

3/2024,
май-
июнь
(№ 00071)



РЕСТОРАН ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ - ПОСТИНДУСТРИАЛ ЖАМИЯТНИ ШАКЛАНТИРИШНИНГ МУҲИМ ОМИЛИ СИФАТИДА

Мухаммедов Мурод Мухамадиевич

*Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, и.ф.д.
Самарқанд, Ўзбекистон*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3328-7453>

Ибодов Камолиддин Маматқулович

доцент, PhD. Самарқанд, Ўзбекистон

E-mail: kamail_uz@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6554-2087>

DOI: https://doi.org/10.55439/EIT/vol12_iss3/i26

Аннотация

Мақолада хизматлар соҳаси ривожланишининг постиндустриал жамиятга хос жиҳатлари ёритилган, ресторан хизматлари овқатланишни ташкил этиш билан боғлиқ хизматлар кўрсатишда сервис муҳити, такомиллашган меню, таомларнинг янгича ёки такомиллаштирилган тежамкор рецептурасининг қўлланилиши каби постиндустриал жамиятга хос тенденцияларни ҳам ўзида акс эттиришини ҳисобга олиб умумий овқатланиш соҳасининг ресторан хизматлари соҳасига трансформациялашувига олиб келиши, “Молекуляр ошхона” концепциясининг жадаллашувини таъминлаб бериши ҳамда яшил иқтисодиёт ва бизнес-кейтеринг тизимини янада кенгайтириши мумкинлиги илмий асослаб берилган.

Калит сўзлар: постиндустриал жамият, яшил иқтисодиёт, ресторан хизматлари, истеъмол нафлилиги, истеъмол таомиллари, истеъмол аккультурациялашуви, таом рецептураси, меню, молекуляр ошхона.

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ - КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Мухаммедов Мурод Мухамадиевич

профессор Самаркандского института экономики и сервиса, д.э.н. Самарканд, Узбекистан

Ибодов Камолиддин Маматқулович

доцент, PhD. Самарканд, Узбекистан

Аннотация

В статье освещаются постиндустриальный характер развития сферы услуг, характерные тенденции ресторанных услуг для постиндустриального общества такие как сервисный ландшафт, улучшение меню, совершенствование рецептуры блюд, научно обосновано

ускорение и дальнейшее расширение концепции “молекулярной кухни”, зеленой экономики и кейтеринг-бизнес в сфере ресторанных услуг.

Ключевые слова: постиндустриальное общество, зеленая экономика, ресторанные услуги, потребительская ценность, потребительская поведения, аккультурация потребления, рецептура блюд, меню, молекулярная кухня.

THE DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT SERVICES INDUSTRY IS AN IMPORTANT FACTOR IN THE FORMATION OF A POST-INDUSTRIAL SOCIETY

Muhammedov Murod Mukhamadievich

Professor, Samarkand Institute of Economics and Service, Samarkand, Uzbekistan

Ibodov Kamoliddin Mamatkulovich

PhD. Samarkand, Uzbekistan.

Abstract

The article highlights the post-industrial nature of the development of the service sector, the characteristic trends of restaurant services for a post-industrial society such as the service landscape, improving menus, improving recipes, scientifically justified acceleration and further expansion of the concept of “molecular cuisine”, green economy and catering business in the field of restaurant services.

Keywords: post-industrial society, green economy, restaurant services, consumer value, consumer behavior, consumption acculturation, recipe of dishes, menu, molecular cuisine.

Кириш

Ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг ҳозирги босқичида хизматлар соҳасининг аҳамияти йилдан-йилга ошиб бормоқда ва постиндустриал жамиятни шакллантиришнинг омиллардан бирига айланиб бормоқда. Жаҳон иқтисодиётининг соҳалар бўйича таркибида туб ўзгаришлар содир бўлди. Агар, 1990 йилда яратилган ЯИМнинг таркибида хизматларнинг улуши 20% ни, 1950 йилда 34,1%ни, 2010 йилда 59,6 ни ташкил этган бўлса, 2024 йилга келиб, у 65,1% га тенг бўлди[1]. Ушбу жараёнлар бир вақтнинг ўзида ахборот технологиялари тараққиёти билан уйғунлашиб индустриал тараққиёт босқичининг “сервис иқтисодиёти”га алмашинуви билан ҳам изоҳланмоқда. Сўнгги йилларда хизматлар соҳасининг истиқболли тармоғи сифатида ресторан хизматларини жадал ривожлантиришга эътибор тобора кучайиб бормоқда. Мамлакатимиз олимлари томонидан ресторан хизматлари соҳасини муҳим тадқиқот объекти сифатида кенг тадқиқ қилинмоқда, бу тараққиёт стратегияси”[2] да белгиланган мақсадларга эришишда ресторан хизматларининг роли ва аҳамияти юқориликдан далолат беради.

