UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARI FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ILG‘OR XORIJ TAJRIBALARI

Eshniyozov Burxon Dilmurot o‘g‘li
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
Mustaqil izlanuvchisi
Tel.: +99890 313 61 14
E-mail: eshniyozovburkhanbek98@gmail.com

Annotasiya*. Maqolada umumiy ovqatlanish korxonalari faoliyati samaradorligini oshirishning ilg‘or xorij tajribalari tahlil qilinib, ularni O‘zbekiston sharoitida qo‘llash imkoniyatlari baholangan. Mavzuning dolzarbligi mamlakatda yashash va ovqatlanish xizmatlari bozor xizmatlari tarkibida eng yirik ulushga ega bo‘lgani holda, sohada norasmiy faoliyat ulushi yuqori, soliq tushumlarining soha hajmiga nisbati esa bir foizdan past ekani bilan izohlanadi. Tadqiqotda AQSh, Yevropa Ittifoqi, Xitoy, Janubiy Koreya, Braziliya va Fransiya tajribalari qiyosiy tahlil, kontent-tahlil, ko‘p mezonli baholash va ssenariy modellashtirish usullari orqali o‘rganilgan. Natijalarga ko‘ra, xorij tajribalari to‘rt guruhga - fiskal shaffoflik, axborot va sifat, operatsion boshqaruv hamda resurs tejamkorligi vositalariga ajratildi. Koreyada naqd pul cheklari tizimi va kredit karta imtiyozlari natijasida kartalar bilan to‘lovlarning xususiy iste’moldagi ulushi 1999-yildagi 14,7 foizdan 2010-yilda 57,0 foizga oshgan, oziq-ovqat chiqindilarini qayta ishlash darajasi 97 foizdan oshgan. Ko‘p mezonli baholash O‘zbekiston uchun eng mos vositalar onlayn kassa va chek lotereyasi (4,60 ball), gigiyena reyting kartalari (4,20) va onlayn reyting platformalari (3,95) ekanini, restoranlar uchun QQS stavkasini pasaytirish esa eng kam samarali (2,40) ekanini ko‘rsatdi. Ssenariy hisob-kitoblariga ko‘ra, qayd etilgan tushumning 21 foizga oshishi soliq tushumlarini yiliga qariyb 0,36 trln so‘mga ko‘paytirishi mumkin. Shu asosda xorij tajribasini bosqichma-bosqich joriy etish bo‘yicha to‘rt bosqichli yo‘l xaritasi va har bir bosqich uchun monitoring ko‘rsatkichlari taklif etilgan. Natijalardan umumiy ovqatlanish sohasini tartibga solish va qo‘llab-quvvatlash siyosatini ishlab chiqishda foydalanish mumkin.*

Kalit so‘zlar: *umumiy ovqatlanish, samaradorlik, xorij tajribasi, fiskal shaffoflik, chek lotereyasi, gigiyena reytingi, onlayn sharhlar, oziq-ovqat chiqindilari, daromadni boshqarish, O‘zbekiston.*

KIRISH

Umumiy ovqatlanish dunyoning ko‘plab mamlakatlarida xizmatlar sohasining eng yirik va bandlikni ta’minlovchi tarmoqlaridan biri hisoblanadi. AQShda restoran va umumiy ovqatlanish sanoati sotuvi 2025-yilda 1,5 trln dollarga, bandlar soni esa 15,9 mln kishiga yetishi kutilgan bo‘lib, u mamlakatdagi ikkinchi yirik xususiy ish beruvchi tarmoqdir [21]. Yevropa Ittifoqida 2022-yilda ovqat va ichimliklar bilan xizmat ko‘rsatish faoliyatida 1,5 mln korxona 8,4 mln kishini ish bilan ta’minlagan [9], Xitoyda esa umumiy ovqatlanish tushumi 2025-yilda 5 798,2 mlrd yuanni tashkil etgan [20]. Bu mamlakatlar sohada samaradorlikni oshirishning turli institutsional, texnologik va boshqaruv vositalarini to‘plagan. Ularning umumiy jihati shundaki, samaradorlik nafaqat korxona ichidagi boshqaruv, balki bozor qoidalari, axborot shaffofligi va iste’molchilar xulq-atvori orqali ham oshiriladi. Masalan, Koreya va

Braziliyada iste’molchilarni chek so‘rashga rag‘batlantirish orqali yashirin aylanma qisqartirilgan, AQShda gigiyena reytinglari va onlayn sharhlar sifat raqobatini kuchaytirgan, Koreyada esa oziq-ovqat chiqindilari uchun to‘lov tizimi resurslardan foydalanish samaradorligini oshirgan.

O‘zbekistonda ham umumiy ovqatlanish iqtisodiyotning yirik tarmog‘iga aylangan. 2025-yilda yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi 226,9 trln so‘mni tashkil etib, bozor xizmatlari tarkibidagi 21,6 foiz ulush bilan eng yirik xizmat turi bo‘lgan, uning 95,9 foizini oziq-ovqat va ichimliklar bilan ta’minlash xizmatlari tashkil etgan [26]. Biroq soha samaradorligi bilan bog‘liq muammolar saqlanib qolmoqda: umumiy ovqatlanish korxonalari 2025-yilda 1,7 trln so‘mdan ortiq soliq to‘lagan [24], bu soha hajmining bir foizidan ham kam; ma’lumotlar esa norasmiy va yashirin iqtisodiyot baholarini o‘z ichiga oladi [26]. Davlat tomonidan QQSni qaytarish va soddalashtirilgan soliq rejimlari joriy etilgan [1-3], ammo ularning samarasi xorij tajribasi bilan solishtirilgan holda baholanmagan.

