

6. Янги Ўзбекистон (<https://yuz.uz/news/turizmni-rivojlantirish-imkoniyatlari-korsatib-otildi>). Туризмни ривожлантириш имкониятлари кўрсатиб ўтилди.
7. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 06.01.2019 й., 06/18/5611/2430-сон, 15.08.2019 й., 06/19/5781/3567-сон, 20.09.2019 й., 06/19/5833/3774-сон.
8. Сафаров Б.Ш. Миллий туризм бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари. Монография. – Т.: Фан ва технология, 2016. – 184.
9. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. – М.: Финансы и статистика, 2003. С. 10-11.
10. Муаллиф ишланмаси.
11. Голышева Е.В. Совершенствование организации и механизма регулирования развития туризма в рыночных условиях. – Т., 2012. С. 81.
12. Квартальнов В.А. Туризм. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. С. 176.
13. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 08.02.2018й., 07/18/3514/0672-сон; Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 31.07.2018 й., 06/18/5483/1594-сон; 11.12.2019 й., 06/19/5892/4134-сон; 20.06.2020 й., 07/20/4755/0783-сон.
14. 1-банд. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 11 ноябрдаги 713-сонли қарори таҳририда – Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 12.11.2020 й., 09/20/713/1504-сон.
15. Экономика и организация туризма. / Под ред. Е.Л.Драчева, Ю.В.Забавев, Д.К.Исмаев. – М.: КНОРУС, 2005. – 576 с.
16. Муаллиф ишланмаси.



РЕСТОРАН ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИНИ ТАДҚИҚ ЭТИШНИНГ НАЗАРИЙ-МЕТОДОЛОГИК ЖИҲАТЛАРИ

Ибодов Камолiddин Маматқулович -
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институтини катта ўқитувчиси

https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss4/a44

Аннотация. Мақолада ресторан хизматлари соҳасини тадқиқ этишнинг назарий-методик жиҳатлари ёритилган бўлиб, илмий адабиётларда келтирилган муаллифлик таърифлари танқидий таҳлил қилинган ҳолда муаллифлик талқинидаги такомиллашган таърифи ишлаб чиқилган, ресторан хизматлари соҳасини миллий иқтисодиётнинг алоҳида хизматлар соҳаси тармоғи сифатида ўрни ва аҳамияти асослаб берилган.

Калит сўзлар. ресторан хизматлари, умумий овқатланиш, ижобий самара, сервис ландшафти, истеъмол таомиллари.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СФЕРЫ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ

Ибодов Камолiddин Маматқулович -
ст.преп. Самаркандский институт
экономики и сервиса

Аннотация. В статье описываются теоретико-методологические аспекты изучения ресторанных услуг, анализированы авторские определения ресторанных услуг и разработано усовершенствованное авторское определение понятия «ресторанные услуги». Обоснованы роль и значение ресторанных услуг как отдельной отрасли сферы услуг национальной экономики.

Ключевые слова: ресторанные услуги, общественное питание, положительный эффект, сервисный ландшафт, потребительские навыки.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF RESTAURANT SERVICES RESEARCH

Ibodov Kamoliddin Mamatkulovich -
Senior Lecturer Samarkand institute of
economics and service

Abstract. The article describes the theoretical and methodological aspects of the study of restaurant services, analyzes the author's definitions of restaurant services and develops an improved author's definition of the concept of «restaurant services». The role and importance of restaurant services as a separate branch of the service sector of the national economy is substantiated.

Keywords: restaurant services, catering, positive effect, servicecape, consumer skills.

Кириш. Мамлакатимизда кечаётган глобал ўзгаришлар натижасида “умумий овқатланиш” ёки “овқатланиш хизматлари” тушунчасининг тўлалигича “ресторан бизнеси” ҳамда “ресторан хизматлари”га алмашинуви рўй берди. Мазкур трансформациялашув нафақат атамалар нуқтаи назаридан, балки овқатланиш жараёнини инновацион ташкил этиш жиҳатидан ҳам амалга ошди.