Мавзу бўйича адабиётлар таҳлили

Хизматлар соҳасининг жадал суръатлар билан ривожланиш сабаблари, унинг натижасида иқтисодиётдаги содир бўлган таркибий ўзгаришлар моҳиятини ёритиб беришга қаратилган концепциялар хорижлик олимлардан Ж.Фурастье, А.Фишер ва К.Кларкларнинг илмий тадқиқотларида батафсил баён қилинган. Муаллифлар томонидан иқтисодиёт тармоқларининг “...бирламчи (қишлоқ хўжалиги, чорвачилик, балиқчилик, ўрмон хўжалиги, овчилик ва тоғ-кон саноати), иккиламчи (қайта ишлаш тармоқлари, қурилиш ва моддий ишлаб чиқариш) ва учламчи (транспорт, алоқа, савдо

ва хизматлар кўрсатиш) соҳаларига ажратилиш ғояси”[3] илгари сурилган. Мазкур тадқиқотларда хизматлар соҳасининг жадал суръатлар билан ривожланиши жамият аъзолари даромадларининг ўсиши билан изоҳланиб, “...аҳоли даромадларининг ўсиши билан талабнинг асосий қисми меҳнат ресурсларининг пропорцияси ва соҳада бандлигига қарамасдан бирламчи соҳадан иккиламчи ва учламчи соҳага кўчиши” баён қилинган.

К.Хаксевер, Б.Рендер, Р.Рассел ва Р.Мердикларнинг фикрича хизматлар соҳаси ривожланишининг асосий сабаблари сифатида “...қишлоқ хўжалиги ва саноат ишлаб чиқаришида самарадорликнинг ўсиши ишчи кучининг бир қисмини хизмат кўрсатишга бўшатиб бериши, сўнгра хизматлар соҳасига кўчиши, халқаро савдода нисбий афзалликлардан самарали фойдаланиш, аҳоли жон бошига тўғри келадиган даромаднинг ўсиши, ишлаб чиқаришга ҳамроҳ ва алоқадор бўлган хизмат турлари сони, ҳажми ва улушининг ўсиши”[4] ни кўрсатиб ўтишган.

Ўзбекистонлик олимлардан А.А.Ваҳобов ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг постиндустриал босқичига ўтганлигини “...ишлаб чиқаришнинг янги сифат ва технологик натижадор шаклларда қайта ташкил этиш фаолиятнинг тамомила янги тармоқлари ва турларининг қарор топиши”[5] билан изоҳлайди. Унинг фикрига кўра, “...бугунги рақамли иқтисодиёт, ахборотлашган жамият ва ахборотлар соҳасида биз кўриб турган жараёнлар аслида постиндустриал жамиятдир. Бу жамият индустриал жамиятга хос бўлган, деҳқон, фермер, инжинер, балиқчи, чорвадор, хазиначи, солиқчи каби касбларнинг такомиллашувини ҳам талаб этмоқда. Уларнинг ўрнини юқори малакали интеллектуал шахслардан таркиб топган мутахассислар эгалламоқда”.

Биз амалга оширган илмий тадқиқот ҳам хизматлар соҳаси ривожланишининг постиндустриал жамиятга хос хусусиятлари ёритилган бўлиб, кишиларнинг реал даромадлари ортиши билан хизматлар соҳаси жадал суръатлар билан юксалиши, истеъмол таркибида хизматлар улушининг ортиб боришига олиб келиши, шу тарзда кишиларнинг реал даромадлари ошиб борган сайин, уларнинг ўз истеъмол саватини такомиллаштиришга, унинг таркибида сифатли, замонавий маҳсулотларни кўпайтиришга интилиш кучайиб бориши асослаб берилган. Жумладан, М.М.Мухаммедовнинг фикрига кўра, “...даромадларнинг харид имкониятини янада ошириш, хизматлар соҳасини янада юксалтиришга қаратилган ижтимоий-маданий ва иқтисодий муҳит жамият тараққиётининг кейинги босқичи – постиндустриал жамиятга хосдир”[6].

