



ДУНЁДА БРЕНД ОСТИДА ФАОЛИЯТ ЮРИТАЁТГАН ЙИРИК ОВҚАТЛАНИШ ТАРМОҒИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Каланова Мохигул Бахритдиновна

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

ORCID: 0000-003-1857-0020

Kalanova_moxigul@mail.ru

Аннотация. Ушбу мақолада овқатланиш соҳасида йирик овқатланиш корхоналарининг кўпайиши ўта муҳим аҳамиятга эга эканлигига эътибор қаратилган. Айнан овқатланиш соҳасида ҳам йирик ишлаб чиқариш корхоналари пайдо бўлаётганлиги янги иш ўринлари билан бир қаторда янги хизмат турларини пайдо бўлишига сабаб бўлмоқда. Бундай йирик ишлаб чиқариш корхоналари фаолияти чет мамлакатларда жуда ривожланган бўлиб, мақолада ушбу йирик овқатланиш корхоналарини ўрганиш мамлакатимизда ушбу соҳадаги йирик корхоналар фаолиятини қай даражада эканлигини англашимизга асос бўлиб хизмат қилади.

Калит сўзлар: йирик овқатланиш корхоналари, корхона брендлари, овқатланиш тармоқлари, “McDonald’s” тармоғи, “KFC” тармоғи, “Burger King” тармоғи, “Додо Пицца” тармоғи.

УНИКАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КРУПНЫХ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, РАБОТАЮЩИХ ПОД БРЕНДОМ

Каланова Мохигуль Бахтидиновна

Самаркандский Институт Экономики и Сервиса

Аннотация. В этой статье подчеркивается значительная важность увеличения числа крупных предприятий общественного питания в пищевом секторе. Появление крупных производственных предприятий в сфере общественного питания ведет не только к созданию новых рабочих мест, но и к внедрению новых видов услуг. Такие крупные производственные предприятия высоко развиты в зарубежных странах, и изучение этих крупных предприятий общественного питания поможет нам понять масштабы деятельности таких предприятий в нашей стране.

Ключевые слова: крупные предприятия общественного питания, корпоративные бренды, сети общественного питания, сеть McDonald's, сеть KFC, сеть Burger King, сеть Dodo Pizza.

UNIQUE FEATURES OF LARGE FOOD SERVICE NETWORKS OPERATING UNDER A BRAND

Kalanova Mohigul Bakhtidinovna
Samarkand Institute of Economics and Service

Abstract. *This article emphasizes the significant importance of the increasing number of large food service enterprises in the food sector. The emergence of large manufacturing enterprises in the food service sector is leading not only to the creation of new jobs but also to the introduction of new types of services. Such large manufacturing enterprises are highly developed in foreign countries, and the study of these large food service enterprises will help us understand the extent of operations of such enterprises in our country.*

Keywords: *large food service enterprises, enterprise brands, food service networks, McDonald's network, KFC network, Burger King network, Dodo Pizza network.*

Кириш.

Янги Ўзбекистон иқтисодиётининг жадал ривожланишининг таъминлашнинг муҳим йўналишларидан бири, хизмат кўрсатиш соҳасида овқатланиш хизматлари сифатини янада яхшилаш овқатланиш хизматларини ривожлантиришда ҳамда аҳоли турмуш даражасини яхшилашда муҳим ҳисобланади. Бу борада Республикамиз Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг “Хизматлар соҳасини ривожлантиришга оид қўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги (Қарор, 2022) қарори иқтисодиётимизни чуқур девирсификация қилиш, рақамли хизматлар соҳасини ривожлантириш ҳамда хизмат кўрсатиш ва овқатланиш соҳасида янги хизматларни жорий этишда асос бўлиб хизмат қилади. Сўнгги йилларда овқатланиш хизматида йирик тизим яъни, овқатланиш тармоқларни ривожланаётганини кўришимиз мумкин.

Овқатланиш хизматларини кўрсатишда йирик овқатланиш корхоналарининг кўпайиши ўта муҳим аҳамиятга эга. Айнан овқатланиш соҳасида ҳам йирик ишлаб чиқариш корхоналари пайдо бўла бошлади. Хусусан, бундай йирик ишлаб чиқариш корхоналари фаолияти чет мамлакатларда жуда ривожланган, ушбу йирик овқатланиш корхоналарини ўрганиш мамлакатимизда ушбу соҳадаги йирик овқатланиш корхоналари фаолиятини жорий этиш учун зарурдир.

Адабиётлар шарҳи.