Замонавий иқтисодий фаолиятда ресторан хизматларининг аҳамияти жуда катта. Одатда ресторан хизматлари алоҳида индивид, гуруҳ ёки фирма томонидан амалга оширилади. Ресторан хизматлари биринчи навбатда алоҳида индивид, гуруҳ ёки ҳудудга муайян тўлов асосида овқатланиш билан боғлиқ маълум хизматлар кўрсатишга йўналтирилган. Бундай шароитларда “ресторан хизматлари”, “ресторан хизматлари соҳаси” тушунчаларини тадқиқ этиш муҳим ҳисобланади.

Хизмат тушунчасининг умумлашган таърифи мамлакатимиз олимларидан М.Қ.Пардаев[1], М.А.Юсупов, Ш.Д.Эргашходжаева[2], Ж.Қурбонов[3], А.Бектемиров[4], Н.М.Набиева[5], жумладан муаллифнинг илмий тадқиқотларида ҳам такомиллаштирилган.

Фикримизча, ресторан хизматларига таъриф беришда уларнинг ўзига хос хусусиятлари билан боғлиқ жиҳатлари, мазкур соҳада фаолият юритаётган иқтисодий субъектлар нафақат ишлаб чиқариш ва сотиш фаолиятини, балки истеъмол жараёни ҳамда у билан боғлиқ турли маданий ва кўнгилочар тадбирларни ҳам қамраб олишини эътиборга олиш мақсадга мувофиқ. Шу билан бирга хизматларнинг *сезилмаслик, сақланмаслик, сифатнинг доимий эмаслиги, сервиснинг манбаидан ажралмаслиги* сингари ўзига хос хусусиятлари ҳам ахборотлашган жамият омиллари таъсирида ўз аҳамиятини йўқотиб бормоқда[6]. Бунинг натижасида ресторан хизматлари тушунчасининг умумлашган ягона таърифини ишлаб чиқиш масаласи янада актуаллашади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Ресторан хизматлари – маълум иқтисодий тизимга тааллуқли товар ёки хизмат ҳолатининг ўзгариши бўлиб, иккинчи тизимнинг талаби ва биринчи тизимнинг имконияти ҳамда розилиги натижасида вужудга келади[7]. Ресторан хизматлари фаолият натижаси сифатида айирбошлаш ёки савдо предмети, шу билан бирга бевосита ишлаб чиқарувчисидан ажралмайдиган фаолият тури сифатида ҳам ўрғаниш зарур эканлигини англатади.

Н.А. Платонованинг фикрича, ресторан хизматлари – зарур меҳнатнинг ижобий самараси бўлиб, инсонларнинг бирламчи эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилган[8].

И.М. Лифицнинг фикрича, ресторан хизматлари – бир томоннинг иккинчи томонга айирбошлаши билан боғлиқ таклифи бўлиб, хизмат кўрсатиш жараёни келгусида бирор моддий товар ёки хизматга эга бўлиш ёки бўлмастик кўзда тутмайди[9].

Н.Ю. Червяковнинг фикрича, ресторан хизматлари инсонларнинг лаззатли, хилма-хил ва соғом овқатланишга эҳтиёжларини қондиришга қаратилган умумий овқатланиш ташкил этиш ва бошқариш билан боғлиқ тадбиркорлик фаолияти бўлиб, бир вақтнинг ўзида фойда олишга ҳам йўналтирилган[10].

В.В.Тымчукнинг фикрича, “Ресторан бизнеси – махсус ажратилган жойларда мижозларнинг сифатли овқатланишга эҳтиёжларини қондириш, шунингдек, муассаса турига мувофиқ ҳолда муайян хизматлар (муסיқа, кўнгилочар тадбирлар) ҳам таклиф қилувчи, барча санитария-гигиена, қонунчилик талаблари асосида тадбиркорлик фойдасини олишни кўзловчи ташкилотдир”[11].