Shu sababli ilg‘or xorij tajribalarini tizimli o‘rganish va ularning qaysi biri O‘zbekiston sharoitida eng katta samara berishini aniqlash dolzarb ilmiy-amaliy vazifa hisoblanadi. Xorij tajribasini to‘g‘ridan-to‘g‘ri ko‘chirish ko‘pincha kutilgan natijani bermaydi, chunki vositalarning samarasi institutsional muhit, to‘lov infratuzilmasi va iste’molchilar xulq-atvoriga bog‘liq. Shuning uchun tajribalarni tasniflash bilan bir qatorda ularning milliy sharoitga mosligini baholash zarur. Bundan tashqari, xorij tajribasini tanlashda vositaning budjet uchun qiymati ham hisobga olinishi kerak: ayrim vositalar - masalan, soliq stavkalarini pasaytirish - katta budjet yo‘qotishlariga olib keladi, boshqalari - axborotni oshkor qilish yoki iste’molchilarni rag‘batlantirish - esa nisbatan arzon. Shu jihatdan vositalarni “xarajat va samara” nuqtai nazaridan taqqoslash davlat siyosati uchun muhim ahamiyatga ega.

Tadqiqotning maqsadi umumiy ovqatlanish korxonalari samaradorligini oshirishning ilg‘or xorij tajribalarini tizimlashtirish va ularni O‘zbekistonda qo‘llashning ustuvor yo‘nalishlarini asoslashdan iborat. Vazifalar: samaradorlikni oshirish vositalari bo‘yicha nazariy va empirik tadqiqotlarni tahlil qilish; tanlangan mamlakatlarda sohaning ko‘lami va qo‘llanilgan vositalarni qiyosiy o‘rganish; vositalarni ko‘p mezonli usulda baholash; formallashtirish va chiqindilarni kamaytirish ssenariylarini hisoblash; joriy etish yo‘l xaritasini ishlab chiqish.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi xorij tajribalarini samaradorlik dastaklari bo‘yicha tasniflash va ularni dalillar kuchi, joriy etish xarajati, institutsional moslik va milliy muammoga moslik mezonlari bo‘yicha integral baholash uslubini qo‘llashdan iborat. Amaliy ahamiyati natijalardan umumiy ovqatlanish sohasini tartibga solish va qo‘llab-quvvatlash dasturlarini ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi. Tadqiqot ob’ekti xorijiy mamlakatlar va O‘zbekistondagi umumiy ovqatlanish korxonalari, predmeti esa ularning samaradorligini oshirishga qaratilgan institutsional, axborot va boshqaruv vositalaridir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Umumiy ovqatlanish korxonalari samaradorligi an’anaviy ravishda tushum, xarajatlar va foyda nisbatlari orqali baholanadi. D.Reynolds va D.Biel restoran

unumdorligini baholashda moliyaviy ko‘rsatkichlar bilan birga mijozlar qoniqishini ham hisobga olish zarurligini asoslagan [32]. Sh.Kimes restoranlarda daromadni boshqarish (revenue management) uslubini ishlab chiqib, o‘rindiqlar va vaqtdan samarali foydalanish orqali tushumni oshirish mumkinligini ko‘rsatgan [14]. H.Parsa va hammualliflari esa restoranlar muvaffaqiyatsizligining asosiy sabablari boshqaruv sifati, joylashuv va kontseptsiyaning aniq emasligi ekanini aniqlagan [30]. Ushbu yondashuvlar samaradorlikni korxona darajasida oshirishga qaratilgan bo‘lsa, institutsional yondashuv bozor qoidalari va axborot muhitining rolini ta’kidlaydi. Ushbu tadqiqotda samaradorlik keng ma’noda - korxonalar tushumi va xarajatlari nisbati, xizmat sifati, resurslardan foydalanish darajasi hamda sohaning davlat budjetiga qo‘shgan hissasi sifatida talqin qilinadi.

H.Kleven va hammualliflari zamonaviy davlatlarning yuqori soliq tushumlarini uchinchi tomon axboroti - bank, karta va elektron hisobotlar bilan izohlagan [15]. D.Pomeranz Chilida QQSning o‘zaro nazorat xususiyati soliq to‘lash intizomini oshirishini isbotlagan [31]. J.Naritomi Braziliyadagi “Nota Fiscal Paulista” dasturi iste’molchilarni chek so‘rashga rag‘batlantirib, korxonalarning qayd etilgan tushumini sezilarli oshirganini ko‘rsatgan [19]. Janubiy Koreyada 1999-yilda kredit karta xarajatlari bo‘yicha daromad solig‘i imtiyozi, 2005-yilda esa naqd pul cheklari tizimi joriy etilgan [13]; bu ikki vosita yashirin iqtisodiyotni qisqartirishning milliy strategiyasi sifatida qaraladi. Kredit karta imtiyozi to‘g‘ridan-to‘g‘ri o‘zini o‘zi band qilganlarga emas, balki iste’molchilarga qaratilgan bo‘lib, kundalik iste’molni kuzatiladigan kanallarga yo‘naltirgan [13]. Naqd pul cheklari tizimi esa mavjud karta terminallari tarmog‘idan foydalangani uchun qo‘shimcha infratuzilma xarajatlarini talab qilmagan [5]. Bu tajriba O‘zbekiston uchun ham muhim, chunki mamlakatda onlayn nazorat-kassa texnikasi infratuzilmasi allaqachon mavjud.

G.Jin va F.Lesli Los-Anjelesda restoranlarga gigiyena reyting kartalarini oshkora joylashtirish talabi gigiyena ko‘rsatkichlarini yaxshilagani, iste’molchilar talabini sifatli restoranlar tomon yo‘naltirgani va oziq-ovqatdan zaharlanish holatlarini kamaytirganini ko‘rsatgan [12]. M.Luka onlayn sharhlar platformasida reytingning bir yulduzga oshishi mustaqil restoranlar tushumini 5-9 foizga ko‘paytirishini aniqlagan [18]. Bu tadqiqotlar axborot assimetriyasini kamaytirish bozor mexanizmi orqali sifat va samaradorlikni oshirishini tasdiqlaydi. Muhim jihati shundaki, onlayn sharhlarning ta’siri mustaqil restoranlar uchun kuchli, tarmoq restoranlari uchun esa zaif bo‘lgan [18], chunki tarmoqlar brend orqali sifat haqida allaqachon axborot beradi. Bu xulosa kichik korxonalar ko‘p bo‘lgan O‘zbekiston bozori uchun axborot vositalarining ahamiyati yuqori ekanini ko‘rsatadi.