Ўзбекистон иқтисодиётининг жадал ривожланишини таъминлашнинг муҳим асосларидан бири бўлган хизмат кўрсатишни янада ривожлантириш ва унинг алоҳида олинган соҳаларига устуворлик бериш муҳим ҳисобланади (Ходиев, Беркинов, ва Кравченко, 2007). Хизматлар соҳасини ривожлантиришга янгича ёндашувларни жорий этиш сифатли алоқа ва интернет хизматлари қамровини, шунингдек, “Электрон ҳукумат” тизими хизматларидан фойдаланиш (Мирзиёев, 2022) айниқса, овқатланиш хизматларининг ривожланишида янги имкониятларни очиб берилиши соҳанинг иқтисодий самарадорлигини ошириб боришда жуда муҳимдир (Пардаев, Исроилов, 2007). Умумий овқатланиш хизматларини янги замонавий рақамли технологиялар (Каланова, 2021) асосида истиқболли ривожлантиришнинг зарурати, умумий овқатланиш корхоналарида юқори даромад ва фойда олишнинг муҳим гаровидир (Мирзаев, Равшанов, 2017). Республикамизда умумий овқатланиш хизматларини амалга оширувчи субъектларнинг бир неча турлари фаолият юритади (Иватов, 1998). Бундай овқатланиш хизматларини ташкил этишда аҳолининг жинси, ёши, профессионаллик гуруҳи учун алоҳида овқатланиш хизматлари маданиятини талаб этадиган табақалаштириш ва тизимлаштиришнинг йўлга қўйилиши (Шумпетер, 1982), истеъмол

хусусиятларининг бойитилишини ва харид имкониятларини оширишни ва шу билан бирга соҳа рақобатдардошлигини оширишга хизмат қилади (Сиддиқов, 2022).

Тадқиқот методологияси.

Тадқиқот жараёнида мантиқий ёндашув, кузатиш, маълумотларни йиғиш, умумлаштириш, таққослаш, маҳаллий ва хорижий олимларнинг овқатланиш соҳасидаги фаолиятидаги иқтисодий қарашлари, соҳадаги муаммолар ва уларнинг ечимлари бўйича изланишлари ҳамда соҳага доир қонуний ва меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар ўрганилиб, хулоса ва таклифлар ишлаб чиқилди.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Чет мамлакатларда йирик овқатланиш соҳасида ишлаб чиқариш бирлашмалари кўринишидаги мажмуалар бутун бир тармоқни ёки кичик тармоқларни қамраган. Шу сабабли бу соҳада ишлаб чиқаришнинг технологик, хом ашё базаси ёки жараёнлар кетма-кетлик тамойиллари асосида шаклланган. Йирик овқатланиш корхоналари тармоқларига бир корхонанинг бир қанча филиалларининг турли хил жойларда фаолият юритиши ҳисобланади. Бундай йирик овқатланиш корхоналари АҚШ, Россия, Франция, Буюк Британия, Италия каби мамлакатларда ривожланган. Бундай йирик овқатланиш (ресторанлар) тармоқлари бутун дунё бўйлаб ўз фаолиятини йўлга қўйган. Буларга “McDonald’s”, “KFC”, “Burger King”, “Chik-fil-A”, “Chipotle”, “Додо Пицца”, “Five Guys”, “Espresso House” каби ўз брендларига эга йирик овқатланиш тармоқлари киради. Ҳусусан, АҚШнинг “McDonald’s” тез таомланиш ресторанлари сўнгги йилларда ҳам йирик ресторанлар тармоғининг энг етакчиси ҳисобланди (1-жадвал).

1-жадвал

АҚШ “McDonald’s” корхонасининг молиявий кўрсаткичлари
млрд. доллари миқдорида^{31 32 33}

№	Кўрсаткичлар	Йиллар					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Айланмаси	25,41	24,62	22,82	21,03	21,36	19,20
2.	Ресторанлари сони, минг	36,53	36,90	37,24	37,86	38,69	39,19

АҚШдаги “McDonald’s” йирик тармоғи савдо айланмаси 2015 йилда 25,41 млрд долларни, 2016 йилда 24,62 млрд долларни, 2017 йилда 22,82 млрд долларни, 2018 йилда 21,03 млрд долларни, 2019 йилда 21,36 млрд долларни ҳамда 2020 йилда эса 19,20 млрд долларни ташкил этди.

Хатто ушбу йирик овқатланиш тармоғи бозор иқтисодиётига кириб келган бошқа йирик бренд остида фаолият юритаётган корхоналарнинг купайишига қарамасдан бугунги кунда энг етакчидир.

“McDonald’s” овқатланиш тармоғи кириб бормаган мамлакатлар деярли қолмади. Бу йирик корхона фаолиятдан охири беш йил мобайнида Буюк Британия, Италия, Полша каби давлатлар рекорд даражада фойдаланишмоқда.