В.В.Бородина томонидан берилган таърифда “Ресторан бизнеси – муайян ажратилган жойларда мижозларнинг овқатланиш ва ичимликлар билан таъминловчи, айрим асосий ва қонунчилик ва гигиеник талабларга жавоб берувчи хизмат кўрсатиш шаклидир”[12].

И.Е.Жидкова “ресторан” – ташкилий техник жиҳатдан яхлит бўлган, кенг турдаги ассортимент, сервис ва ҳордиқ чиқаришнинг юқори даражаси асосида фойда олишга қаратилган умумий овқатланиш корхонаси” сифатида изоҳ беради. Мазкур таърифга кўра ресторан бизнеси институционал нуқтаи назардан миллий иқтисодиётда муҳим ижтимоий ва иқтисодий функцияларни бажаради[13].

Т.Н.Полякова томонидан ресторан хизматларига нисбатан берилган “жамият аъзолари, уй хўжаликлари, турли корхоналар, ташкилот ва уюшмаларнинг шахсий ёки жамоавий эҳтиёжларини қондиришга қаратилган иқтисодий фаолият тури”[14] сифатида таъриф берилган.

Албатта, бозор муносабатлари қарор топмаган шароитда ҳам ресторан хизматлари мижозлар эҳтиёжларини қондиришда ўз ўрни ва аҳамиятига эга бўлган. Шу боисдан ҳам ресторан хизматлари тушунчасига жамиятнинг иқтисодий муносабатлар тизимидаги ўрни ва аҳамиятидан келиб чиққан ҳолда мамлақати-

миз ва хориж олимлари турлича фикр-мулоҳазалар ва таърифлар келтиришган. Ушбу фикр-мулоҳаза ва таърифларини таҳлил қилган ҳолда таъкидлаш жоизки, ресторан хизматлари инсонларнинг жамият эҳтиёжини қондиришга мақсадли йўналтирилган меҳнат фаолияти натижаси ҳисобланади.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот давомида индукция ва дедукция, манتيқий таҳлил усуллари билан фойдаланилган. Тадқиқот натижаларини умумий яхлит тарзда ифодалаш мақсадида жадвал ва расмлардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Ресторан хизматлари соҳасига берилган таърифлар ҳамда турли ёндашувлар асосида унинг аҳолининг барча тоифалари учун оқилона овқатланиш, шунингдек хордиқ чиқаришни ташкил қилиш ҳамда бу фаолият билан боғлиқ қўшимча хизматлар мажмуидан иборат эканлигига гувоҳ бўлишимиз мумкин.

Замонавий бозор муносабатлари тизимида кўпгина хизматлар моддийлашув ёки конвергенциялашуви билан ҳам изоҳланади. Бунда товарлар бир вақтнинг ўзида номоддий элементларга, хизматлар эса моддий элементларга эга бўлиб боради. Маркетинг нуқтаи назаридан ресторан хизматларининг моддийлашувини таъминловчи ресторан хизматларини замонавий интерьерлар, ошхона анжомлари, рестораннинг экстерьерлари, турли хид, ранг, ҳаракатлар, мусиқаларсиз тасаввур этиш қийин [15]. Бундай омилларни хизмат кўрсатиш билан боғлиқ “сервис ландшафти” деб ҳам тушуниш мумкин. Бу муҳитда хизмат кўрсатиш жараёнини соддалаштириш ва ҳис этилиш даражасини оширишга имкон берувчи турли моддий материаллар ёрдамида ресторан ва мижоз ўртасидаги ўзаро муносабатлар амалга ошади, хизматларнинг рақобатчи ресторан хизматларидан фарқланиши, юқори баҳоланишини таъминланади. Айрим ҳолларда “сервис ландшафти” сифатида моддий объектлар ҳам тушунилади ва умумий ҳолда сервис деб аталади. Бошқа ҳолатларда моддий буюм, материаллар мижозларга кўрсатилаётган хизматлар сифатини оширувчи восита сифатида ўрганилади [16].