Restoranlar uchun QQS stavkasini pasaytirish ko‘plab mamlakatlarda qo‘llanilgan. Y.Benzarti va D.Karloni Fransiyada 2009-yilda restoranlar uchun QQS stavkasining 19,6 foizdan 5,5 foizga tushirilishi narxlarga cheklangan darajada o‘tganini, imtiyozning asosiy qismi esa korxona egalari foydasiga qolganini ko‘rsatgan [4]. J.Harju va hammualliflari Shvetsiya va Finlyandiya tajribasida soliq o‘zgarishlarining narxga ta’siri korxona turiga - tarmoq yoki mustaqil korxona ekaniga bog‘liqligini aniqlagan [11]. Demak, umumiy soliq imtiyozlari samaradorlikni oshirishning maqsadli vositasi bo‘la olmaydi.

BMT Atrof-muhit dasturining 2024-yilgi hisobotiga ko‘ra, 2022-yilda dunyoda 1,05 mlrd tonna oziq-ovqat isrof qilingan, shundan umumiy ovqatlanish sohasiga 290 mln tonna to‘g‘ri kelgan [34]. M.Papargiropulu va hammualliflari chiqindilarni boshqarishda oldini olish, qayta taqsimlash va qayta ishlash ierarxiyasini taklif etgan [29]. Koreyada oziq-ovqat chiqindilari uchun og‘irlikka qarab to‘lov tizimi RFID texnologiyasi asosida amalga oshiriladi [16]. Bu tizimda chiqindining og‘irligi avtomatik o‘lchanib, to‘lov unga mutanosib hisoblanadi, shuning uchun chiqindi hosil qiluvchilar uni kamaytirishdan bevosita manfaatdor bo‘ladi. Umumiy ovqatlanish korxonalari uchun oziq-ovqat chiqindilari to‘g‘ridan-to‘g‘ri xarajat hisoblanadi: sotib olingan, lekin sotilmagan mahsulot tannarxni oshiradi va rentabellikni pasaytiradi.

Mavjud adabiyotda alohida vositalar samarasi chuqur o‘rganilgan, biroq ularni yagona mezonlar tizimi asosida taqqoslash va rivojlanayotgan mamlakat sharoitiga moslashtirish masalasi yetarli yoritilmagan. O‘zbekiston bo‘yicha tadqiqotlarda esa xorij tajribasi asosan tavsifiy ko‘rib chiqiladi. Mazkur maqola ushbu bo‘shliqni to‘ldirishga qaratilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda AQSh Milliy restoranlar assotsiatsiyasi [21], Yevrostat [9], Xitoy Milliy statistika byurosi [6; 20], BMT Atrof-muhit dasturi [23; 34], Koreya hukumati va ilmiy manbalari [8; 10; 13; 16; 33] hamda O‘zbekiston Milliy statistika qo‘mitasining [25-28] ma’lumotlaridan foydalanildi. Empirik tadqiqotlar natijalari kontent-tahlil usulida umumlashtirildi.

Xorij tajribasidan olingan yettita vosita to‘rt mezon bo‘yicha 1-5 ballik shkalada baholandi: samara bo‘yicha empirik dalillar kuchi (D), joriy etish xarajatining pastligi (X), O‘zbekiston institutsional muhitiga moslik (M) va milliy muammoga - norasmiylik va sifatga - moslik (P). Integral ball quyidagicha hisoblandi:

$$I_j = 0{,}35 \cdot D_j + 0{,}20 \cdot X_j + 0{,}20 \cdot M_j + 0{,}25 \cdot P_j, \quad (1)$$

bu yerda I_j - j-vositaning integral bali. Dalillar kuchiga eng katta vazn berildi, chunki u vositaning boshqa mamlakatlarda isbotlangan samarasini aks ettiradi. Ballar adabiyotlar va xorij tajribasi asosida muallif tomonidan ekspert usulida belgilandi. Xususan, dalillar kuchi mezoni bo‘yicha randomizatsiyalangan yoki kvazi-eksperimental tadqiqotlar bilan tasdiqlangan vositalarga 4-5 ball, faqat tavsifiy dalillarga ega vositalarga 2-3 ball berildi; joriy etish xarajati mezoni bo‘yicha mavjud infratuzilmaga tayanuvchi vositalar yuqori baholandi. Natijalarning barqarorligi vaznlarni ±0,05 ga o‘zgartirish orqali tekshirildi va bunda vositalarning reytingdagi tartibi o‘zgarmadi.

Formallashtirishning fiskal samarasi soliq tushumlarining qayd etilgan tushumga mutanosibligi farazi asosida baholandi:

$$\Delta T = T_0 \cdot k, \quad (2)$$

bu yerda T_0 - 2025-yilda umumiy ovqatlanish korxonalari to‘lagan soliqlar (1,7 trln so‘m); k - qayd etilgan tushumning nisbiy o‘sishi. Oziq-ovqat chiqindilari hajmi aholi soniga jahon bo‘yicha umumiy ovqatlanishdagi o‘rtacha ko‘rsatkichni (36 kg/kishi) ko‘paytirish orqali taxminiy baholandi:

$$W = N \cdot w, \quad (3)$$

bu yerda N - aholi soni; w - aholi jon boshiga umumiy ovqatlanish sohasidagi chiqindi.

