

ИННОВАЦИИ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И ПРЕПЯТСТВИЯ

Курбанова Малика Ахмад кизи

Докторант Каршинский государственный университет.

malika.qurbonova.1504@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10863495>

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatda innovatsiyalarni amalga oshirishga to'sqinlik qiluvchi yoki ularni tahlil qilish natijasida hamda turizm sohasida va mehmonlarda umumiy ovqatlanish xizmatlari sifatini oshirishni joriy etishning afzalliklarini o'rganadi.

Аннотация. В данной статье исследуется диагностика препятствий, препятствующих или препятствующих внедрению инноваций и преимуществ их внедрения в повышении качества услуг общественного питания в сфере туризма и гостиниц.

Абстрактный. В данном государстве исследуется диагностика препятствий, препятствующих или препятствующих внедрению инноваций и преимуществ их внедрений в повышении качества услуг общественного питания в сфере туризма и гостей.

Введение. Инновации являются одним из важных факторов повышения конкурентоспособности предприятий. В эпоху глобализации и сильной рыночной конкуренции это приобретает все большее значение в связи с непрерывным ростом требований клиентов и потребителей. По мнению исследователей, среди предприятий, наиболее пострадавших от кризиса, вызванного пандемией, оказались компании туристического сектора, а именно туристические агентства, компании по размещению, пассажирские перевозки и предприятия общественного питания. В целях ускоренного развития туризма как важной отрасли экономики страны проводятся обширные научные исследования, направленные на радикальное совершенствование управления туристической сетью, ее продвижение на основе стандартов мирового рынка, организацию качественного общественного питания в сфере туризма и их более инновационная разработка.

Материалы и методы исследования. Инновации являются движущей силой развития компаний с учетом новых аспектов, улучшающих процессы компании [Szymanska, 2021]. Термин «инновация» имеет междисциплинарный характер в зависимости от принятой исследовательской точки зрения [Карвалью и Коста, стр. 23-33]. Термин «инновация» происходит от латинского слова «innovare», которое



переводится как «сделать что-то новое» [Zawawi et al., 2016] или «innovatio» [Pałka-Lebek and Brambert, 2018]. Говоря простым языком, инновация означает нечто новое, отличное от текущих и ранее использовавшихся решений и существующей ситуации [Обер, 2022]. Т. Когбаев и А. Мазиляускас [2017] используют этот термин для описания «экономического воздействия технологических изменений как использования новых комбинаций существующих производственных сил для решения бизнес-задач». Инновация определяется, в том числе в документах и публикациях Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), как «новый или значительно улучшенный продукт (продукт или услуга) или процесс, новый метод маркетинга или экономическая практика, организация рабочего места». или окружающая среда – новый организационный метод в отношении с [Руководство Осло, 2018]. Это определение также принято в данном исследовании.

Видно, что проведенные на сегодняшний день исследования связаны с классификацией инновационных направлений в туризме, а также с масштабами и воздействием инноваций, при этом особое внимание уделяется детерминантам и источникам инновационных идей. Рекомендации по классификации различных форм инноваций были разработаны авторами международных исследований, проведенных Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в соответствии с рекомендациями Осло [2005 и 2018].

Анализ и результаты. Общественное питание – сложная деятельность, включающая в себя производство, продажу и обслуживание, а иногда и развлечения, направленную на приготовление и последующую реализацию кулинарной продукции для потребления, а также создание условий для ее потребления. Предприятиями общественного питания являются предприятия, направленные на организацию потребления предлагаемой продукции, прежде всего в местах продаж (а также за пределами предприятия) и оказание других услуг для удовлетворения потребностей в сфере развлечений, отдыха и психического оздоровления. Следует отметить, что услуги общественного питания являются одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Однако это рынок, который очень чувствителен к любым изменениям внешней среды, в том числе к кризисным ситуациям. В результате пандемии на сеть общественного питания было наложено множество ограничений, а возможности ее бизнеса существенно ограничились.



Компаниям, работающим в отрасли, пришлось принять радикальные меры, чтобы продолжить свою деятельность и выжить в этой сложной ситуации. Инновации стали для предпринимателей необходимостью, а не выбором.

Сфера общественного питания в нашей стране разнообразна как по характеру, качеству, так и по формам собственности. В основном это индивидуальные предприниматели, но есть и глобальные корпорации [июль 2022 г.]. Систематизация предприятий общественного питания, используемая Главным статистическим управлением [ГУС, 2023] и принятая в исследовательской работе, выделяет следующие категории: рестораны, бары, столовые и точки общественного питания. Рестораны – это заведения общественного питания с полным спектром услуг, в которых представлено разнообразное меню и напитки, а также основные варианты питания и развлечений. возможно самообслуживание (блюда, закуски).

Большинство предприятий общественного питания в Узбекистане являются частными (почти 99%). По мнению М. Сидоркевича и А. Токарза [2011], на спрос на услуги общественного питания в основном влияет благосостояние населения страны.