Тадқиқот методикаси

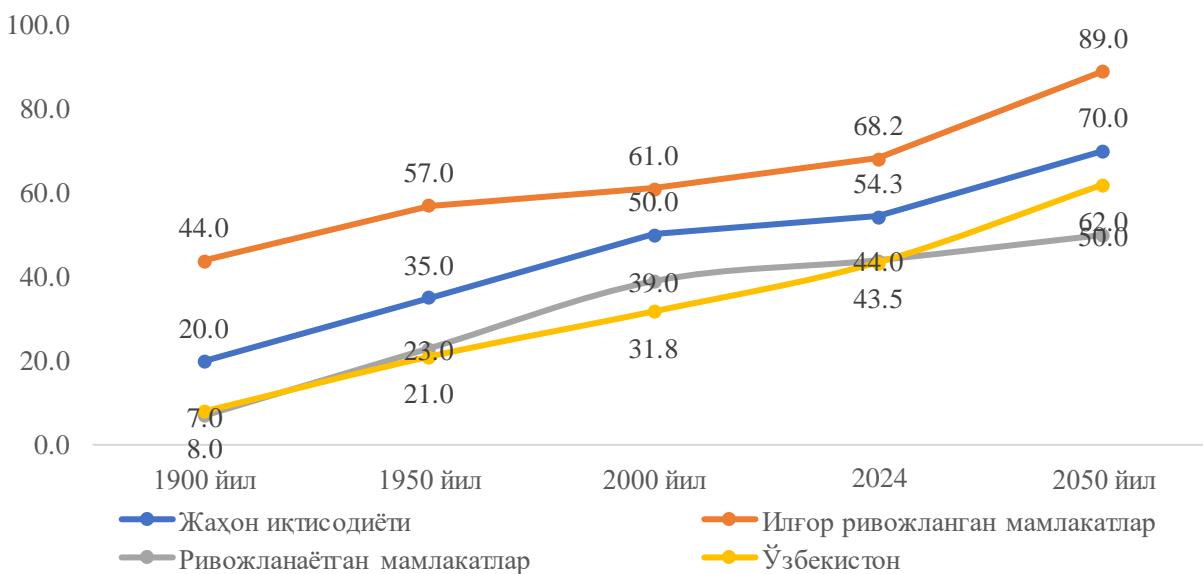
Тадқиқот давомида индукция ва дедукция, гуруҳлаш, мантиқий таҳлил усуллардан фойдаланилган. Тадқиқот натижаларини умумий яхлит тарзда ифодалаш мақсадида жадвал ва расмлардан фойдаланилган. Тадқиқотнинг илмий фаразлари H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , гипотезалар орқали очиб берилган.

Таҳлиллар ва натижалар

Техник жиҳатдан илғор жамият саноат ривожининг муайян босқичига етиб борганида ўзининг куч-қувватини товарлар ишлаб чиқариш соҳасидан олиб, хизмат кўрсатиш соҳасига сарфлай бошлайди. Даромадларнинг кўпайиши баробарида харидорлар нархларга борган сари камроқ эътибор беради ва юқорироқ сифатни талаб қилади. Истеъмолчининг асосий “...моддий эҳтиёжларини қаноатлантиригандан

кейин унинг бошқа нозикроқ, турфа ҳилроқ ва ўта шахсий эҳтиёжларини қондириш учун борган сари кўпроқ иқтисодий куч-қувват сарф қилинади. Бундай эҳтиёжларини қондиришда хизматлар соҳасининг ўрни беқиёсдир”[7]. Иккиламчи эҳтиёжларнинг забт этилиши инсонларнинг чекланмаган миқдордаги ҳис этиб бўлмайдиган эҳтиёжларни қондиришга зарурат сезаётганлигидан далолат беради. Демак, жамият иккиламчи эҳтиёж (нуфуз, билим олиш, мартаба, эътиқод, маданият, севиш, жамоага интилиш ва аъзо бўлиш, таълим хизматлари, соғлиқни сақлаш, маданий-маърифий тадбирлар, туризм, спорт-соғломлаштириш кабилар)нинг қондирилишини истар экан, бу хизматлар соҳасининг ривожланишига тўртки беради.

