

1/2024,
yanvar-
fevral
(№ 00069)



САВДО ХИЗМАТЛАРИНИНГ ТАСНИФЛАШ ТИЗИМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Рахматов Акмал Анвар ўғли

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, мустақил тадқиқотчи,
raanakmal@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-8327-2702>

DOI: https://doi.org/10.55439/EIT/vol12_iss1/i21

Аннотация

Мақолада савдо хизматларининг иқтисодий хусусиятини чуқур тадқиқ қилиш, янги хизмат турларининг пайдо бўлиш хусусиятини очиб бериш ҳамда хизмат турларининг келиб чиқиши ва моҳиятига кўра холис гуруҳлаш масалалари ёритилган. Савдо хизматининг сотиш жараёнини рағбатлантириш нуқтаи назаридан таъминчилар ёки воситачиларни ҳамда истеъмолчиларни рағбатлантиришга йўналтирилганлигидан келиб чиқиб савдо хизматларини таснифлаш таклиф қилинган.

Калит сўзлар: хизмат, савдо хизматлари, савдо жараёни, сотишни рағбатлантириш, харид афзаллиги, савдо хизматлари рақобатбардошлиги

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КЛАССИФИКАЦИИ ТОРГОВЫХ УСЛУГ

Рахматов Акмал Анвар ўғли

Самарқандский институт экономики и сервиса. Научный исследователь.

Аннотация

В статье проводится углубленное изучение экономической сущности торговых услуг, выявление характера появления новых видов услуг, классификация услуг по их сущности и происхождению в процессе торговли. Предложена классификация торговых услуг с точки зрения как механизм стимулирование поставщиков, торговых посредников и потребителей.

Ключевые слова: услуги, торговые услуги, процесс продаж, стимулирование сбыта, покупательское предпочтения, конкурентоспособность торговых услуг.

IMPROVING THE SYSTEM OF CLASSIFICATION OF TRADING SERVICES

Rakhmatov Akmal Anvar ogli

Samarkand institute of economics and service. Researcher.

Abstract

The article provides an in-depth study of the economic essence of trading services, revealing the nature of the emergence of new types of services, classifying trading services according to their essence and origin in the process of trading. A classification of trading services is proposed from the point of view as a mechanism to stimulate suppliers, commercial intermediaries and consumers.

Keywords: services, trade services, sales process, sales promotion, consumer preferences, competitiveness of trade services.

Кириш

Жаҳон миқёсида савдо соҳасида рўй бераётган муҳим ўзгаришлардан бири сифатида истеъмолчиларга янгидан-янги товар турларини таклиф қилишни кенгайтириш эмас, балки уларнинг истеъмол талабини рағбатлантириш, тўйинган бозорларда товарларнинг харид афзаллиги ва истеъмол қимматдорлигини оширишга йўналтирилган кенг турдаги савдо хизматларини йўлга қўйишга кенг урғу берилаётганлигини кўрсатишимиз мумкин. Рақобатнинг глобаллашуви ва кучайиши савдо соҳаси субъектлари фаолиятини бир томондан ташкилий-технологик йўналишда, иккинчи томондан илғор маркетинг технологиялари асосида ривожлантиришни талаб қилмоқда. Бунинг яққол далили сифатида Otto Group, IKEA, Lidl ва Kaufland, WalMart каби хорижий савдо компанияларининг илғор тажрибаларидан миллий корхоналарда кенг қўлланилаётганлигини кўришимиз мумкин. Айниқса савдо жараёнининг соддалаштирилиши, исталган вақт momentiда кўрсатилишига эришиш, мижозларга истеъмол қимматдорлигини таъминлаш савдо соҳаси субъектлари рақобатбардошлигини таъминлашда бугунги кун талабига айланган.

Ўзбекистон Республикаси савдо соҳаси миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларидан бири сифатида ЯИМ 6,5%ини яратади, соҳада банд бўлганларнинг жами улуши иқтисодий фаол аҳолининг 9,64%(1570,9) ни ташкил этмоқда[1]. Савдо соҳасида рақобатбардошликнинг асосий омилларидан бири савдо хизмати турларини кенгайтириш асосида мижозларнинг қониққанлик даражасини ошириш, савдо товарининг харид афзаллигини янади ошириш ҳисобланади. Шу билан бирга аҳоли турмуш даражаси ва фаровонлигининг ҳам сезиларли даражада ошганлиги савдо соҳаси субъектлари томонидан савдо хизматлари турларини кўпайтиришни тақозо қилмоқда.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Хорижлик олимлардан М.Леви, Б.А.Вейтцлар савдо хизмати тушунчасига “..савдо сервиси дўконга ташриф буюришнинг қимматдорлигини таъминлайди ва савдо жараёнини яхшилашга йўналтирилган. Юқори даражада ташкил этилган савдо сервиси истеъмолчиларнинг содиқлигини оширади ва фирма имижини мустаҳкамлайди” деб таърифлайди [2].