Ресторан хизматлари ресторанларнинг жойлашиши, кўп сонли аҳоли мавжудлигига боғлиқ бўлиб, узоқ муддат давомида сақланиш хусусиятига эга бўлмайди, бу эса ўз навбатида, ресторанларнинг хизмат кўрсатиш чегараси (хизматлар бозорининг иқтисодий ва географик чегараси)га аниқлик киритишни ҳам тақозо этади [17].

Жамият тараққиёти давомида кишиларнинг озиқ-овқатларни истеъмол жараёнини ташкил этишнинг асосий шакли якка тартибда овқатланишга асосланган бўлиб, асосан, бир шахс томонидан ёки оилада ташкил қилинган. Иқтисодий тизимларнинг тараққий этиши турли анъаналар, урф-одат ва истеъмол таомилларига сезиларли таъсир кўрсатади, айниқса, бу овқатланиш билан боғлиқ бўлиб, мазкур истеъмол таомиллари авлоддан-авлодга ўтиб боради. Таъкидлаш жоизки, турли даврларда овқатланишни ташкил этиш шакллари ҳам ўзгариб, кўрсатиладиган қўшимча хизматлар сони ва турлари ҳам мунтазам равишда кўпайиб борган. Шу тарзда ташқи муҳит омиллари ҳам ўзгариб, бу хизмат турлари билан шуғулланувчи субъектларнинг мақсад ва вазифалари туб ўзгаришларга учраган.

Бугунги кунда ресторан хизматлари умумий овқатланишнинг янги сегменти сифатида такрор ишлаб чиқариш, айрибошлаш ва истеъмолдан иборат жараёнларини ўз ичига олган яхлит жараёнлар тизими сифатида қаралмоқда. Ушбу яхлит жараён таркибига шундан келиб чиққан ҳолда, ишлаб чиқариш, истеъмол соҳасига тааллуқли ташкилий, моддий-техник, технологик ва тижорат каби тузилмалари киради.

Таъкидлаш жоизки, умумий овқатланишда ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг аксарияти ўша жойда истеъмол қилинади. Шу боисдан ҳам уларни савдо корхонаси, шунингдек, озиқ-овқат саноати корхонаси сифатида ҳам талқин қилиш мумкин.

Фикримизча, ресторан хизматларининг ўзига хос жиҳати муайян макон ва замонда ишлаб чиқариш, истеъмол ва айрибошлаш жараёнида акс этади. Бундан ташқари унинг қуйидаги хусусиятлари ҳам мавжуд:

- мижозларнинг доимий эмаслиги;
- турли тоифадаги истеъмолчилар гуруҳига хизмат кўрсатиши;
- хомашё, яримтайёр маҳсулотларни қайта ишлаш ва тайёр маҳсулотни реализация қилишнинг қисқа давр мобайнида амага оширилиши;
- зарурий технологик жиҳозларнинг хилма-хиллиги;
- ишлаб чиқариш, сотиш ва истеъмолнинг ўзаро боғлиқ яхлит тизимини акс эттириши;
- истеъмолчилар талабининг тез-тез ўзгариб туриши сабабли мунтазам равишда маркетинг тадқиқотларини ўтказишга эҳтиёж мавжудлиги.

Ресторан хизматлари инсон фаолияти соҳасини ҳам ифодалайди. Шу боис у ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги муносабатлар натижасида вужудга келади. Ресторан хизматлари моддий шаклга эга бўлмайди, мустақил ҳолда мавжуд бўла олмайди ва муайян товар қийматига ҳам киритилмайди [18]. Илмий адабиётларда ресторан хизматларининг айирбошлаш предмети сифатида ягона таърифи келтирилмаган. Айрим иқтисодчи олимлар ресторан хизматларини турли ижтимоий тизим ва ишлаб чиқариш муносабатларида мавжуд инсон фаолиятининг тарихий шаклланиши ва такомиллашган шакли сифатида талқин этади [19].

Ресторан хизматларини ташкил этишда, аввало, моддий маҳсулотлар истеъмоли, иккинчи томондан эса аҳолининг меҳнат қобилияти ёки ишчи кучининг тикланиши рўй беради. Шундай қилиб, такрор ишлаб чиқаришнинг муайян босқичида иштирок этиш орқали ресторан хизматлари соҳаси муҳим ҳисобланган ижтимоий-иқтисодий функцияни бажаради.