H_1 – иқтисодий тараққиётнинг постиндустриал босқичга ўтиши миллий иқтисодиётда хизматлар кўрсатиш улушининг сезиларли даражада устунликка эга бўлишига олиб келади. Жаҳоннинг илғор ривожланган мамлакатларида замонавий техника ва технологиянинг жадал суръатлар билан ривожланиши, меҳнат унумдорлигининг ортиши билан хизматлар соҳаси мунтазам равишда миллий иқтисодиётнинг асосий улушини эгаллаб бормоқда. Натижада меҳнатга лаёқатли аҳолининг бир қисми қишлоқ хўжалиги, саноат ва бошқа соҳалардан хизматлар соҳасига йўналади. Хизматлар соҳаси ривожланган мамлакатларда “...хизматлар соҳасида банд аҳоли улуши 70% дан ортиқ бўлиб, меҳнатнинг сервис шакли ва товар шаклининг нисбати 2,41 га, ривожланаётган мамлакатларда эса 0,76 га тенг” [8]. Таҳлил қиладиган бўлсак, “...жаҳон бўйича хизматлар соҳаси кейинги 50 йилда ўртача 14,3 %, ривожланган мамлакатларда 13,8 % ва ривожланаётган мамлакатлар ўртача 15,75 % ва ундан кўпроқ ўсган” [9]. 2012 - 2024 йилларда оммавий ва хусусий хизматлар кўрсатиш АҚШ, Канада, Европа ва Осиёнинг айрим давлатларида ЯММ 60-80 % ини ташкил этди, кшбу мамлакатларда хизматлар соҳасида банд аҳоли сони қолган тармоқларда банд аҳоли сонидан биргаликда олганда ҳам устунлик қилади. Мамлакатимизда ҳам хизматлар соҳаси жадал суръатлар билан ривожланмоқда (1-расм). “...2024 йилда хизматлар соҳасининг улуши 2000 йилга нисбатан 31,8% дан 43,4% га ўсди”[10].



1-расм. Жаҳон иқтисодиётида хизматлар соҳасининг ўсиб бориши

Манба: Муаллифлар томонидан ишлаб чиқилган.

Замонавий юсак ривожланган индустриал, постиндустриал ва ахборотлашган жамият сари интилаётган мамлакатнинг замонавий тараққиёт босқичи, иқтисодиётни технологик ва таркибий қайта қуришнинг тугалланганлик даражаси, янги аралаш шаклдаги жамиятга мос иқтисодий, ижтимоий ва сиёсий механизмларнинг шаклланиши ўзаро бир-бири билан уйғунлашиб, бир-бирини тўлдириб бориши тобора муҳим аҳамият касб этмоқда.

H₂ – иқтисодий тараққиётнинг постиндустриал босқичга ўтиши умумий овқатланиш соҳасининг ресторан хизматлари соҳасига трансформациялашувига олиб келади.

Ресторан хизматлари туризм ва меҳмондорчилик индустриясининг ажралмаси қисми ва миллий иқтисодиётнинг истиқболли йўналишларидан бири ҳисобланади. Ресторан хизматлари таом истеъмолчини ташкил қилиш, шунингдек овқатланиш жараёни билан боғлиқ ҳолда дам олиш ва хордиқ чиқариш каби комплекси хизматлар мажмуидан иборат. Мазкур соҳанинг асосий вазифаси инсонларни сифатли овқатлантириш, балки уларнинг турлича истеъмол таомилларига асосланиб қўшимча хизматлар таклиф қилиш, қўшимча буюртма бериш негизида истеъмол нафлигини оширишга ҳам қаратилгандир. Ресторанлар олдида .мижозларни жалб қилишнинг ижтимоий-психологик масалалари турибди, бу ўз навбатида янги таом турларини яратиш, хизмат турларини кенгайтириш меню жозибдорлигини оширишдан кўра нозикроқ воситадир. Ресторан хизматларининг постиндустриал характери “...мижозлар учун ўзига хос “шоу”лар яратишни, мижозларнинг ноёб индивидаул истеъмол таомилларига кўра хизмат кўрсатишни ташкил қилишни, уларнинг ортиқча маблағ сарфлаш орқали қўшимча буюртма беришга мойиллиги”[11] юқори эканлигини ҳисобга олиб максимал нафлиликка эришишига кўмаклашиш керакки, мижозлар бунинг учун такрорий ташриф буюришга ва ортиқча маблағ тўлашга ҳар томонлама тайёрдир.