Cheklovlar. Ko‘p mezonli baholash ekspert xarakteriga ega; ssenariylar soliq stavkalari va korxonalar xulq-atvori o‘zgarmas degan farazga asoslanadi; chiqindilar bahosi O‘zbekiston uchun milliy o‘lchov emas, balki jahon o‘rtacha ko‘rsatkichiga asoslangan taxmindir.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tanlangan mamlakatlarda umumiy ovqatlanish sohasining ko‘lami 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval

Tanlangan mamlakatlarda umumiy ovqatlanish sohasining asosiy ko‘rsatkichlari

Mamlakat	Tushum / qo‘shilgan qiymat	Bandlar	Korxonalar / nuqtalar	Tuzilmaviy xususiyat
AQSh (2025, prognoz)	1,5 trln dollar sotuv	15,9 mln kishi	1 mln dan ortiq nuqta	70 % dan ortig‘i bitta nuqtali [22]
Yevropa Ittifoqi (2022)	180,7 mlrd yevro qo‘shilgan qiymat	8,4 mln kishi	1,5 mln korxona	Korxonaga 5,6 band [9]
Xitoy (2025)	5 798,2 mlrd yuan tushum (+3,2 %)	-	≈8 mln nuqta	Yirik korxonalar ulushi ≈28 % [6; 7]
O‘zbekiston (2025)	226,9 trln so‘m (yashash va ovqatlanish)	389,5 ming kishi	29 325 korxona	Norasmiy faoliyat ulushi yuqori [26]

Jadvaldan ko‘rinadiki, rivojlangan mamlakatlarda soha asosan kichik korxonalardan iborat: AQShda restoranlarning o‘ndan yettidan ortig‘i bitta nuqtali korxonalardir [22], Yevropa Ittifoqida bir korxonaga o‘rtacha 5,6 nafar band to‘g‘ri keladi [9]. Xitoyda taxminan 8 mln umumiy ovqatlanish nuqtasi mavjud [6], yirik korxonalar tushumi esa jami tushumning qariyb 28 foizini tashkil etadi [7; 20]. Demak, soha tuzilmasi barcha mamlakatlarda kichik biznesga asoslangan bo‘lib, samaradorlikni oshirish vositalari asosan ko‘p sonli kichik korxonalar xulq-atvoriga ta’sir qilishga qaratilgan bo‘lishi kerak.

Xorij tajribalari samaradorlik dastaklari bo‘yicha 2-jadvalda tasniflangan.

2-jadval

Umumiy ovqatlanish samaradorligini oshirish bo‘yicha xorij tajribalarining tasnifi

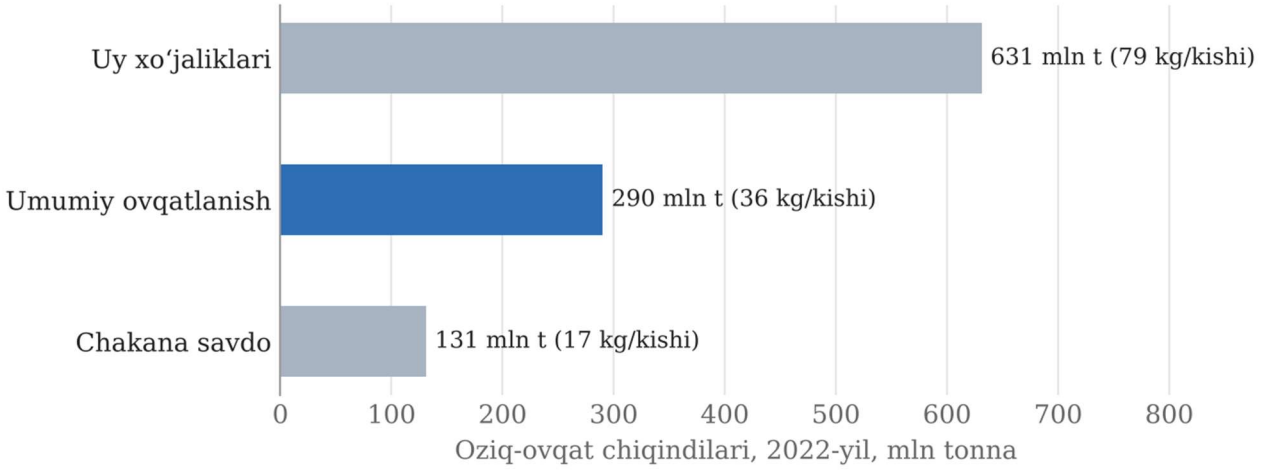
Dastak	Mamlakat va vosita	Ta’sir mexanizmi	Natija (dalil)
Fiskal shaffoflik	Koreya: kredit karta imtiyozi (1999), naqd pul cheklari (2005)	Iste’molchiga soliq imtiyozi, tranzaksiya avtomatik hisobga olinadi	Kartalar ulushi 14,7 % → 57,0 % [17]
Fiskal	Braziliya: Nota	Chek so‘ragan iste’molchiga	Qayd etilgan tushum

shaffoflik	Fiscal Paulista	pul qaytarish va lotereya	oshgan [19]
Axborot va sifat	AQSh: gigiyena reyting kartalari	Reytingni eshikda e’lon qilish, iste’molchi tanlovi	Gigiyena yaxshilangan, zaharlanish kamaygan [12]
Axborot va sifat	AQSh: onlayn sharhlar (Yelp)	Reputatsiya orqali talab qayta taqsimlanadi	+1 yulduz → +5-9 % tushum [18]
Soliq imtiyozi	Fransiya: restoranlarda QQS 19,6 % → 5,5 % (2009)	Soliq yukini kamaytirish	Narxga cheklangan o‘tish [4]
Resurs tejamkorligi	Koreya: chiqindi uchun og‘irlikka qarab to‘lov (RFID)	Chiqindi hosil qiluvchi to‘laydi	Qayta ishlash 97,5 % [16; 33]
Operatsion boshqaruv	Xitoy: tarmoqlashtirish, markaziy oshxona	Miqyos samarasi, standartlashtirish	Tarmoqlar ulushi o‘smoqda [6]

Koreya tajribasi bu yo‘nalishdagi eng kompleks misoldir. Kredit karta imtiyozlari natijasida kartalar bilan to‘lovlarning xususiy iste’moldagi ulushi 1999-yildagi 14,7 foizdan 2010-yilda 57,0 foizga oshgan [17]. 2005-yilda joriy etilgan naqd pul cheklari tizimi qamrovi bosqichma-bosqich kengaytirilib, majburiy chek berishi shart bo‘lgan tarmoqlar soni 2024-yildagi 125 tadan 2026-yilda 142 taga yetkazilmoqda [10]. Bunday choralar zarurati soliq tekshiruvlari bilan tasdiqlangan: 2007-yilda Koreya soliq xizmati restoranlar kabi muassasalarga ega o‘zini o‘zi band qilganlar daromadining atigi 26 foizini deklaratsiya qilganini aniqlagan [35]. Braziliyadagi chek lotereyasi tajribasi ham iste’molchini “soliq nazoratchisi”ga aylantirish samarali ekanini ko‘rsatadi [19].