По состоянию на 1 февраля 2024 года количество коммерческих предприятий, работающих в сфере общественного питания, составляет 25 294, из них крупных предприятий – 80, а количества малых и микропредприятий – 25 214.

Инновации в сфере общественного питания могут принести ряд преимуществ, в том числе:

- удовлетворенность клиентов, повышение эффективности и прибыльности.
- Вводя новые и креативные позиции в меню, предприятия общественного питания могут привлечь более широкий круг клиентов и сохранить больше существующих.
- Инновации в операциях и технологиях также могут оптимизировать процессы и снизить затраты, что в долгосрочной перспективе приведет к повышению прибыльности.

В то же время существуют и барьеры для инноваций на предприятиях общественного питания. К ним относятся:



- сопротивление изменениям со стороны сотрудников или руководства, опасения по поводу стоимости и времени, необходимых для реализации новых идей;
- включает недостаток знаний или опыта работы с новыми технологиями или тенденциями;
- могут существовать нормативные барьеры или отраслевые нормы, ограничивающие возможности предприятий пищевой промышленности экспериментировать с новыми идеями.

В заключение можно сказать, что для преодоления барьеров предприятия общественного питания могут предпринять активные шаги по повышению культуры инноваций в своих организациях. Это включает в себя поощрение сотрудников делиться своими идеями и предложениями, инвестирование в программы обучения и развития для развития навыков в области новых технологий, а также поиск партнерских отношений или сотрудничества с внешними экспертами или организациями. Активно ища и внедряя инновации, предприятия общественного питания могут опережать конкурентов и обеспечивать свой успех в быстро развивающейся отрасли.

Использованная литература:

1. Э. Шиманская, А. Черпак, Й. Мануэль «Инновации на предприятиях общественного питания: преимущества и барьеры» DOI: 10.24427/az-2023-0057
2. Абреу М., Родригес Х.С., Сильва А., Эспартейро Гарсиа Дж. (2023), Промышленность и инновации в регионе Альто-Мира, оценка эффективности региона, Инженерный менеджмент в производстве и услугах, 15 (2), стр. 72-82.
3. Альдао К., Бласко Д., Поч Эспальргас М. (2022), Уроки COVID-19 для будущего: управление кризисными ситуациями в дестинациях, поведение туристов и тенденции туристической индустрии, Journal of Tourism Futures, 2 (4), стр. 1-15
4. Stat.uz «Розничный и оптовый товарооборот в Республике Узбекистан»<https://stat.uz/images/uploads/reliz2024/ichkisavdopresreliz202401uz.pdf>
5. Х.Мухитдинов, М.Курбонова «Перспективы развития общественного питания в сфере туризма и гостиниц» Агронаука-2023г.<https://unilibrary.uz/articles/468679>
6. Курбанова – дочь Малики Ахмед. (2023). Прогнозирование развития сферы быта и общественного питания в целом. академические



исследования в современной науке, 2 (21), 79–85.<https://doi.org/10.5281/zenodo.8385997>

7. Мухитдинов Худаяр Суюнович, дочь Гурбановой Малики Ахмад. (2023). Перспективы развития общественного питания в туризме и гостиницах. теоретические аспекты формирования педагогических наук, 2(17), 119–128.<https://doi.org/10.5281/zenodo.8386015>

8. Курбанова, М. (2023). Совершенствование механизмов развития гостиничных услуг и общественного питания. Наука и технологии в современном мире, 2(20), 59–68. извлечено имя существительное <https://inacademy.uz/index.php/zdift/article/view/20847>

9. Ergash o'g'li, Qodirov Farrux. "Stoks Formulasi. Sirt Integrallari Tadbiqlari/Ijtimoiy fanlarda innovasiya onlayn ilmiy jurnali." (2022): 15.

10. Ergash o'g'li, Qodirov Farrux. "O'zgaruvchilari ajralgan va ajraladigan differensial tenglamalar/Barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali." (2022): 20.

11. Qodirov, Farrux, and Muxlisa Mavlonova. "TA'LIM TIZIMINI RAQAMLASHTIRISHNING XORIJ TAJRIBASI VA UNI O'ZBEKISTONDA QO'LLASH USULLARI." Наука и технология в современном мире 3.2 (2024): 72-74.

12. Tulqin o'g'li, Usmonov Maxsud, and Qodirov Farrux Ergash o'g'li. "SONLI QATORLAR.(MUSBAT HADLI QATORLARNING YAQINLASHISH TEOREMALARI. LEYBNIS TEOREMASI, ABSOLYUT VA SHARTLI YAQINLASHISH.) 2022/2/17." TA'LIM VA RIVOJLANISH TAHLILI ONLAYN ILMIY JURNALI страницы: 137-151.

13. Ergash o'g'li, Qodirov Farrux. "Sonli qatorlar.(musbat hadli qatorlarning yaqinlashish teoremalari. leybnis teoremasi, absolyut va shartli yaqinlashish.) 2022/2/17." Ta'lim va rivojlanish tahlili onlayn ilmiy jurnali страницы: 137-151.