Кейинги йилларда мамлакатимизда ҳам ресторан бизнеси жадал ривожланиб бораётганлигига гувоҳ бўлишимиз мумкин. Бу аввало таом ва хизматларнинг сифат даражасининг ортишида, хизмат кўрсатишга инновацион жараёнларни кенг татбиқ этишида ҳамда аҳолининг тежамкор хулқ-атвори” шаклланаётганлиги билан ҳам боғлиқдир.

Ресторан хизматлари соҳасида постиндустриал жамиятга хос бўлган трансформациялашув омилларини қуйидагилар орқали кўришимиз мумкин:

1. *Соғлом турмуш тарзи ва соғлом овқатланишга бўлган талабнинг ортиб бориши.* Ушбу тенденция инсонларнинг озиқ-овқат маҳсулотларига бўлган эҳтиёжларини тезда қондириш ва шу билан бирга соғлиқ учун зарарли таъсири энг кам бўлган маҳсулотлардан фойдаланиш заруратининг долзарблашуви билан боғлиқ.

2. *Истеъмол аккультурациялашув.* Бугунги кунда дунё бўйлаб миллий ресторан концепциялари ёки “...овқат тайёрлаш ва истеъмол қилиш анъаналарнинг кенг кўламли диффузияси Лотин Америкаси, Европа, Осиё халқлари ошхоналарининг оммалашуви”[12], овқатланиш жараёнини юқори натижадор ташкилий-технологик шаклларда ташкил қилинишига зарурат сезмоқда. Сўнги йилларда мамлакатимизда япон ва корейс ошхоналарига бўлган қизиқиш тобора ортиб бормоқда. Мазкур ресторанлар асосан ўртача нарх сегментига мўлжалланган бўлиб, ресторан ва барларнинг уйғунлашувига кенг урғу берилган. Шу билан бирга юнон ошхонаси

амалиётига ҳам қизиқиш ортиб бормоқда. Мамлакатимиз амалиётида ҳам умумий овқатланиш хизматлари кўрсатишда туризмнинг ажралмас қисми сифатида аксарият хорижий туристларга ва бошқа ҳудуд вакиллари учун овқатланишни ташкил қилишга кенг ихтисослашганлигини кузатишимиз мумкин. Бу ўз навбатида маҳаллий туристлар ва аҳолининг истеъмол таомилини қисман чеклайди. Айнан ушбу жараёни умумий овқатланишнинг ресторан формати орқалигина амалга ошириш мумкин бўлади.

3. *Органик истеъмол маданиятининг шаклланиши.* Бугунги кунда жаҳонда “...биодинамик озиқ-овқат маҳсулотлари бозорининг ҳажми йилига 25-30 млрд.АҚШ долларини ташкил этади”[13]. Биодинамик ва органик маҳсулотлар бозори анъанавий озиқ-овқат маҳсулотлари бозорига нисбатан жадал суръатлар билан ўсиб йиллик ўсиш суръати ўртача 12,2 фоизни, “...ўсиш суръати бошқа маҳсулот турларига нисбатан 5 маротабадан ортиқроқни ташкил қилмоқда”[14]. Бу ўз навбатида Ўзбекистонда ҳам “органик истемол маданиятини” шакллантиришда ресторан хизматлари соҳасининг муҳим ўрни ва аҳамиятга эга эканлигини англатади.

Н₃ – иқтисодий тараққиётнинг постиндустриал босқичга ўтиши “Молекуляр ошхона” концепциясининг жадаллашуви таъминлаб беради.

5. *“Молекуляр ошхона” концепциясининг жадаллашуви.* Бугунги кунда ресторан бизнеси таом тайёрлаш ёки уни тақдим қилиш жараёнида дизайнерлар, технолог-ошпазлар, мутахассисларни кенг жалб қилишга қаратилган маданий-фалсафий фаолият тури сифатида намоён бўлмоқда. Миждознинг истеъмол таомиллари, диди ва харид афзалликларига йўналтирилган иқтисодий фаолият даромадни оширишнинг муҳим манбаига айланиб бормоқда (1-жадвал).