Ресторан хизматларининг сақланмаслиги ва сифатининг доимий эмаслиги келгусида улардан фойдаланиш бирор-бир моддийликка эга бўлмаслик, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги муносабатларнинг ижобий бўлиши, гигиеник талабларга тўлиқ риоя этилишини талаб этади. Бу аксарият хизматларга хос бўлмаган хусусиятдир.

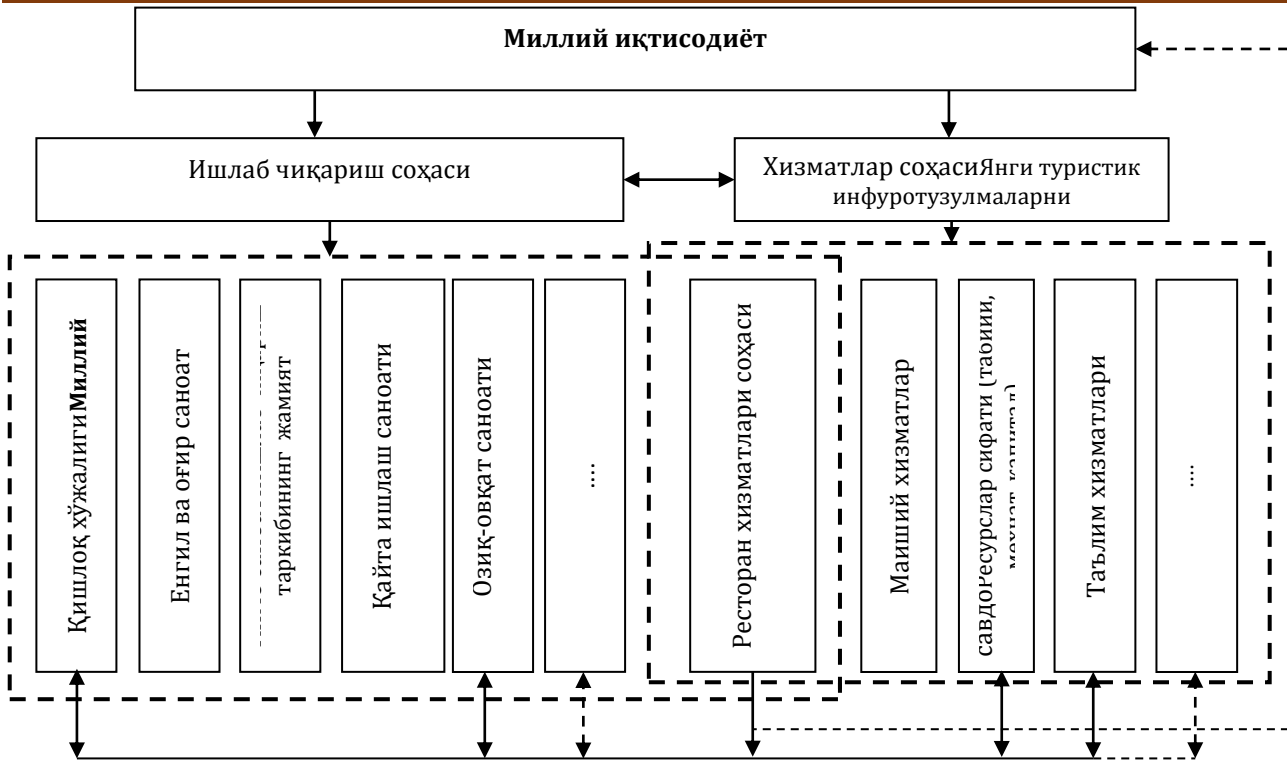
Ресторан хизматларининг ажратиб бўлмаслик хусусияти, фикримизча, уларни ишлаб чиқариш ва истеъмоли билан боғлиқ бўлиб, ишлаб чиқарувчининг истеъмолчига ушбу хизматларни кўрсатиш жараёнида амалга ошади ва хизматни ишлаб чиқариш манбаидан ажратиб бўлмаслигини ифодалайди. Ҳақиқатан ҳам ресторан хизматларини бевосита ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчининг алоқаси асосида амалга ошириш мумкин.