РФ иқтисодчи олими Д.А.Поповнинг илмий ишларида савдо корхоналари ва савдо шаклларининг хилма-хиллиги аввало савдо хизматлари турларига боғлиқ эканлиги, товарларни сотиш жараёни, ижтимоий аҳамияти, сотиш жойи ва вақти, савдо ходимларининг меҳнати хусусияти ва давомийлигига боғлиқ ҳолда асосий ва харид жараёнига кўмаклашиш, ахборот-маслаҳат ва истеъмолчиларга қулайлик яратиш қўшимча савдо хизматларига таснифлаш лозимлиги илгари сурилган[3].

Д.А.Кархнинг илмий ишларида ҳам шу йўналишдаги фикрлар мужассамлашган бўлиб, савдо хизмати сифатида сотувчи ва харидор ўртасидаги иккитомонлама иқтисодий муносабатлар тушуниб, истеъмол товарларини ўзаро нафли ва манфаатли шартларда харид қилинишини, харидор учун савдо хизмати моддий неъмат шаклида истеъмол қимматдорлигини оширишга йўналтирилганлиги таъкидланган. Савдо соҳасининг ўзига хос жиҳати ва ижтимоий-иқтисодий аҳамиятини ҳисобга олиб савдо хизматларини истеъмол товарлари олди-сотди жараёнида

сотувларни ташкил қилиш ва самарали кўрсатиш сифатида изоҳлаш лозим деб ҳисоблайди[4].

Мамлакатимиз олимларидан Б.А.Абдукаримовнинг илмий асарларида “савдо хизмати” тушунчасига кенг маънода, “савдо – хизматнинг алоҳида тури сифатида бир томондан ишлаб чиқарувчиларга, иккинчи томондан истеъмолчиларга, учинчи томондан давлатга ва тўртинчидан бошқа иқтисодий тармоқлари ва соҳаларига хизмат кўрсатиши, ушбу хизматлардан истеъмолчи сифатида фойдаланишлари ва улар билан алоқада бўлиши”ни таъкидлайди[5].

Э.С.Файзиевнинг таъкидлашича, “савдо хизмати - сотувчи ва харидорнинг ўзаро ҳаракати натижаси ва сотувчининг харидорлар эҳтиёжларини қондиришга қаратилган фаолиятидир”[6].

Э.Шавқиев, У.Н.Нормуродов, З.К.Рахимовларнинг илмий тадқиқотларида савдо хизмати – инсоннинг инсонга йўналтирган бевосита хизмат, моддий буюм (товар)ларнинг бир жойдан иккинчи жойга кўчишини таъминловчи ва истеъмолчиларга билвосита таъсир этувчи омил” – сифатида изоҳ берилган[7].

Тадқиқот методологияси

Тадқиқот давомида индукция ва дедукция, ўртача миқдорлар, гуруҳлаш, ижтимоий сўров, анкета, мантиқий таҳлил, усуллардан фойдаланилган. Тадқиқот натижаларини умумий яхлит тарзда ифодалаш мақсадида жадвал ва расмлардан фойдаланилган. Тадқиқот гипотезаси савдо хизматларини таснифлашда таъминотчиларга, воситачиларга ва аҳолига кўрсатиладиган хизматлар мезонини киритиш асосида уларнинг истеъмол нафлилиги ва қимматдорлигининг ошириш мумкинлигига асосланади.

Таҳлил ва натижалар

Савдо хизматларини таснифлаш билан боғлиқ ягона мезонлар тизими ишлаб чиқилмаганлиги, моҳиятини ёритишда бир томондан аксарият савдо хизматларининг товар қийматига киритилганлиги ҳамда бепул кўрсатилиши, иккинчи томондан сотувдаги моддий товардан ажратиб бўлмаслиги бўлиб, сотувчи кўрсатилган савдо хизмати учун маълум ҳақ олишни эмас, балки балки истеъмолчиларнинг савдо жараёнидан қониққанлик даражасини ҳамда товарнинг истеъмол қимматдорлигини оширишни кўзда тутишидир.

