



САВДО КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШ УСЛУБИЯТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Сайдуллаев Шохжаҳон Зариф ўғли
Самарқанд иқтисодий ва сервис институти,
стажёр-тадқиқотчи

doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss3/a43

Аннотация. Мақолада савдо корхоналари рақобатбардошлигини корхонанинг техник даражаси, меҳнатни ташкил этиш даражаси, маҳсулот ассортиментини баҳолаш, бошқарув самарадорлиги, меҳнат ресурсларининг ҳолати ва малакасини баҳолаш мезонлари ва кўрсаткичлари асосида баҳолаш услубияти таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: савдо корхонаси, савдо хизмати, рақобатбардошлик, рақобат устунлиги, баҳолаш мезони, конкордация коэффициентлари.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Сайдуллаев Шохжаҳон Зариф ўғли -
Самарқандский институт экономики и сервиса,
стажер-докторант

Аннотация. В статье анализируется методология оценки конкурентоспособности коммерческих предприятий на основе технического уровня предприятия, уровня организации труда, оценки ассортимента, эффективности управления, состояния и квалификации трудовых ресурсов.

Ключевые слова: коммерческое предприятие, торговые услуги, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, критерии оценки, коэффициент конкордации.

IMPROVEMENT OF THE METHODOLOGY EVALUATING OF THE COMPETITIVENESS OF TRADING ENTERPRISES

Saidullaev Shohjahon Zarif ogli -
Samarkand institute of economics and service,
doctoral researcher

Article. The article analyzes the methodology for assessing the competitiveness of commercial enterprises based on the technical level of the enterprise, the level of labor organization, assessment of the range, management efficiency, the state and qualifications of labor resources.

Key words: commercial enterprise, trade services, competitiveness, competitive advantage, assessment criteria, concordance coefficient.

Кириш. Иқтисодий муносабатларнинг глобаллашуви, ташқи савдо фаолиятининг кенгайиб бориши, шу билан бирга, ички бозорларда ҳам истеъмолчиларнинг товар ва хизматлар сифатига бўлган қўшимча талаблари савдо хизматлари соҳасида ҳам рақобат курашининг кучайишига олиб келмоқда. Республикамизда ҳам савдо механизмларини янада такомиллаштириш, товарлар бозорида соғлом рақобат муҳитини ривожлантириш, шунингдек, тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг самарадорлигини ошириш ва харажатларини камайтириш, улар томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш учун шарт-шароитлар яратилмоқда. Шу билан бирга, рақобатбардошликнинг ўзига хос жиҳатлари, таъсир даражаси, характери, бошқа тармоқларга нисбатан турлича эканлиги [1], бозор фаолияти самарадорлик кўрсаткичларига комплекс таъсир кўрсатиши назарда тутилганда ҳамда

савдо соҳасида фаолият юритувчи субъектларнинг рақобатбардошлик омилларини тадқиқ этиш улар учун нафақат ташқи бозорда, балки ички бозорда ҳам рақобатбардошлик даражасини баҳолаш ва оширишнинг долзарб масалаларидан бири сифатида ўрганилиш заруратини келтириб чиқаради.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.

М.Портер саноат тармоқларининг рақобатбардошлигига алоҳида эътибор қаратган ҳолда уларнинг энг аввало ресурс ва технологик рақобат афзалликларига эга бўлишини таъкидлаб ўтади [2].

М.Болтабоев корхона рақобатбардошлигини – баҳо беришга асосланган самарали рақобат назарияси усулида маҳсулот ишлаб чиқариш, сотиш ва молиявий бошқарув тизими яхши ташкил қилинган корхонанинг рақобатбардошлик даражаси юқори деб ҳисоблайди [3].

А.Солиев “Савдо хизмати сифатини ошириш харидорларга маслаҳат бериш, товарларнинг намуналарини ҳаракатда кўрсатиш, реклама ва ахборотнинг турли шакллари ривожлантириш йўли билан товар танлаб олишда харидорларга ёрдам беришни ҳам тақозо этади” талқинида изоҳ берган [4].