1-жадвал

Таом тайёрлаш ёки уни тақдим қилиш жараёнида гастронимик инновацияларни қўллашнинг йўналишлари

<i>Йўналишлар</i>	<i>Хусусияти</i>
Молекуляр ошхона ёки молекуляр гастронимия	Молекуляр ошхона таом тайёрлаш жараёнинг физик-кимёвий хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда жозибадор гастронимия тажрибасини тақдим этишга қаратилган. Бунда асосий диққат-этибор кимёвий жараёнлар таъсирида маҳсулотларнинг ташқи озуқавий қийматини пасайтирмаган кимёвий ҳолда ташқи кўринишини сақлаб қолишга қаратилади. Маҳсулотлар таркиби суюқ азот, юқори ҳарорат, кислород муҳитида ўзгартирилади.
Фудпейринг	Озиқ-овқат маҳсулотларини ўзаро аралаштириш ёки тайёрлаш жараёнида ўзаро янги таъм, ҳид ва озуқавий қиймат ҳосил қилишига эришиш ҳисобланади. Бунда асосий таом ва унинг таъми ва ҳидини янада жозибадор қилиш учун қўшимча маҳсулотларни уйғунлаштириш кўзда тутилади
Ферментация	Истеъмол аккултурациялашуви натижасида миллий ошхоналар тажрибалари ҳам тобора оммалашиб таом тайёрлаш жараёнида органик маҳсулотларни турли озуқавий бактериялар, замбуруғлар таъсирида ферментлаш, ачитиш ва парчалаш асосида озуқавий қийматини ошириш, миллий ресторанларда мева-сабзавотларни кимчи ва кацуобуси услубида гўшти пишириш мода тусига кириб бормоқда
Криоконцентрация	Озиқ-овқат маҳсулотларини музлатиш йўли билан тайёрлаш бўлиб, озуқавий қиймати жиҳатидан юқори баҳоланади. Маҳсулотларни

<i>Йўналишлар</i>	<i>Хусусияти</i>
	ҳаво оқими ёрдамида совутиш, сўнгра таркибидаги сувни центрифуга ёрдамида ажратиб олиш орқали табиий оқсилларни сақлаб қолиш соғлом овқатланиш услубидаги ресторанларнинг асосий даромад манбаига айланган
Текстуризация	Озиқ-овқат саноати ва таом тайёрлашда агароза, натрий альгинат, геллан, ксантан каби турли эмульгаторлар ва стабилизатор ўрнини тобора табиий ҳисобланган турли қўшимчалар эгаллаб бормоқда. Масалан, зайтун мойи порошоги, топинамбур бўтқаси, қатиқ кристалли, сельдерей гели кабилар таомларга ўзгача дизайн, таъм ва текстура беради
Антигриль (anti-griddle)	Озиқ-овқат маҳсулотларини совуқ (-34,44°C) ҳароратда тайёрлаш технологияси бўлиб, турли соуслар, бўтқа, қиём, паштет, шоколад, музқаймоқ ва турли тортларни тайёрлашда кенг қўлланилмоқда
Дудлаш	Маҳсулотларни ўтинда пишириш, ярим тайёр ва тайёр таомларни ўтин тутуни ёрдамида дудлаш (smokinggun) ўзига хос таъм ва ҳидга эга бўлиши билан ажралиб туради. Айниқса, гўшт ва балиқ маҳсулотларини дудлаш, ёғоч идишларда тузлаш ёки ёғоч идишларда пишириш ресторанларнинг ноёб тажрибасига айланиб бормоқда

Манба. Муаллифлар томонидан ишлаб чиқилган.

Юқорида кўриб ўтилган таом тайёрлаш технологиялари шунчаки ошпазлар ёрдамида амалга оширилмайди, балки “...унда юқори малакали физика, кимё, биология, ахборот технологиялари соҳаси мутахассисларининг ҳам иштироки ўта муҳимдир”[15]. Демак, постиндустриал жамият аъзолари учун таом ва ичимликларнинг нафақат утилитар (қорин тўйдириш) функцияси, балки озуқавий қиймати, тайёрлаш технологияси, дизайни ва ташқи кўриниши ўта муҳимдир. Моҳиятан бугунги кунда ошхоналарни янги таъм ва озуқавий қиймат яратувчи таом лабораториясига, ошпазлик касбини таом тайёрлашнинг инновацион техника ва технологияларини яратувчи илмий ходимлар сифатида тасаввур қилишимиз мумкин.