Юқоридагиларга асосланган ҳолда савдо хизматларини савдо соҳаси субъектлари томонидан савдо жараёнини такомиллаштириш, савдо сифати ва маданиятини оширишга йўналтирилган ҳамда товарнинг харид қиймати таркибига киритилган хизматлар мажмуи сифатида изоҳлашимиз мумкин[8]. Албатта ушбу изоҳ бозор муносабатлари талабларига, савдо хизмати тушунчасининг аниқ иқтисодий қийматга эга эканлиги тўғрисидаги қарашларга ҳамда хизмат категориясига берилган таърифларга мувофиқ келмайди.

Фикримизча, савдо хизмати нафақат савдо корхонасининг савдо жараёнини яхшилаш, истеъмолчиларнинг қониққанлик даражасини ошириш, савдо сифати ва савдо маданиятини оширишга қаратилган саъй-ҳаракатларини, балки савдо ходимининг ҳам ушбу мақсаддаги шахсий саъй-ҳаракатларини ифодалайди. Савдо хизматлари охир-оқибат савдо жараёнининг яхшиланишига, сотилган товарларнинг истеъмол нафлилиги ва қимматдорлигининг ошишига олиб келади.

Савдо хизматларини таснифлашда умумқабул қилинган мезонлар мавжуд бўлмасдан, аксарият ҳолларда савдо корхонасининг тури, савдо шаклидан келиб чиқиб амалга оширилади. Шунинг учун ҳам амалиётда савдо хизматлари савдо жараёни самарадорлигини ва савдо маданиятини ошириш мақсадида кўрсатиладиган қўшимча хизмат тушунилиб, савдо сифати сифатида талқин қилинган. Шу боисдан ҳам савдо хизматлари кўрсатиш савдо корхонаси раҳбариятининг хоҳиш-истагига, сотилаётган товарлар ассортиментини, корхонанинг жойлашган жойига боғлиқ ҳолда кенгайтирилиши ёки кўрсатилмаслиги мумкин бўлади.

Савдо хизматларининг кенгайтирилиши қуйидаги омилларга боғлиқ:

- товарларни самарали сотиш;
- истеъмолчиларга товар ҳақида барча зарурий маълумотларни бериш; танлашга кўмаклашиш; тўлов жараёнини соддалаштириш, қадоклаш, етказиб беришни ташкил қилиш;
- истеъмолчиларни товар ҳақида хабардор қилиш; савдо жараёнини яхшилаш; хавфсизлик, хизмат кўрсатиш маданиятини шакллантириш;
- сотувда вақтинча мавжуд бўлмаган товарларга буюртмаларни шакллантириш ва қабул қилиш;
- савдо маданиятини ошириш;
- товарнинг нафлилигини ва истеъмол қимматдорлигини ошириш[9];
- истеъмолчилар учун товар хариди билан боғлиқ қўшимча қулайликлар ва нафлиликлар таклиф қилиш.
- савдо жараёнининг ўз вақтидалигини таъминлаш, истеъмолчиларнинг қониққанлик даражасини ошириш.

Савдо хизматларини таснифлашда анъанавий ёндашувга кўра сотувгача, сотувдан кейинги ҳамда савдо жараёнидаги хизматларга таснифлашимиз мумкин.

Хорижий ва мамлакатимиз олимларининг савдо хизматларига доир фикрларини таҳлил қилиш асосида таклиф қилинган тасниф мезонлари бўйича савдо хизматларининг асосий турлари сифатида қуйидагиларни келтиришимиз мумкин:

1-жадвал

Савдо хизматларининг таснифланиши

№	Тасниф мезонлари	Хизмат турлари
1.	Давлат томонидан тартибга солиш даражасига кўра	тартибга солинадиган, тартибга солинмайдиган
2.	Доимийлигига кўра	доимий, мавсумий, бир марталик хизматлар
3.	Жойига кўра	сотув залида кўрсатиладиган, сотув залидан ташқарида кўрсатиладиган хизматлар
4.	Жойлашувига кўра	бевосита сотув жойларида ва харидор уйида кўрсатиладиган хизматлар
5.	Ижрочиларнинг ташкилий шакллари бўйича	жамоавий ва хусусий ижрочилар томонидан кўрсатиладиган хизматлар
6.	Истеъмол қилиш тартибига кўра	хусусий (индивидуал) ва жамоавий хизматлар
7.	Капитал қўйилмалар даражасига кўра	юқори миқдорда капитал қўйилмаларни талаб этувчи ва кам миқдорда капитал қўйилмаларни талаб этувчи хизматлар