Ф.Б.Абдукаримов илмий ишларида “...савдонинг асосий вазифаларидан бири истеъмолчиларга хизмат қилиш ва аҳоли ҳаётини таъминлайдиган алоҳида хизмат соҳасидир” деб изоҳланган [5].

Б.А.Абдукаримов “савдо хизмати” тушунчасига кенг маънода “савдо хизматнинг алоҳида тури бўлиб, у бир томондан ишлаб чиқарувчиларга хизмат қилади, иккинчи томондан истеъмолчиларга, учинчи томондан давлатга хизмат қилади ва тўртинчидан у бошқа иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларига ҳам хизмат кўрсатади, уларнинг хизматларидан истеъмолчи сифатида фойдаланади ва улар билан алоқада бўлади” деб таъкидлаган [6].

У.Н.Нормуродов тадқиқотларида рақобатбардошлик чакана савдо корхонаси даражасида кўриб чиқилган бўлиб, бу тушунчага рақобатчиларга нисбатан чакана савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектнинг аҳоли учун қулай жойлашиши, савдо майдонининг қулай ва замонавий сотиш усулларига мос жиҳозланганлиги, товарлар ассортиментларининг мўл-кўллиги ҳамда харидорларга товарларни вақт бирлигида малакали ходимлар томонидан сифатли савдо сервис кўрсатиш орқали кўпроқ сотишга ва юқори фойдага эришишидаги устунлиги сифатида таъриф берилган [7].

К.М.Ибодовнинг илмий-услубий ишларида корхона ёки тадбиркорлик субъектларининг рақобатбардошлиги иқтисодий категория сифатида ишлаб чиқариш ресурсларидан самарали фойдаланиши, фойда олиш ва жамият эҳтиёжларини максимал қондириш мақсадидаги бошқа устунликлари ҳамда узоқ давр мобайнида ўз капиталини ошириб бориш имконияти сифатида изоҳланган [8, 9]. Рақобатбардошлик – корхоналар иқтисодий фаолияти натижаларининг лойиҳавий, ишлаб чиқариш, тақсимот ва истеъмол жиҳатларини ўзида акс эттиради ҳамда охирида бозорнинг қайта тақсимланишига олиб келади.

Шу билан бирга, тадқиқотчилар томонидан ҳам рақобатбардошликнинг турли таърифлари келтирилган бўлиб, аксарият иқтисодий рақобат субъекти учун афзалликлар яратадиган хусусиятларга эга бўлиш сифатида тушунилади. Шу билан бир қаторда, савдо хизматлари кўрсатувчи субъектлар рақобатбардошлигини баҳолашнинг тўлақонли услубиятини ишлаб чиқиш борасида аниқ бир тўхтама келинмаган.

Тадқиқот методикаси. Тадқиқотда индукция ва дедукция, гуруҳлаш, макон ва замон, анализ ва синтез, мантиқий таҳлил, эксперт сўрови, таққослаш усулларидан фойдаланилган. Тадқиқот натижаларини умумий яхлит тарзда ифодалаш мақсадида жадвал ва расмлардан фойдаланилган.

Таҳлиллар ва натижалар. Савдо хизматлари соҳаси республикамиз иқтисодиётининг муҳим тармоқларидан бири ҳисобланиб, соҳанинг барқарор ривожланиши учун ўзига хос қулай тадбиркорлик муҳити шаклланиши билан ажралиб туради. Рақобат устунликлари ҳар хил турдаги маҳсулотлар, корхоналар ва ташкилотлар ёки уларнинг гуруҳлари, иқтисодий муносабатларнинг турли соҳаларидаги етакчилик ва ниҳоят, алоҳида мамлакатлар ёки уларнинг бирлашмалари (минтақавий, сиёсий, этник-маданий) бўлиши мумкин.

Объектлар рақобатбардошлиги маълум бир бозорга ёки бозорни стратегик сегментларнинг белгиларига кўра шаклланиб маълум истеъмолчилар гуруҳига нисбатан белгиланади.