Gigiyena reyting kartalari va onlayn reyting platformalari iste’molchi tanlovini sifatga bog‘laydi va shu orqali korxonalarni xizmat sifatini oshirishga majbur qiladi [12; 18]. Bu vositalarning afzalligi shundaki, ular to‘g‘ridan-to‘g‘ri budjet xarajatini talab qilmaydi va raqobat orqali samaradorlikni oshiradi.

Jahon bo‘yicha oziq-ovqat chiqindilarining tarkibi 1-rasmda keltirilgan.



1-rasm. Jahonda oziq-ovqat chiqindilarining sektorlar bo‘yicha tarkibi, 2022-yil

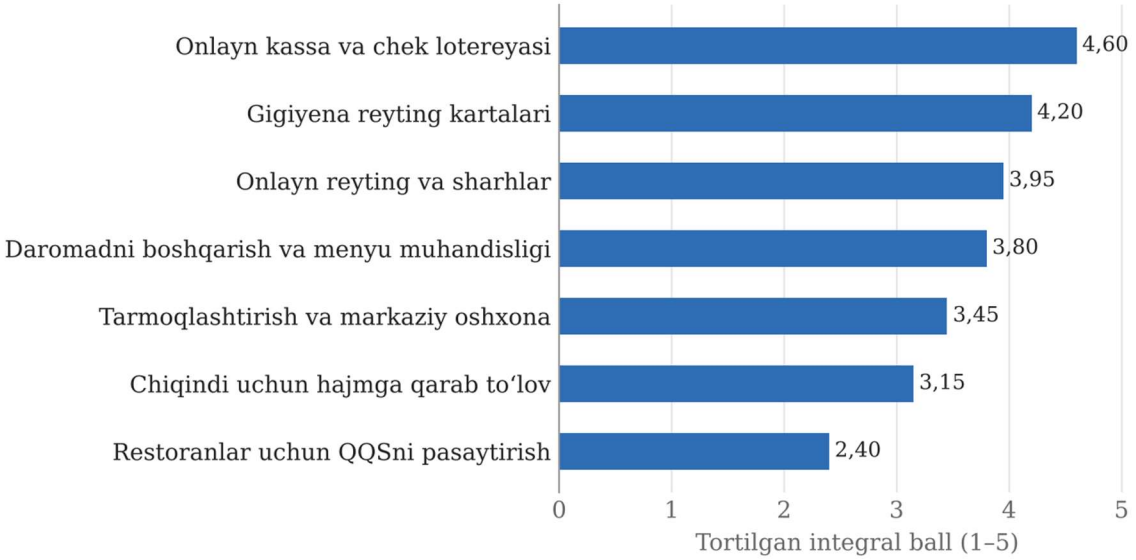
Umumiy ovqatlanish jahon oziq-ovqat chiqindilarining 28 foizini, aholi jon boshiga hisoblaganda 36 kg ni tashkil etadi [23]. Koreyada og‘irlikka qarab to‘lov tizimi joriy etilgach, oziq-ovqat chiqindilarining 97,5 foizi qayta ishlanmoqda [33], biroq Seul shahrida ularni qayta ishlash xarajatlari 2024-yilda 823,5 mlrd vonni tashkil etgan [8], ya’ni chiqindini oldini olish uni qayta ishlashdan arzonroq. Xitoyda esa yirik tarmoq korxonalari markaziy oshxona va raqamli boshqaruv orqali xarajatlarni kamaytirib, bozor ulushini oshirmoqda [6].

Vositalarning O‘zbekiston sharoitida qo‘llanilish imkoniyati ko‘p mezonli usulda baholandi (3-jadval, 2-rasm).

3-jadval

Xorij tajribasi vositalarining O‘zbekiston uchun ko‘p mezonli bahosi

Vosita	D (0,35)	X (0,20)	M (0,20)	P (0,25)	Integral ball
Onlayn kassa va chek lotereyasi	5	4	4	5	4,60
Gigiyena reyting kartalari	4	4	5	4	4,20
Onlayn reyting va sharhlar platformalari	4	5	4	3	3,95
Daromadni boshqarish va menyu muhandisligi	3	5	5	3	3,80
Tarmoqlashtirish va markaziy oshxona	3	3	4	4	3,45
Chiqindi uchun og‘irlikka qarab to‘lov	4	2	3	3	3,15
Restoranlar uchun QQSni pasaytirish	2	3	3	2	2,40



2-rasm. Xorij tajribasi vositalarining O‘zbekiston uchun integral bali

Natijalarga ko‘ra, eng yuqori ballni onlayn kassa va chek lotereyasi (4,60) olgan, chunki u kuchli empirik dalillarga ega, O‘zbekistonda mavjud onlayn nazorat-kassa infratuzilmasiga tayanadi va sohaning asosiy muammosi - norasmiylikka bevosita qaratilgan. Keyingi o‘rinlarda gigiyena reyting kartalari (4,20) va onlayn reyting platformalari (3,95) turadi. Restoranlar uchun QQS stavkasini pasaytirish esa eng past ballni (2,40) olgan, chunki Fransiya tajribasida uning samarasi asosan korxona egalari foydasiga qolgan [4] va u budjet uchun qimmat. Formallashtirish va chiqindilarni kamaytirish ssenariylari 4-jadvalda keltirilgan.