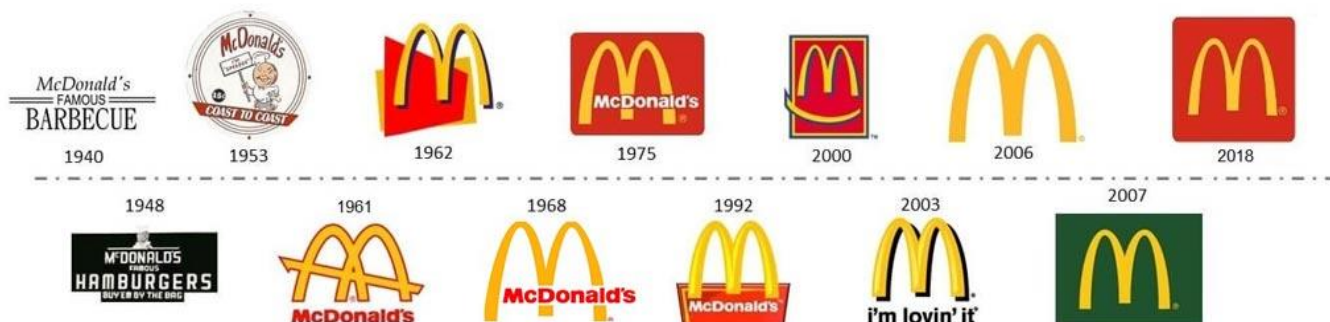
Сўнгги йилларда “McDonald’s” йирик овқатланиш тармоғи каби бир қанча йирик корхоналар ўз фаолиятини бошлаб, сезиларли даражада ривожланди. Ушбу McDonald’s ресторанларига рақобатчи корхоналар пайдо бўлиб, ўз истеъмолчиларига эга бўла бошлади. Айнан АҚШ аҳолиси “McDonald’s” маҳсулотларига рақобатчи йирик корхоналар “Burger King” бургерларини, “Chik-fil-A” товукли сендвичларини, “Chipotle”

³¹ Annual Report 2018 on SEC Filing Form 10-K (англ). McDonald’s Corporation (22 February 2019). Дата обращения: 26 сентября 2019.

³² Annual Report 2019 on SEC Filing Form 10-K (англ).

³³ Annual Report 2020 on SEC Filing Form 10-K (англ).

бурикторларини ҳаридорлари кескин оша бошладилар. Лекин бу “McDonald’s” компанияси йирик овқатланиш тармоқлари фаолиятида рейтинги бўйича биринчи ҳисобланади. 2018 йил маълумотларига кўра, “McDonald’s” ресторанлар тармоғининг дунё бўйлаб 152 та мамлакатда 37855 та тармоғи мавжуд бўлиб, жами айланмаси 86,13 млрд долларни ташкил этган³⁴. “McDonald’s” компанияси фаолиятини бошлаганидан буён қуйидаги брендлар асосида фаолият юритмоқда (1-расм).



1-расм. “McDonald’s” компаниясининг брендлари ³⁵

“McDonald’s” ресторанлар тармоғидан кейин тармоғининг ривожланиши бўйича иккинчи ўринда турувчи “KFC” ресторанлар тармоғидир. “KFC” ресторанлар тармоғи ҳам сўнгги йилларда жадал ривожланиб бормоқда. Маълумотларга кўра, 2018 йилда, “KFC” ресторанлар тармоғининг дунё бўйлаб 136 та мамлакатда 22621 та тармоғи фаолият юритга³⁶. “KFC” ресторанлар тармоғининг фаолияти давридаги брендларини ўзгарганини қуйидаги расмда кўришимиз мумкин (2-расм).



2-расм. “KFC” ресторанлар тармоғининг брендлари³⁷

Бундан ташқари Россиянинг “Додо Пицца” ресторанлари тармоғи ҳамда “Five Guys” тармоқлари, Германиянинг “Espresso House” тармоқлари ҳам етакчи йирик ресторан тармоғларидандир.

Россиянинг “Додо Пицца” тармоғи европа бозорида етказиб бериш хизмати бўйича етакчи корхоналардан бири ҳисобланади. Бугунги кунда бу корхона қуйидаги халқаро бренд асосида фаолият юритмоқда (3-расм).