Ресторан хизматлари тушунчасига таъриф беришга қаратилган юқоридаги турли фикрлар, нуқтаи назарларни тадқиқ қилиш замонавий иқтисодий муносабатлар тизими талаблари асосида уларнинг мукамаллашган таърифини ишлаб чиқиш имконини бериши. Фикримизча, *ресторан хизматлари – хизматлар соҳасининг ўзига хос тармоғи бўлиб, юқори даражада индивидуаллашган, мижозларнинг миллий, маданий ва истеъмол таомиллари ҳамда санитария-гигиеник талаблари асосида ташкил қилинган овқатланиш хизматларини кўрсатиш билан боғлиқ янги турдаги моддий нафлиликни яратиш, шунингдек*

истеъмол жараёнини ташкил этиш ҳамда амалга ошириш билан боғлиқ қўшимча хизматлар мажмуидир.

Фикримизча, бу таъриф ресторан хизматларини ижобий самара манбаи сифатида тўлиқ ифодалашга хизмат қилади ва хизматларга берилган умумий таърифга ҳам зид келмайди. Ресторан хизматлари – хизмат кўрсатишнинг охир-оқибат моддийлашган, ҳис этилувчи тури бўлиб, инсонлар моддий нарсабуюмлар, маданий ва маънавий хордиқ чиқариш орқали ижобий самарага эга бўлади.

Ресторан хизматлари кундалик ҳаётда хизматлар кўрсатиш соҳасининг турли тармоқлари билан уйғунлашиб кетган. Бироқ ресторан хизматларини рестороанлар билан ҳамкорлик қилувчи турли тадбиркорлик субъектлари ёки ёрдамчи хўжаликлар учун ҳам тааллуқли деб ҳисоблаш ноўрин. Шунга кўра, ресторан хизматлари аҳоли ва хўжалик юритувчи субъектларга шу турдаги хизматларни кўрсатиш функциясига эга ишлаб чиқариш бўғинларида ёки алоҳида хўжалик юритувчи субъектлар томонидан кўрсатилади. Ресторан хизматларининг яна бир ўзига хос жиҳатларидан бири, соҳада банд бўлган ишчи кучининг аксарияти хизмат кўрсатиш фаолияти билан шуғулланишидир. Шунга кўра у хизматлар соҳасининг тармоқларидан бири сифатида ўрганилади. Бироқ ресторан хизматлари соҳасини ишлаб чиқариш ёки хизматлар соҳасига тааллуқли эканлигини ялпи ижтимоий маҳсулот ва миллий даромаднинг такрор ҳосил бўлишидаги иштироки асосида ҳамда соҳада банд аҳолининг меҳнат хусусиятига асосланган ҳолда асослаш мақсадга мувофиқ. Ресторан хизматлари соҳасида банд бўлган ишчилар меҳнати моддий-ашёвий шаклга эга бўлиб янги истеъмол қийматларида моддийлашади. Шунингдек, ресторан зали ходимлари ёки хизмат кўрсатувчи ходимлар (официантлар)нинг меҳнати асосан тайёр маҳсулотларни реализация қилишга қаратилган ҳолда моддий хизмат ҳисобланади. Демак, ресторан хизматлари соҳасидаги меҳнат ва бажариладиган функциялар хусусиятига кўра хизматлар соҳасининг алоҳида тармоғи сифатида иқтисодиётнинг турдош тармоқларининг ривжланиши ва самарадорлиги ошишига хизмат қилади, истеъмолчиларга моддий хизматлар кўрсатиш билан боғлиқ хизматлари эса унинг ўзига хос жиҳатидир. Фикримизча, ресторан хизматлари соҳасини миллий иқтисодиётнинг алоҳида хизматлар соҳаси тармоғи сифатида қуйидагича тасвирлаш мақсадга мувофиқ (1-расм).