4-jadval

Formallashtirish va oziq-ovqat chiqindilarini kamaytirish ssenariylari

Ssenariy	Parametr	Natija
Boshlang‘ich holat: soliqlarning soha hajmiga nisbati	1,7 / 217,6 trln so‘m	0,78 %
Qayd etilgan tushum +10 %	k = 0,10	+0,17 trln so‘m
Qayd etilgan tushum +21 % (Braziliya tajribasiga yaqin)	k = 0,21	+0,36 trln so‘m
Qayd etilgan tushum +50 %	k = 0,50	+0,85 trln so‘m
Umumiy ovqatlanishdagi chiqindilar (jahon o‘rtachasi bo‘yicha)	37,9 mln × 36 kg	≈1,36 mln t/yil
Chiqindilarni ikki baravar kamaytirish (BRM 12.3)	-50 %	≈0,68 mln t tejaladi

Ssenariylar shuni ko‘rsatadiki, qayd etilgan tushumning 10 foizga oshishi soliq tushumlarini yiliga 0,17 trln so‘mga, Braziliya tajribasiga yaqin 21 foizlik o‘sish 0,36 trln so‘mga, 50 foizlik o‘sish esa 0,85 trln so‘mga ko‘paytirishi mumkin. Oziq-ovqat chiqindilari bo‘yicha jahon o‘rtacha ko‘rsatkichi qo‘llanilganda, O‘zbekistonda umumiy ovqatlanish sohasida yiliga qariyb 1,36 mln tonna chiqindi hosil bo‘lishi mumkin; barqaror rivojlanish maqsadi 12.3 ga muvofiq uni ikki baravar kamaytirish qariyb 0,68 mln tonna oziq-ovqatni tejash imkonini beradi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar xorij tajribalarining samarasi ularning institutsional muhitga mosligiga bog‘liq ekanini ko‘rsatadi. Koreya va Braziliya tajribasining muvaffaqiyati iste’molchilarga chek so‘rash uchun bevosita moddiy rag‘bat berilgani bilan izohlanadi: H.Kleven va hammualliflari ta’kidlaganidek [15], uchinchi tomon axboroti mavjud bo‘lgan joyda soliq yashirish qiyinlashadi. O‘zbekistonda QQSni qaytarish mexanizmi naqd pulsiz tushum ulushiga bog‘langan edi, 2026-yildan esa bu shart bekor qilindi [3]. Bu ma’muriy yukni kamaytirsa-da, formallashtirish rag‘batini zaiflashtirishi mumkin. Shu sababli iste’molchi tomonidagi rag‘batlar - chek lotereyasi yoki chek bo‘yicha soliq imtiyozi - bu bo‘shliqni to‘ldirishi lozim.

QQS stavkasini pasaytirish bo‘yicha natijalar ham muhim xulosaga olib keladi. Fransiya va Shimoliy Yevropa tajribasi [4; 11] umumiy soliq imtiyozlari iste’molchi narxlariga va bandlikka kutilganidan kamroq ta’sir qilishini ko‘rsatadi. Demak, O‘zbekistonda soliq imtiyozlarini kengaytirish o‘rniga ularni shaffoflik va sifat talablariga bog‘lash - masalan, imtiyozni faqat gigiyena reytingi yuqori va onlayn kassadan to‘liq foydalanuvchi korxonalarga berish - samaraliroq bo‘ladi.

Axborot vositalari bo‘yicha xorij tajribasi O‘zbekiston uchun alohida qiziqish uyg‘otadi, chunki turistlar oqimining jadal o‘sishi sharoitida xizmat sifati haqidagi ishonchli axborot tashqi talabni ham oshiradi. Gigiyena reytinglarini ochiq e’lon qilish va onlayn platformalarni rivojlantirish iste’molchilarga sifatli korxonalarni tanlash imkonini beradi, bu esa bozorda samarasiz korxonalarning siqib chiqarilishiga olib keladi [12; 18].

Operatsion darajada daromadni boshqarish va menyu muhandisligi [14], mijozlar qoniqishini hisobga oluvchi unumdorlik ko‘rsatkichlari [32] va chiqindilarni

boshqarish ierarxiyasi [29] korxonalar xarajatlarini kamaytirish va tushumini oshirishning arzon vositalari hisoblanadi. Ularni joriy etish asosan kadrlar malakasiga bog‘liq, shuning uchun ta’lim va maslahat xizmatlari muhim ahamiyat kasb etadi. Xitoy tajribasi shuni ko‘rsatadiki, raqobat kuchaygan sharoitda xarajatlarni nazorat qila oladigan tarmoq korxonalari bozorda ustunlikka erishmoqda [6]. O‘zbekistonda ham sohaning asosan kichik korxonalardan iborat tuzilmasi miqyos samarasidan foydalanish imkoniyatini cheklaydi, shuning uchun franchayzing va kooperatsiya shakllarini rivojlantirish kichik korxonalarga yirik tarmoqlarning boshqaruv texnologiyalaridan foydalanish imkonini beradi.

Shu bilan birga, xorij tajribasini joriy etishda ayrim xavflarni ham hisobga olish lozim. Birinchidan, chek lotereyasi kabi vositalar iste’molchilar ishtiroki yetarli bo‘lmasa samara bermaydi, shuning uchun ular keng axborot kampaniyasi bilan birga olib borilishi kerak. Ikkinchidan, gigiyena reytinglari tekshiruvlarning xolisligiga bog‘liq: korrupsiya xavfi yuqori bo‘lgan sharoitda reyting ishonchli axborot vazifasini bajarmaydi, shuning uchun tekshiruv natijalarini raqamli reestrda ochiq e’lon qilish zarur. Uchinchidan, qat’iy nazorat choralari kichik korxonalarning norasmiy sektorga qaytishiga sabab bo‘lmasligi uchun ular soddalashtirilgan soliq rejimlari bilan uyg‘unlashtirilishi lozim.