³⁴ Материал из Википедии — свободной энциклопедии (перенаправлено с «McDonalds»)

³⁵ <https://lingvo-skype.com/>

³⁶ <http://m.zamin.uz>

³⁷ <https://www.google.com/>



3-расм. “Додо Пицца” ресторанлар тармоғи бренди³⁸

“McDonald’s” компаниясининг энг кучли рақобатчиси ҳисобланган “Burger King” корхонаси ҳам жуда йирик корхонадир. 2018 йилда бу корхона тармоғининг дунё бўйлаб 100 га яқин мамлакатларда 34500 та тармоғи фаолият юритган³⁹. Бу корхона фаолияти даврида куйидаги брендлар асосида фаолият юритган (4-расм).



4-расм. “Burger King” компанияси брендлари⁴⁰

Мижозларга маззали ва ёқимли лаҳзаларни улашишда корхона бренди унинг фаолиятига таъсир этганлиги сабабли, юқорида келтириб ўтилган йирик овқатланиш корхоналари брендлари ўз ўрнига эга.

Хулоса ва таклифлар.

Хулоса қилиб айтганда, бундай йирик овқатланиш корхоналари дунёнинг энг ривожланган йирик тармоққа эга бўлган 10 талигидан жой олган корхоналаридир. Юқорида келтирилган йирик овқатланиш тармоқлари, яъни тез овқатланиш тармоқлари ўзларининг хизмат кўрсатиш жараёнларида тезкор, қулай, ишончли ҳамда сифатли амалга ошириши натижасида ўз корхоналарининг тармоқларида сезиларли даражада иқтисодий ўсишига мувофақ бўлишди. Сабаби бундай корхона тармоқлари аллақачон электрон савдо тизимини йўлга қўйиши билан бир қаторда савдо автоматларида профессионал хизматларни истеъмолчиларга тақдим этишаётган эди. Шу боис, бу корхоналарни ўз ўрнини сақлаб қолишида корхона фаолиятида электрон савдонинг ўрни жуда катта аҳамиятга эга бўлди.

Ҳозирги вақтда бундай йирик овқатланиш корхоналари тармоғи дунё бўйлаб ўз фаолиятини давом эттириши билан биргаликда, овқатланиш хизматидаги янги хизмат турини ҳам мамлакатларга тақдим этишмоқда. Ҳусусан, тез овқатланиш корхоналари глобал тармоғи савдо автоматларида ўз фаолиятини кўрсатишмоқда. Мамлакатимизда ҳам бундай корхоналар ўз фаолиятини бошлаган. Эндиликда республикамизнинг энг ривожланган савдо мажмуаларининг овқатланиш залларида юқоридаги йирик

³⁸ Ўша ерда.

³⁹ <https://www.tadviser.ru>

⁴⁰ <https://www.google.com/>

овқатланиш корхоналари брендлари остида фаолият юритаётган савдо шахобчаларига кўзимиз тушмоқда. Бироқ, мамлакатимизда бундай йирик овқатланиш тармоғи ҳали мавжуд эмас. Шу боис сохани ривожлантиришда овқатланиш корхоналарининг фаолиятида овқатланиш тармоғини, савдо автоматларини ҳамда электрон савдони қўллаш орқали мижозларни жалб қилиш ва уларга хизмат кўрсатишнинг янги даражасига кўтарилишига корхонанинг истеъмолчиларини харажатларини камайтирадиган замонавий бизнес усулларини жорий қилиш орқали ўз тадбиркорлигининг самарадорлигини ошириш имконини беради.

Адабиётлар/Литература/Reference:

Каланова М. (2021) *Issues of increasing the efficiency of services provided in public catering enterprises in conditions of the digital economy. Philosophical Readings, XIII (4), 563-582.* <http://doi.org/10.5281-zenoda.5018206>.

Иватов И. (1998) *Ресторанное хозяйство в туристической сфере. Учебное пособие.* - Т.: ТГЭУ, -131 с.

Қарор (2022) *Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори, 27.01.2022 йилдаги ПҚ-104-сон.* <https://lex.uz/docs/5840284>.

Мирзаев Қ.Д., Равшанов З.И. (2017) *Умумий овқатланиш хизматларини ташкил этишнинг муҳим хусусиятлари. "Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. № 3, май-июнь.*

Пардаев М.Қ., Исроилов Ж.И. (2007) *Хусусий корхоналар фаолияти таҳлилининг назарий ва методологик муаммолари, (Монография) –Т.: Фан ва технология, -163 б.*

Сиддиков А.А. (2022) *Умумий овқатланиш корхоналари инновацион стратегиясини ишлаб чиқишнинг услубий жиҳатлари. "Экономика и социум" №6 (97)-2. -659 б.*

Ходиев Б., Беркинов Б., Кравченко А. (2007) *Бизнес қийматини баҳолаш. –Т.: Иқтисод-молия, -254 б.*

Шумпетер Й. (1982) *Теория экономического развития. – М.: Мысль, с. 159.*