Бозор муносабатларининг бугунги шароитида рақобатбардошлик иқтисодий фаолиятнинг муваффақият омилларидан бири ҳисобланади. Корхонанинг рақобатбардошлиги унинг ажралмас хусусияти сифатида қуйидаги таркибий қисмларини ажратиш кўрсатиш тавсия этилади:

- корхона бозор таклифининг рақобатбардошлиги;
- корхона ресурсларининг рақобатбардошлиги;
- бошқарувнинг рақобатбардошлиги;
- тадбиркорлик ғоясининг рақобатбардошлиги.

Рақобатбардошликнинг асосий жиҳати кўрсаткичларнинг нисбийлик ва динамик хусусиятидир. Нисбийлик шундан далolat берадики, корхона ва рақобатчиларни солиштириш у ёки бу томонга нисбатан рақобатбардош устунликлар ҳақида гапиришга имкон беради. Рақобатбардошликнинг динамик хусусияти унинг доимий ўзгариб туришини белгилаб беради.

Бозорда рақобатбардош объектга эришиш ва уни доимий равишда қўллаб-қувватлаш учун қўлга киритилган рақобатбардош устунликларни сақлаб қолиш, янгиларини излаш ва амалга ошириш керак.

Савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектнинг рақобатбардошлиги турли нуқтаи назардан келиб чиққан ҳолда изоҳланиши мумкин:

- истеъмолчилар учун савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъект томонидан реализация қилинаётган товар ва хизматлар орқали уларнинг эҳтиёжларини рақиб корхоналарга

нисбатан қанчалик қондира олиш имкониятидир. Яъни бунда рақобатбардошлик товар рақобатбардошлиги орқали ифодаланади;

– рақобатчи корхоналар учун ички ташқи бозор талабларига жавоб бера оладиган товар ва хизматлар сотувини йўлга қўйиш ва рақобат устунлигини мунтазам равишда ривожлантириб бориш салоҳияти билан ифодаланади;

– инвесторлар учун савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектнинг мавжуд моддий ва иқтисодий ресурслардан қай даражада самарали фойдалана олиши ва келгусида бозор қийматини ошириб бориш имконияти орқали ифодаланади;

– бозор субъектлари учун корхонанинг рақобатбардош маҳсулотлар реализация қилиши ва мавжуд имкониятлардан самарали фойдаланган ҳолда инновацион ўсиш суратлари ва омилларини намоён қилиш салоҳиятидир.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда биз К.М.Ибодов [8, 9] томонидан изоҳланган “корхона рақобатбардошлигига таъриф беришда умумтан олинган “рақобатбардошлик” категориясидан четга чиқмаслик мақсадга мувофиқ-

дир. Яъни ҳар қандай шароитда ҳам рақобатбардошлик танлаб олинган объект (бизнес, товар, корхона, ҳудуд, мамлакат)га нисбатан қўлланилади. Корхона рақобатбардошлиги деганда, унинг рақиб корхоналарга нисбатан товарлар ва хизматлар бозоридаги ҳолати, рақобат қурашига бардош бера олиш имконияти ҳамда ушбу ҳолат ва имкониятларнинг барқарорлиги билан изоҳланувчи нисбий кўрсаткич тушунилади” деган фикрини тўлиқ маъқуллаймиз. Шу асосда савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектнинг рақобат устунлиги узоқ вақт давомида қўллаб-қувватлаб туриладиган рақобатбардошлик даражасидир.

Фикримизча, рақобатбардошликни ички омилларга асосланган рақобатбардошлик ҳамда ташқи омилларга асосланган рақобатбардошлик кўрсаткичлари сифатида таснифлаш мақсадга мувофиқ. Мазкур тасниф келгусида савдо хизматлари кўрсатувчи субъектларнинг рақобат устунликларидан фойдаланиш ҳамда унга эришиш имконини беради (1-жадвал).