Tahlil natijalari asosida xorij tajribasini O‘zbekistonda joriy etishning bosqichma-bosqich yo‘l xaritasi ishlab chiqildi (5-jadval).

5-jadval

Xorij tajribasini O‘zbekistonda joriy etish yo‘l xaritasi

Bosqich	Chora-tadbirlar	Xorij namunasi	Monitoring ko‘rsatkichi
I (1-yil)	Onlayn kassa cheklari asosida chek lotereyasi; gigiyena tekshiruvlari natijalarini ochiq onlayn reestrda e’lon qilish	Braziliya, Koreya, AQSh	Soliqlarning soha hajmiga nisbati; cheklar soni
II (2-yil)	Gigiyena reyting kartalarini majburiy joylashtirish; soliq imtiyozlarini shaffoflik va sifat talablariga bog‘lash	AQSh (Los-Anjeles)	Yuqori reytingli korxonalar ulushi
III (2-3-yillar)	Onlayn reyting platformalari bilan integratsiya; daromadni boshqarish va menyu muhandisligi bo‘yicha o‘quv dasturlari	AQSh, Yevropa Ittifoqi	O‘rtacha tushum va rentabellik
IV (3-5-yillar)	Yirik korxonalar uchun oziq-ovqat chiqindilari hisobi va og‘irlikka qarab to‘lov; tarmoqlar uchun markaziy oshxona standartlari	Koreya, Xitoy	Chiqindilar hajmi, kg/o‘rindiq

Yo‘l xaritasining mantiqi shundan iboratki, dastlab arzon va kuchli dalilga ega vositalar joriy etiladi, so‘ngra ular yaratgan axborot bazasi asosida murakkabroq vositalarga o‘tiladi. Bunda har bir bosqich natijalari soliq tushumlarining soha hajmiga nisbati, gigiyena reytingi yuqori korxonalar ulushi va chiqindilar hajmi kabi ko‘rsatkichlar orqali monitoring qilinishi lozim.

XULOSA

Tadqiqot natijalari umumiy ovqatlanish korxonalari samaradorligini oshirishning ilg‘or xorij tajribalarini to‘rt guruhga - fiskal shaffoflik, axborot va sifat, operatsion boshqaruv hamda resurs tejamkorligi vositalariga ajratish mumkinligini ko‘rsatdi. Koreya tajribasida kredit karta imtiyozlari va naqd pul cheklari tizimi kartalar bilan to‘lovlar ulushini 14,7 foizdan 57,0 foizga oshirgan, og‘irlikka qarab to‘lov tizimi esa oziq-ovqat chiqindilarini qayta ishlash darajasini 97 foizdan oshirgan. Gigiyena reytinglari va onlayn sharhlar sifat va tushumga ijobiy ta’sir qilgani, restoranlar uchun QQSni pasaytirish esa narx va bandlikka cheklangan ta’sir ko‘rsatgani empirik tasdiqlangan.

Ko‘p mezonli baholash O‘zbekiston uchun eng mos vositalar onlayn kassa va chek lotereyasi (4,60 ball), gigiyena reyting kartalari (4,20) va onlayn reyting platformalari (3,95) ekanini ko‘rsatdi. Ssenariylarga ko‘ra, qayd etilgan tushumning 21 foizga oshishi soliq tushumlarini yiliga 0,36 trln so‘mga ko‘paytirishi, chiqindilarni ikki baravar kamaytirish esa qariyb 0,68 mln tonna oziq-ovqatni tejashi mumkin.

Vaznlarni o‘zgartirish bilan o‘tkazilgan tekshiruv vositalar reytingining barqarorligini tasdiqladi. Shu asosda quyidagi takliflar ishlab chiqildi: onlayn kassa cheklari asosida chek lotereyasi va chek bo‘yicha soliq imtiyozini joriy etish; gigiyena tekshiruvlari natijalarini reyting kartalari va ochiq onlayn reestr shaklida e’lon qilish; soliq imtiyozlarini shaffoflik va sifat talablariga bog‘lash; yirik korxonalar uchun oziq-ovqat chiqindilari hisobini joriy etish; tadbirkorlar uchun daromadni boshqarish va menyu muhandisligi bo‘yicha o‘quv dasturlarini tashkil etish. Keyingi tadqiqotlarda ushbu vositalarning samarasini O‘zbekistonda tajriba-sinov hududlari asosida baholash maqsadga muvofiq. Xususan, turistik oqimi yuqori bo‘lgan Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlarida gigiyena reytinglari va chek lotereyasini sinovdan o‘tkazish, natijalarni esa nazorat guruhi sifatidagi boshqa hududlar bilan solishtirish vositalar samarasini ishonchli baholash imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 7-noyabrdagi 745-son qarori (Umumiy ovqatlanish, mehmonxona va turoperatorlik xizmatlarini ko‘rsatuvchi tadbirkorlik subyektlariga budjetga to‘langan QQSning bir qismini qaytarish tartibi to‘g‘risidagi vaqtinchalik nizom) // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 18-apreldagi PF-67-son Farmoni // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 29-maydagi “Kichik biznes subyektlarining o‘sishi uchun yanada qulay iqtisodiy va ma’muriy shart-sharoitlar yaratish to‘g‘risida”gi Farmoni. - URL: https://president.uz/oz/lists/view/9260.
4. Benzarti Y., Carloni D. Who really benefits from consumption tax cuts? Evidence from a large VAT reform in France // American Economic Journal: Economic Policy. - 2019. - Vol. 11, № 1. - P. 38-63.
5. Cash Receipt System // K-Developedia. - URL: https://www.kdevelopedia.org/Resources/view/--06201708030148364.do.
6. China’s Food Franchising Market in 2026 // China Briefing. - URL:

https://www.china-briefing.com/news/chinas-food-franchising-market-in-2026/.
7. China’s restaurants are picking up, wine’s comeback is more complicated // Vino Joy News. - 05.03.2026. - URL: https://vino-joy.com/2026/03/05/chinas-restaurants-are-picking-up-wines-comeback-is-more-complicated/.
8. Choi Jeong-yoon. Data-driven incentives aim to curb growing environmental, fiscal burden // The Korea Herald. - 2025. - URL: https://www.koreaherald.com/article/10638389.
9. Eurostat. Businesses in the accommodation and food services sector. Statistics Explained. - 2025. - URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Businesses_in_the_accommodation_and_food_services_sector.
10. From Next Year, Souvenir Shops and Fishing Grounds Also Required to Issue Cash Receipts // The Asia Business Daily. - 19.12.2025. - URL: https://www.asiae.co.kr/en/article/2025121909515588538.
11. Harju J., Kosonen T., Nordström Skans O. Firm types, price-setting strategies, and consumption-tax incidence // Journal of Public Economics. - 2018. - Vol. 165. - P. 48-72.
12. Jin G.Z., Leslie P. The effect of information on product quality: Evidence from restaurant hygiene grade cards // Quarterly Journal of Economics. - 2003. - Vol. 118, № 2. - P. 409-451.
13. KDI School. Taxation Policy for Legalizing the Underground Economy // K-Developedia. - URL: https://kdevelopedia.org/k-db-originals/taxation-policy-for-legalizing-the-underground-economy.
14. Kimes S.E. Implementing restaurant revenue management: A five-step approach // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. - 1999. - Vol. 40, № 3. - P. 16-21.
15. Kleven H.J., Kreiner C.T., Saez E. Why can modern governments tax so much? An agency model of firms as fiscal intermediaries // Economica. - 2016. - Vol. 83, № 330. - P. 219-246.
16. Korea Environment Corporation. RFID-Based Food Wastes Management System. - URL: https://www.keco.or.kr/en/lay1/S295T387C404/contents.do.
17. Korea Institute of Public Finance. Credit Card Stimulation Policy in Korea: Assessment and Recommendations // K-Developedia. - URL: https://www.kdevelopedia.org/Resources/view/--05201408070133513.do.
18. Luca M. Reviews, Reputation, and Revenue: The Case of Yelp.com. - Harvard Business School Working Paper № 12-016. - Boston, 2016.
19. Naritomi J. Consumers as tax auditors // American Economic Review. - 2019. - Vol. 109, № 9. - P. 3031-3072.
20. National Bureau of Statistics of China. Total Retail Sales of Consumer Goods in December 2025. - URL: https://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202601/t20260120_1962354.html.
21. National Restaurant Association. Restaurant Industry Poised for Growth in 2025: Industry Expected to Employ 15.9 Million People and Reach $1.5 Trillion in Sales. Press release, 06.02.2025. - URL: https://restaurant.org/research-and-media/media/press-releases/restaurant-industry-poised-for-growth-in-2025-industry-

expected-to-employ-15-9-million-people-and-r/.
22. National Restaurant Association. State of the Restaurant Industry 2025: Pocket Guide. - URL: https://go.restaurant.org/rs/078-ZLA-461/images/SOI-2025-PocketGuide.pdf.
23. O’Connor C. UNEP Food Waste Index Report 2024 (taqdimot). - UN Statistics Division. - URL: https://unstats.un.org/unsd/envstats/fdes/EGES11/9UNEP_Food%20Waste%20Index.pdf.
24. O‘tgan yilda umumiy ovqatlanish sohasida eng ko‘p soliq to‘lagan kompaniyalar ma’lum bo‘ldi // Kursiv.media. - 2026-yil 12-mart. - URL: https://uz.kursiv.media/uz/2026-03-12/otgan-yilda-umumiy-ovqatlanish-sohasida-eng-kop-soliq-tolagan-kompaniyalar-malum-boldi/.
25. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Hududlar kesimida doimiy aholi soni (2025-yil 1-iyul holatiga). - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/62563-hududlar-kesimida-doimiy-aholi-soni-pp.
26. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasining asosiy ko‘rsatkichlari (2025-yil yanvar-dekabr). Press-reliz, 20.01.2026. - URL: https://stat.uz/img/news/analitika-12_2025-zb-lotin.pdf.
27. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistonda band aholi qaysi sohalarda faoliyat yuritmoqda. - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/67874-zbekistonda-band-a-oli-ajsi-so-alarda-faoliyat-yuritmo-da-2.
28. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistondagi har uchta korxonadan bittasi savdo sohasida ishlaydi. - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/64544-zbekistondagi-ar-uchta-korkhonadan-bittasi-savdo-so-asida-ishlajdi-2.
29. Papargyropoulou E., Lozano R., Steinberger J.K., Wright N., Ujang Z. The food waste hierarchy as a framework for the management of food surplus and food waste // Journal of Cleaner Production. - 2014. - Vol. 76. - P. 106-115.
30. Parsa H.G., Self J.T., Njite D., King T. Why restaurants fail // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. - 2005. - Vol. 46, № 3. - P. 304-322.
31. Pomeranz D. No taxation without information: Deterrence and self-enforcement in the value added tax // American Economic Review. - 2015. - Vol. 105, № 8. - P. 2539-2569.
32. Reynolds D., Biel D. Incorporating satisfaction measures into a restaurant productivity index // International Journal of Hospitality Management. - 2007. - Vol. 26, № 2. - P. 352-361.
33. South Korea Recycles 97% of Its Food Waste. The Key: Either Pay to Recycle or Get Fined // Xataka On. - URL: https://www.xatakaon.com/magnet/south-korea-recycles-97-of-its-food-waste-the-key-either-pay-to-recycle-or-get-fined.
34. UNEP. Food Waste Index Report 2024: Key Messages. - Nairobi: United Nations Environment Programme, 2024. - URL: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/45275/Food-Waste-Index-2024-key-messages.pdf.
35. Yoon Ja-young. High-Income Self-Employed Report Only Half of Income // The

Korea Times. - 28.10.2007. - URL: https://www.koreatimes.co.kr/business/companies/20071028/high-income-self-employed-report-only-half-of-income.