Н₄ – иқтисодий тараққиётнинг постиндустриал босқичга ўтиши яшил иқтисодиёт ва бизнес-кейтеринг тизимини кенгайтиради.

Жаҳоннинг илғор ривожланган мамлакатларида “яшил иқтисодиёт” ривожланиши ҳисобига “органик”, “биоорганик”, “биодинамик”, ва “экомаҳсулот”лардан кўпроқ фойдаланиш[16], атроф-муҳитга чиқиндиларни камайтириш ва озиқ-овқат маҳсулотлари исрофгарчилигини камайтиришда бизнес-кейтеринг муҳим рол ўйнамоқда. Биргина “...Германияда умумий овқатланиш ва озиқ-овқат саноати йилига 12,4 млн. мижозга хизмат қилади, шундан 1,6 млн. нафари бизнес-кейтеринг асосида тушлик ташкил қилишга тўғри келган”[17]. Жаҳон миқёсида 2023 йилда ресторанлар томонидан таом етказиб бериш каналлари динамикаси 61% га ошган. Бугунги истеъмолчи “уйдан ташқарида” овқатланиш, таом буюртма қилишга тобора мослашиб бориш билан бир қаторда ортиқча сарфларни камайтиришни, индивидуал хоҳиш-истаклар негизида таом тайёрлаш асосида истеъмол қимматдорлигини нисбатан паст нархларда амалга оширишга алоҳида урғу беришмоқда”[18]. Бу борада ресторанларда таом рецептураси таркибини, таом

тақдим этиш воситаларини ва менюни замонавий талаблар асосида трансформациялаштириш лозим деб ҳисоблаймиз (2-жадвал).

2-жадвал

Ресторанларда таом рецептураси таркибини, таом тақдим этиш воситаларини ва менюни замонавий талаблар асосида трансформациялаштириш

Йўналишлар		Амалиётга доир тавсиялар	Иқтисодий самараси
Таом рецептураси таркибини такомиллаштириш	Таом рецептурасидаги айрим маҳсулотларни экологик ва ижтимоий жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда алмаштириш Энергетик қиймати ўта юқори бўлган маҳсулотларни нисбатан паст бўлган маҳсулотларга алмаштириш	Пахта мойини кунгабоқар мойига алмаштириш, қўй ва мол гўшти сарфини камайтириш, парранда гўштини кўпайтириш, табиий мева-	истеъмолини қисман камайтириш орқали сабзавотлар билан бойитиш, ўртача чек даражасини сақлаб қолиш имконини беради
Идиш-тавоқларни ўзгартириш	Экологик тоза идиш-тавоқлардан фойдаланиш, сиғими ва ҳажмини камайтириш	Юқори сифатли дизайн ва ташқи кўринишга эга бўлган бир маротабалик идишларга ўтиш	Идиш-тавоқларни ювиш, тозалаш ва алмаштириш харажатларини тежаш имконини беради
Янги таом рецептурасини яратиш	Таркибида мева-сабзавотлар кўп бўлган таомлар рецептурасини ишлаб чиқиш	Турли музлатилган, мева-сабзавотлар, салатлар улушини ошириш	Таомларнинг парҳезлик хусусиятини ошириш орқали соғлом овқатланишни ташкил қилиш имконини беради
Менюни такомиллаштириш	Менюда озуқавий қиймати юқори бўлган таомлар частотасини камайтириш орқали тез ҳазм бўладиган таомларни кўпайтириш	Миллий таомларни ҳафтанинг маълум кунда тайёрлашни йўлга қўйиш	Уйдан ташқарида овқатланишни кенгайтириш имконини беради

Манба. Муаллифлар томонидан ишлаб чиқилган.

Хулоса

Мамлакатимизда ҳам миллий ошхоналарнинг тежамкор, лекин тўйимли ва соғлом овқатланиш тамойилларига ўтиб бораётганлиги аҳолининг “ўйдан ташқарида” овқатланиш тенденциясини кучайтирди.