1-жадвал

Корхонанинг рақобатбардошлик омиллари таснифи

Имтиёзлар тури	Имтиёзлар яратишга ёндашувлар
Ташқи омиллар гуруҳи	Мижозлар билан алоқалар; содиқ мижозлар сонининг кўпайиши
	Ҳуқуқий жиҳатлар
	Янги рақобатчиларнинг бозорга киришига тўсқинлик қилувчи маҳаллий қонунлар
	Солиқ имтиёзлари
	Манзил
	Етказиб берувчилар
Ички омиллар гуруҳи	Ҳамкорлик муносабатлари
	Эксклюзив маҳсулот
	Миқёс самараси туфайли арзон нархлар; ассортимент кенглиги;
	Қулай харид шартлари
	Паст нархлар
Савдо ҳажмининг кенглиги	

Манба: муаллиф ишланмаси.

Шуни таъкидлаш керакки, ушбу рўйхат тўлиқ эмас. Савдо ходимларининг ҳар қандай тадбири рақобат устунлигига эришишга имкон бериши мумкин.

Рақобатбардошликни баҳолашнинг энг муҳим мақсади корхонанинг иқтисодий самардорлигини оширишдир. Рақобатбардош корхоналарнинг бозордаги фаолияти ва мустақкам мавқега эга бўлиши муҳим аҳамиятга эга.

Бизнинг фикримизча, савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектнинг рақобатбардошлигини тавсифловчи мезонлар қуйидаларга асосланиши лозим:

– корхона хўжалик фаолиятининг якуний мақсадли натижаларини акс эттириши;

– белгиланган мақсадларга эришиш учун корхона харажатлари даражасини белгилаш;

– бошқа корхоналарнинг шу каби мезонлари билан ўзаро таққосланиши;

– таҳлилли кўрсаткичларнинг келгусида янада деталлашган кўрсаткичларга ажратилиш имкониятига эга бўлиши;

– вақт омилини ҳисобга олиши.

Савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектларнинг рақобатбардошлиги бир вақтнинг ўзида бир нечта мезонлар ёрдамида баҳо-ланиши мумкин. Савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектнинг рақобатбардошлигини қуйидаги 2-жадвалда мезонлар ва кўрсаткичлар асосида тўлдиришни таклиф қиламиз.

Савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъект рақобатбардошлигини баҳолаш мезонлари ва кўрсаткичлари

Рақобатбардошлик мезонлари	Рақобатбардошлик кўрсаткичлари
Корхонанинг техник даражасини баҳолаш мезонлари	савдо фаолиятини автоматлаштириш ва рақамли технологияларнинг жорий этилиш даражаси
Меҳнатни ташкил этиш даражаси мезонлари	меҳнатнинг илмий ташкил этилиши ва иш жойларининг рақамли технологиялар билан жиҳозланиши
Товарлар ассортиментини баҳолаш мезонлари	корхонанинг бозор улуши ҳолати ва динамикаси
Талабни рағбатлантириш самарадорлиги мезонлари	корхонанинг сотиш ҳажми ва динамикаси
Бошқарув самарадорлиги мезонлари	бошқарув харажатларининг ҳажми ва минималлашуви даражаси
Меҳнат ресурсларининг ҳолати ва малакаси мезонлари	савдо ходимларининг касбий малакаси; ходимларни рағбатлантириш тизимининг самарадорлиги; ишлаб чиқариш фаолиятида менежерлар ва техник ходимларнинг иштирок даражаси; ходимлар мотивацияси ва ишдан қониқиш даражаси

Манба: муаллиф ишланмаси.

Рақобатбардошликнинг санаб ўтилган мезонлари бир-бири билан чамбарчас боғлиқ. Уларнинг ҳар бирининг кўрсаткичининг ўзгариши бошқа кўрсаткичларнинг муқаррар ўзгаришига олиб келади. Ушбу ҳолат савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектнинг ташқи муҳит шароитларига мослашуви учун ўзгаришларни амалга оширишда корхона раҳбарияти томонидан ҳисобга олиниши мақсадга мувофиқ. Шу билан бирга, аксарият иқтисодчи олимлар томонидан рақобатбардошликнинг кўпинча сўров натижаларига асосланган ҳолда эксперт усулида баҳоланиши, амалиётда кенг қўлланиладиган рентабеллик ва иқтисодий салоҳият кўрсаткичлари эса корхонанинг молиявий ҳужжатларини таҳлил қилишга асосланиши ҳамда тижорат сири билан боғлиқ жабҳалари мустақил тадқиқотлар олиб боришга тўсқинлик қилишини эътиборга олган ҳолда ушбу таклиф этилаётган савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъектнинг хизматлар сифати ва миқдорлар нуқтаи назаридан рақобатбардошлигини баҳолашда самарали қўлланилиши мумкин.

