион усуллари // Actual problems of modern science and innovation in the Central Asian region: collection of articles of the international conference . - Jizzahk, 2020. – 718 pages. 415-423 бб.
11. Ibodov K.M. Analysis of the Factors Influencing the Efficiency of Restaurant Services Using the Method of Hierarchical Analysis. European Scholar Journal, 2(2), 77-81.
12. Ibodov K.M. The State and Development Trends of the Restaurant Services Sector: Case-Study of Samarkand Region. Journal of Marketing and Emerging Economics, 2(5), 42–48.
13. Ибодов К. (2022). Ресторан хизматлари соҳасини тадқиқ этишининг назарий-методологик жиҳатлари. //Iqtisodiyot va ta'lim, 23(4), 327–332. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/603>.
14. Тўраев Х., Турдибеков Х.И., Бердиқулов В., Исломов Ш.М., Ибодов К.М. Меҳмонхона хўжалигида хизматлар сифатини бошқариш. Ўқув қўлланма. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA” нашриёти, 2020 йил. – 382 бет. 249 б.



МАМЛАКАТ ИҚТИСОДИЁТИ ТАРМОҚЛАРИГА ТЎҒРИДАН –ТЎҒРИ ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ ЖАЛБ ЭТИШНИНГ САМАРАЛИ ТАШКИЛ ЭТИШ МАСАЛАЛАРИ

Жамолов Жўрабек Жамолович -
Тошкент давлат иқтисодийёт
университети, докторанти

https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss6/a12

Аннотация: Мақолада Ўзбекистон Республикаси иқтисодиёти тармоқларини ривожлантириш, жаҳон иқтисодиётига интеграциялашувини таъминлаш ва қимматли хомашёни қайта ишлаш асосида тайёр маҳсулот ишлаб чиқарадиган қўшма замонавий ихчам корхоналарни ташкил этиш учун тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни жалб этишининг самарали ташкил этиш масалалари тўғрисида баён этилган.

Калит сўзлар: “очиқ эшиклар” сиёсати, хорижий инвестиция, иқтисодий сиёсат, стратегия, экспорт имконияти, инвестиция фаолияти инвестицион муҳит, инвестицион сифим, инвестицион лойиҳалар, инвестицион жозибadorлик,инвестицион сиёсат

ВОПРОСЫ ЭФФЕКТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Жамолов Джурабек Джамолович -
Ташкентский государственный
экономический университет, докторант

Аннотация: В статье изложены вопросы эффективной организации привлечения прямых иностранных инвестиций для развития отраслей экономики Республики Узбекистан, обеспечения их интеграции в мировую экономику и создания совместных современных компактных предприятий по производству готовой продукции на основе переработки ценного сырья.

Ключевые слова: политика «открытых дверей», иностранные инвестиции, экономическая политика, стратегия, экспортные возможности, инвестиционная активность, инвестиционная среда, инвестиционная емкость, инвестиционные проекты, инвестиционная привлекательность, инвестиционная политика.