№	Тасниф мезонлари	Хизмат турлари
8.	Кўрсатиладиган хизматлар яхлитлигига кўра	яхлит савдо хизматлари, алоҳида кўрсатиладиган савдо хизматлар
9.	Маҳсулот, товар билан муносабатига кўра	товар билан боғлиқ хизматлар, товар билан боғлиқ бўлмаган хизматлар
10.	Механизациялаш ва автоматлаштириш даражасига кўра	автоматлаштирилган, қўл меҳнатига асосланган хизматлар
11.	Мижознинг ижтимоий мавқеига кўра	нуфузли, ноёб, юқори мавқеи, оммавий
12.	Мижознинг иштирокига кўра	мижознинг бевосита иштирокини талаб қиладиган, бевосита иштирокини талаб этмайдиган ва манимал талаб этадиган хизматлар
13.	Мижознинг мавқеига кўра	юримдик ва жисмоний шахсларга кўрсатиладиган хизматлар
14.	Мураккаблик даражасига кўра	оддий ва мураккаб хизматлар
15.	Мухимлиги кўра	асосий ва қўшимча хизматлар
16.	Мулкчилик шаклига кўра	давлат корхоналари ва ташкилотлари хизматлари, хусусий корхоналар хизматлари, унитар корхоналар хизматлари, кооператив ва бошқа турдаги корхоналар хизматлари
17.	Савдо функцияларига кўра	соф, мажбурий; мажбурий бўлмаган
18.	Сотув жараёни билан боғлиқлигига кўра	сотувлар жараёнидаги хизматлар, сотувдан олдинги хизматлари, сотувдан кейинги хизматлар
19.	Сотувлар билан боғлиқлик даражасига кўра	сотувлар билан боғлиқ, нисбатан боғлиқ, боғлиқ бўлмаган хизматлар
20.	Стандартга кўра	ноёб, ностандарт, қисман ва тўлиқ стандартлашган хизматлар
21.	Таъсир доирасига кўра	индивидуал, жамоавий
22.	Фаолият йўналишига кўра	товарларга, инсон онгига, ҳам товарларга, ҳам инсон онгига қаратилган хизматлар
23.	Хизмат кўрсатиш жойига кўра	ички ва ташқи
24.	Хизмат кўрсатиш технологиясининг мураккаблигига кўра	оддий ва мураккаб
25.	Хизмат кўрсатиш шартларига кўра	товар нархига киритилган ва киритилмайдиган хизматлар
26.	Хизмат кўрсатувчи хусусиятига кўра	персонал томонидан кўрсатиладиган ва ускуналар томонидан кўрсатиладиган хизматлар
27.	Хизматларни кўрсатиш харажатларига кўра	юқори харажатли ва кам харажатли хизматлар
28.	Ҳуқуқий ва меъёрий тартибга солиш даражасига кўра	юқори даражада, ўртача ва қисман тартибга солинадиган хизматлар

Манба. Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Мазкур таснифлаш тизимини таҳлил қилиш асосида қуйидаги мунозарали жиҳатлар мавжуд эканлигига гувоҳ бўлишимиз мумкин:

– давлат томонидан тартибга солиш даражаси ва ҳуқуқий ва меъёрий тартибга солиш даражасига кўра мезонлар (1, 28) тартибга умумий ҳолда тартибга солиш мезонида акс этирилиши мақсадга мувофиқлиги;

– савдо хизматлари савдо жараёнини доимий яхшилаш ва сотувдаги товарнинг нафлилигини ва истеъмол қимматдорлигини оширишга қаритилганлиги боис, доимийлик мезони(2)га кўра таснифлаш моҳиятан нотўғри эканлиги;

– муаллифлар томонидан хизматларни хизмат кўрсатиш жойига ва корхонанинг жойлашувига таснифлаш (4, 23) моҳиятан бир хиллиги;

– ижрочиларнинг ташкилий шакллари бўйича тасниф мезони (5) савдо хизмати таърифига мувофиқ эмаслиги;