Биз томонимиздан таклиф этилаётган рақобатбардошлик мезонлари ва кўрсаткичлари савдо корхоналарида хизматлар сифатини такомиллаштириш асосида рақобат устунлигига эришиш учун энг самарали чора-тадбирларни ишлаб чиқиш имконини беради.

Таклиф қилинаётган рақобатбардошлик кўрсаткичлари Самарқанд шаҳридаги савдо фаолияти билан шуғуллануви “ХХХ”, “УУУ” ва “ЗЗЗ” корхоналари рақобатбардошлигини баҳолашда қўлланилди.

Кўрсаткичларнинг аҳамиятлилик даражаси (A_k) эксперт сўрови усулига асосланади ва қуйидаги формула билан ифодаланади.

$$A_k = \frac{\sum_{i=1}^n b_i}{N} \quad (1)$$

Бу ерда: A_k – нпараметрнинг аҳамиятлилик даражаси; n – параметр рақами; u – эксперт рақами; N – экспертлар сони; b_i – балл, ипараметрга n -эксперт томонидан берилган балл; b_n – n -эксперт томонидан барча параметрларга берилган балл. Рақобатбардошлик кўрсаткичларининг ишончилиги конкордация коэффиценти K_k орқали баҳоланади ва қуйидаги формула билан ифодаланади.

$$K_k = \frac{12S(b_j - b_{\text{орт}})}{m^2 n(n^2 - 1)} \quad (2)$$

Бу ерда: b_j – жами баллар йиғиндиси; $b_{\text{орт}}$ – ўртача балл; m – экспертлар сони; n – баҳоланаётган кўрсаткичлар сони (бизнинг мисолимизда 9 та). Рақобатбардошлик кўрсаткичининг ишончилиги даражасини ҳисоблаймиз:

$$K_{k\text{Market}} = \frac{12 * (28.11 - 3.12)}{14 * 9(9^2 - 1)} = 0.029$$

$$K_{k24soat} = \frac{12 * (25.68 - 2.85)}{14 * 9(9^2 - 1)} = 0.027$$

$$K_{kPanjobSavdo} = \frac{12 * (22.78 - 2.53)}{14 * 9(9^2 - 1)} = 0.024$$

Конкордация коэффицентининг қиймати ҳам экспертлар фикрининг ўзаро уйғунлигини ҳамда рақобатбардошлик кўрсаткичининг ишончилигини яна бир марта асослайди.

Ҳисоблаш натижаларига кўра, биз томонимиздан танлаб олинган кўрсаткичлар асосида баҳоланган рақобатбардошлик даражаси бўйича SMarket корхонасининг кўрсаткичлари энг юқори экан. Ушбу корхонада рақобатбардошлик даражасининг юқорилиги савдо фаолиятининг автоматлаштирилиши ва рақамли технологиялардан фойдаланиш даражасининг юқорилиги, сотиш ҳажмининг динамикаси, бошқарув харажатларининг пастлиги, савдо ходимларини рағбатлантириш тизимининг самарадорлигига боғлиқлиги аниқланди. Ҳисоб-китоб натижалари қуйидаги 3-жадвалда келтирилган.