1-расм. Ресторан хизматлари соҳасининг миллий иқтисодиёт тузилмасидаги ўрни
 Манба: тадқиқот натижалари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Шундай қилиб, ресторан хизматлари соҳасининг ижтимоий ва иқтисодий аҳамияти бозор иштирокчиларининг манфаатларини уйғунлаштириш, шу асосда миллий иқтисодиётнинг ривожланиши ва самарадорлигини оширишда намоён бўлади.

Ресторан хизматлари соҳаси миллий иқтисодиётнинг муҳим соҳаларидан бири бўлиши билан бирга алоҳида тармоқ ҳам бўлиб, унинг фаолияти ва ривожланиши миллий иқтисодиётнинг ривожланишида акс этади ва бозор муносабатларининг янада самарали қарор топишини рағбатлантиради.

Хулоса ва таклифлар. Ресторан хизматлари соҳасини тадқиқ этишнинг назарий-методологик жиҳатларини таҳлил қилиш асосида қуйидаги хулосаларга келинди:

- ижтимоий-иқтисодий жараёнларнинг жадаллашуви, рақобат курашининг кучайиб бораётган шароитда хизматлар бозори, жумладан ресторан хизматлари соҳасининг ички ва ташқи муҳитини мунтазам ўрганиш зарурати ортиб бормоқда;

- мамлакатимизда кечаётган глобал ўзгаришлар натижасида “умумий овқатланиш” ёки “овқатланиш хизматлари” тушунчасининг тўлалигича “ресторан бизнеси” ҳамда “ресторан хизматлари” га трансформациялашуви рўй берди.

- ресторан хизматларига аҳолининг сер-

даромад қатлами учун хизмат кўрсатишга мўлжалланган субъект ва у томондан таклиф этиладиган хизматлар сифатида таъриф берилганлигини келгусида ушбу хизмат турларининг оммавийлашуви чекланиши, бугунги кун талабларида овқатланишни ташкил этиш билан боғлиқ хизматлар кўрсатиш тенденциясига мос келмаслигига олиб келган.

- хизматлар соҳаси ривожланишининг постиндустриал характери ресторан хизматлари кўрсатиш – бир вақтнинг ўзида аралаш ҳолда кейтеринг, ортикча буюртмаларнинг мижоз хоҳишига кўра қайта ҳисоб-китоб қилиниши ёки қайтарилиши каби хусусиятлари, унинг аҳолининг барча тоифалари учун оқилона овқатланиш ва хордиқ чиқаришни ташкил қилиш ҳамда бу фаолият билан боғлиқ қўшимча хизматлар мажмуидан иборат эканлигини кўрсатмоқда