– хизматлар соҳаси ривожланишининг постиндустриал характери овқатланиш билан боғлиқ хизматлар кўрсатишнинг ресторан хизматлари соҳасига трансформациялашувига олиб келади;

– ресторан хизматлари соҳасининг иқтисодий имкониятларини янада ошириш, “яшил иқтисодиёт”га ўтиш орқали овқатланиш рецептураси ва менюсини соғлом овқатланиш йўналишида тубдан такомиллаштириш зарурати мавжуд.

– озиқ-овқат саноати ва қишлоқ хўжалиги товар ишлаб чиқарувчилари билан ҳамкорликда “даладан-дастурхонгача” тамойилига асосланган HoReCa сегментини ривожлантириш мақсадга мувофиқ. HoReCa тизими ресторанларда таннарх харажатларини 20% гача пасайтириш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Jalava, Jukka. (2015). Production, Primary, Secondary, and Tertiary: Finnish Growth and Structural Change, 1860–2004.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 11 сентябрдаги “Ўзбекистон - 2030” стратегияси тўғрисида”ги ПФ-158-сон Фармони.

3. Белякова В. А. Основные положения теории постиндустриального общества // Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2012. №8. <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-polozheniya-teorii-postindustrialnogo-obschestva>.

4. Хаксевер, К. Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. С. Рассел, Р. Г. Мердик. – 2-е изд., – СПб. : Питер, 2002. – 75 с.

5. Воҳобов А.В. “Бозор муносабатларига ўтиш босқичидаги кўп укладли иқтисодиёт ва унинг такроран ҳосил бўлиши”. Монография. Т.: Тошкент, “Молия”, 2002. –289 бет.

6. М.Мухаммедов. Хизмат кўрсатиш соҳасининг мамалакат ижтимоий-иқтисодий тараққиётидаги ўрни (назарий жиҳат). Сервис илмий-оммабоп журнали. 2012 йил, №1-сон. 15-21 бб.

7. Тоффлер Э. Третья волна: Пер. с англ./Э. Тоффлер. –М.:ООО Издательство АСТ, 2004. -С.117.

8. Бабаев А.П. Материальное производство и сфера услуг в современной экономике // ЭВР. 2017. №1 (51). <https://cyberleninka.ru/article/n/materialnoe-proizvodstvo-i-sfera-uslug-v-sovremennoy-ekonomike>

9. Ибодов К.М., Банк хизматлари рақобатбардошлигининг маркетинг тадқиқотлари: Монография.; - Тошкент “Наврўз” нашриёти, 2016 йил.-156 бет.

10. <https://ru.theglobaleconomy.com> –Business and economic data for 200 countries.

11. Э. Тоффлер. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. – 557. ISBN 5-17-010706-4

12. Ибодов, К. (2023). Ресторан хизматларини ривожлантириш - аҳоли турмуш сифатини ошириш йўналишларидан бири сифатида. Economics and Innovative

Technologies, 11(5), 374–381. https://doi.org/10.55439/EIT/vol11_iss5/a40.
<https://iqtisodiyot.tsue.uz/journal/index.php/iit/article/view/413>

13. Полушкина Т.М., Акимова Ю.А. Перспективы развития органического сельского хозяйства в России // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2.

14. Anvarova, M., Kungratov, I. (2023). Foreign experiences in the development of the digital education system. Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi talabalar nigohida, 1(1), 731-733.

15.

16. Organic Food Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024-2029). <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/organic-food-and-beverages-market>

17. Соломина И.Ю. Репрезентации инноваций в ресторанном бизнесе как фактор развития экономики впечатлений // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т.13. №2. С. 66-78. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10206.

18. Кострова Юлия Борисовна. Исследование мотивов потребления органических продуктов // Вестник Московского университета имени С.Ю.Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2021. №3 (38).

19. Speck, M., Wagner, L., Buchborn, F. et al. How public catering accelerates sustainability: a German case study. Sustain Sci 17, 2287–2299 (2022). <https://doi.org/10.1007/s11625-022-01183-2>

20. Ибодов, К. (2023). Хизмат кўрсатишнинг самарали ташкилий-технологик шакллари негизда ресторан хизматлари рақобатбардошлигини ошириш масалалари. *IQTISODIYOT va TA'LIM*, 24(1), 517–521. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/987>