Самарқанд шаҳридаги савдо фаолияти билан шуғулланувчи SMarket, 24Soat ва PanjobSavdo корхоналари рақобатбардошлиги таҳлили

Рақобатбардошлик мезонлари	Рақобатбардошлик кўрсаткичлари	Ак	SMarket	24Soat	PanjobSavdo
Корхонанинг техник даражасини баҳолаш мезонлари	савдо фаолиятини автоматлаштириш ва рақамли технологияларнинг жорий этилиш даражаси	0,40	4,03	3,73	2,33
Меҳнатни ташкил этиш даражаси мезонлари	меҳнатнинг илмий ташкил этилиши ва иш жойларининг рақамли технологиялар билан жиҳозланиши	0,60	0,82	5,38	1,99
Товарлар ассортиментини баҳолаш мезонлари	корхонанинг бозор улуши ҳолати ва динамикаси	0,52	4,24	4,54	3,81
Талабни рағбатлантириш самарадорлиги мезонлари	корхонанинг сотиш ҳажми ва динамикаси	0,68	2,49	1,73	3,07
Бошқарув самарадорлиги мезонлари	бошқарув харажатларининг ҳажми ва минималлашуви даражаси	0,41	1,71	1,25	2,33
Меҳнат ресурсларининг ҳолати ва малакаси мезонлари	савдо ходимларининг касбий малакаси	0,74	6,39	1,89	3,39
	ходимларни рағбатлантириш тизимининг самарадорлиги	0,75	2,48	1,43	2,17
	ишлаб чиқариш фаолиятида менежерлар ва техник ходимларнинг иштирок даражаси	0,21	0,38	0,37	0,54
	ходимлар мотивацияси ва ишдан қониқиш даражаси	0,68	5,57	5,36	3,15
Рақобатбардошликнинг умумлашган кўрсаткичи			28,11	25,68	22,78

Манба: тадқиқотлар асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Хулоса ва тақлифлар. Савдо корхоналарининг рақобатбардошлигини оширишда қуйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз:

- савдо фаолиятининг автоматлаштирилиши ва рақамли технологиялардан фойдаланиш даражасини ошириш;
- сотиш ҳажмининг динамикасини барқарор сақлаб қолиш. Бунинг учун сотишнинг замонавий усуллари билан фойдаланиш ва самарали маркетинг технологияларини кенг жорий этиш;

– бошқарув харажатларининг мунтазам равишда пасайиб боришига эришиш орқали маблағларнинг такрор хосил бўлишини тезлаштириш;

– савдо ходимларини рағбатлантиришнинг самарали тизимини ишлаб чиқиш.

Ушбу тақлифларнинг амалиётда жорий этилиши савдо корхоналарининг рақобатбардошлигини таъминлашга ва келгуси истиқболдаги барқарорлигини сақлаб қолишга имкон беради.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Шарипов И.Б., Хакимов З.А. Енгил саноат корхоналари рақобатбардошлигини баҳолаш услубларини такомиллаштириш. // "Иқтисодий ва инновацион технологиялар" илмий-электрон журнали. 3-сон, май-июнь, 2017 йил.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. / М.Портер; пер. с англ. 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
3. Болтабоев М. Тўқимачилик саноатида маркетинг стратегияси. – Т.: Фан, 2004. – 223 б.
4. Солиев А., Бузрукхонов С. Маркетинг. Бозоршунослик. Дарслик. – Т.: Иқтисод-молия, 2010. – 294 б.
5. Абдукаримов Ф.Б. Савдода бозор механизмини такомиллаштириш ва самарадорлигини ошириш йўллари (Самарқанд вилояти мисолида). Иқтисодий фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Самарқанд: СамИСИ, 2011. – 156 б.
6. Абдукаримов Б.А. ва бошқалар. Савдо иқтисодийети муаммолари. Ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисод-молия, 2016. – 504 б.
7. Нормуродов У.Н. Чакана савдо хизматлари кўрсатувчи иқтисодий субъект рақобатбардошлигини ифодаловчи кўрсаткичлар. // Сервис журнали. – Самарқанд, 2019 й. 2-сон, 34-36-б.
8. Ибодов К.М. Монополияга қарши бошқарув назарияси. Ўқув қўлланма. – Т.: "Iqtisod-moliya" нашриёти, 2020 йил. – 308 бет.
9. Ибодов К. Ресторан хизматлари соҳаси рақобатбардошлигини баҳолаш услубиятини кенгайтирилган маркетинг комплекси (7P'S) ва миқдорнинг қониққанлик индекси (CSI) асосида такомиллаштириш. // Iqtisodiyot va ta'lim, 2022, 23 (1), 173-180. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/369>