- фикримизча ресторан хизматлари – хизматлар соҳасининг ўзига хос тармоғи бўлиб, юқори даражада индивидуаллашган, мижозларнинг миллий, маданий ва истеъмол таомиллари ҳамда санитария-гигиеник талаблари асосида овқатланиш хизматларини кўрсатиш билан боғлиқ янги турдаги моддий нафлиликни яратиш, шунингдек, истеъмол жараёнини ташкил этиш ҳамда хордиқ чиқариш билан боғлиқ қўшимча хизматлар мажмуини ўзида акс эттиради.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Пардаев М., Очилов И. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида самарадорликни ошириш йўллари. Монография. – Т.: Iqtisod-moliya, 2011. 11 б., Очилов И. Бозор муносабатлари шароитида хизматларнинг турлари ва уларнинг таснифи. // Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Монография. – Т.: Iqtisod-moliya, 2008. 37 б.
2. Юсупов М.А., Эргашходжаева Ш.Д. Товарлар ва хизматлар маркетинги. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, Иқтисодиёт, 2013. –174 б.
3. Қурбонов Ж. Хизмат, хизмат кўрсатиш. Сервис. – С.: “Servis” ilmiy-ottabor jurnal. 2009 й. 1-сон, 56-б.
4. Бектемиров А. Иссиқлик таъминоти хизматлари тизимини такомиллаштиришнинг назарий-методологик асослари. Монография. – Тошкент: «Наврўз» нашриёти, 2014. -144 б.
5. Набиева Н.М. Хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантириш бўйича маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) дисс.автореферат: 08.00.11 / Набиева Нилуфар Муратовна. -08.00.11. – Т.: Тошкент давлат иқтисодиёт университети, 2018.– 25 б.
6. Ibodov K.M. Turizmدا marketing. O'quv qo'llanma. – Т.: Fan va texnologiyalar nashriyoti, 2019. – 261 bet. 196-б.
7. Ибодов К.М. Ресторан хизматларини бошқариш самарадорлигини оширишнинг инновацион усуллари // Actual problems of modern science and innovation in the central asian region: collection of articles of the international conference. – Jizzahk, 2020. – 718 pages. 415-423 бб
8. Платонова Н.А. Экономические проблемы бытового обслуживания населения в период формирования рынка /Н.А.Платонова. – М., 2005. – 112 с.
9. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг /И.М.Лифиц. – М.: Юрайт-М, 2001. - 244 с.; Марвин Б. Как привлечь клиента и удержать в вашем ресторане /Б.Марвин. – М.: Издательство Жигульского (ООО «Современные розничные и ресторанные технологии»), 2002. - 216 с.; Маркетинговые исследования Российского рынка общественного питания: рестораны и фаст- фуды. – М.: Вып. 3- 2007. -187 с.; Кристофер Эгертон-Томас. Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном: Пер. с англ. – М.: РосКонсульт, 2001. – 272 с.
10. Червяков Н.Ю. Микрологистическая система управления производственными процессами на предприятиях быстрого питания// Старт в науке. – 2019. – № 6. – С. 6-6; URL: <http://science-start.ru/ru/article/view?id=1810>
11. Тымчук В. В. Предпринимательские решения в развитии ресторанного бизнеса (на примере Санкт-Петербурга): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2006. – С. 10
12. Бородина В. В. Маркетинг услуг. – М.: Гардарика, 2004. – С. 371.
13. Жидков И. Е. Формирование и развитие рынка услуг ресторанного бизнеса в экономике России: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Тамбов, 2003. – 26 с.
14. Полякова Т.Н. Регулирование регионального рынка социально значимых услуг. Автореф. дисс.канд.экон.наук: 08.00.05/Т.Н.Полякова. – Воронеж, 2004. -22с
15. The Influence of Service Marketing Mix on Customer Choice of Repeat Purchase of Restaurant in Kumasi, Ghana/European Journal of Business and Management/Vol.8, No.11, 2016
16. Ибодов К.М., Базаров З.М. Ресторан бизнесида хизматлар сифатини оширишнинг маркетинг концепцияси// “Халқаро ва ички туризмни ривожлантириш муаммолари” мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани. – Самарқанд: СамИСИ, 2016 йил 2-3 июнь. 278-281-бетлар.
17. Пекишева Е.П. Инновационный механизм управления ресторанным бизнесом: автореферат дисс. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Пекишева Екатерина Павловна. – М.: Ин-т междунар, права экономики им. А.С. Грибоедова, 2012. - 26 с.
18. Ibodov K.M. Restoran ishida marketing. – Darslik. – Т.: “Iqtisod-moliya” nashriyoti, 2021 yil.– 464 bet. 196 бет.
19. Ибодов К.М. Ресторан хизматларининг инновацион салоҳиятини таҳлил қилиш ва баҳолаш услубиятини такомиллаштириш. // “Biznes-Эксперт” Иқтисодий илмий-амалий журнали, 2021 йил 1 (157)-сон, 74-79-б.
20. Ибодов К.М., Банк хизматлари рақобатбардошлигининг маркетинг тадқиқотлари: Монография. – Тошкент: “Наврўз” нашриёти. 2016 йил. -150 бет. 132-б.