– истеъмол қилиш тартибига кўра мезони(6) савдо хизмати ҳар қандай шароитда ҳам харидорга қаратилганлиги сабабли нотўғри қўлланилганлиги;

– савдо хизматлари кўрсатиш капитал қўйилмалар даражасига кўра мезони (7), аввало хизмат ассортиментига ва унинг қимматдорлигини оширишга қаратилганлиги боис нотўғри қўлланилганлиги;

– савдо корхонасининг мулкчилик шаклига кўра мезон (16) савдо хизматининг хусусиятида акс этмаслиги;

– сотувлар билан боғлиқлик мезони (19) савдо хизматлари бевосита сотув билан боғлиқлиги боис нотўғри қўлланилганлиги;

– стандартга кўра мезони (20) хизматларнинг сервиснинг доимий эмаслик хусусиятига зид эканлиги;

– фаолият йўналишига кўра (22) таснифлашда савдо хизматларининг инсон онгига қаратилганлик мезони нотўғри қўлланилганлиги ва ҳоказолар.

Рақобатнинг кучайиб бориш шароитида истеъмолчига йўналтирилган ҳар қандай стратегияни амалга ошириш кўп моддий ва меҳнат ресурсларини талаб қилади. Бунда нафақат сотиш жараёнини, балки савдо корхонасининг сотув тузилмасида ҳам турли хизматларни жорий этиш талаб қилинади. Шу сабабли, замонавий маркетингда савдо хизматлари кўрсатишни кенгйтириш ўзига хос сотишни рағбатлантириш жараёни – ҳаридорларни, таъминотчилар, воситачи (дилер)ларни ҳамда савдо ходимларини рағбатлантиришни ўзаро мувофиқлаштиришни назарда тутати[10]. Савдо хизматларини кенгайтириш сотишни рағбатлантириш тизимининг ажралмас қисми сифатида қуйидаги мақсадларга эришиш имконини беради:

– бозорга киритилган янги товар турларига истеъмолчиларнинг харид иштиёқини шакллантириш;

– ҳаридорларнинг такрор ва кўп марта товар харид қилишга ундаш;

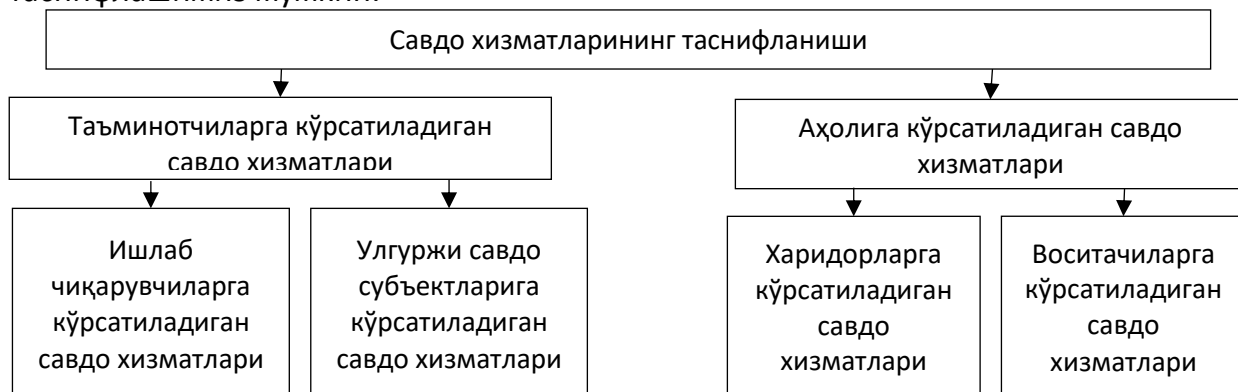
– савдо жараёнига мижозларнинг янги сегментини жалб қилиш;

– савдоси паст товарларнинг сотиш жараёнини тезлаштиришга кўмаклашиш;

– мавсумий товарларни мавсум якунланишига қадар сотилиш чораларини амалга ошириш ва ҳ.к.

Бизнинг фикримизча, савдо хизматларини таснифлашда савдо хизматларининг ўзига хос рағбатлантириш жараёнидан иборат эканлиги, моҳиятан таъминотчилар ёки воситачиларни рағбатлантириш (agent promotion) ва истеъмолчиларни рағбатлантириш (consumer promotion) га йўналтирилганлигидан келиб чиқиб савдо хизматларини ушбу тасниф мезонини қўллаш асосида такомиллаштириш мақсадга мувофиқдир.

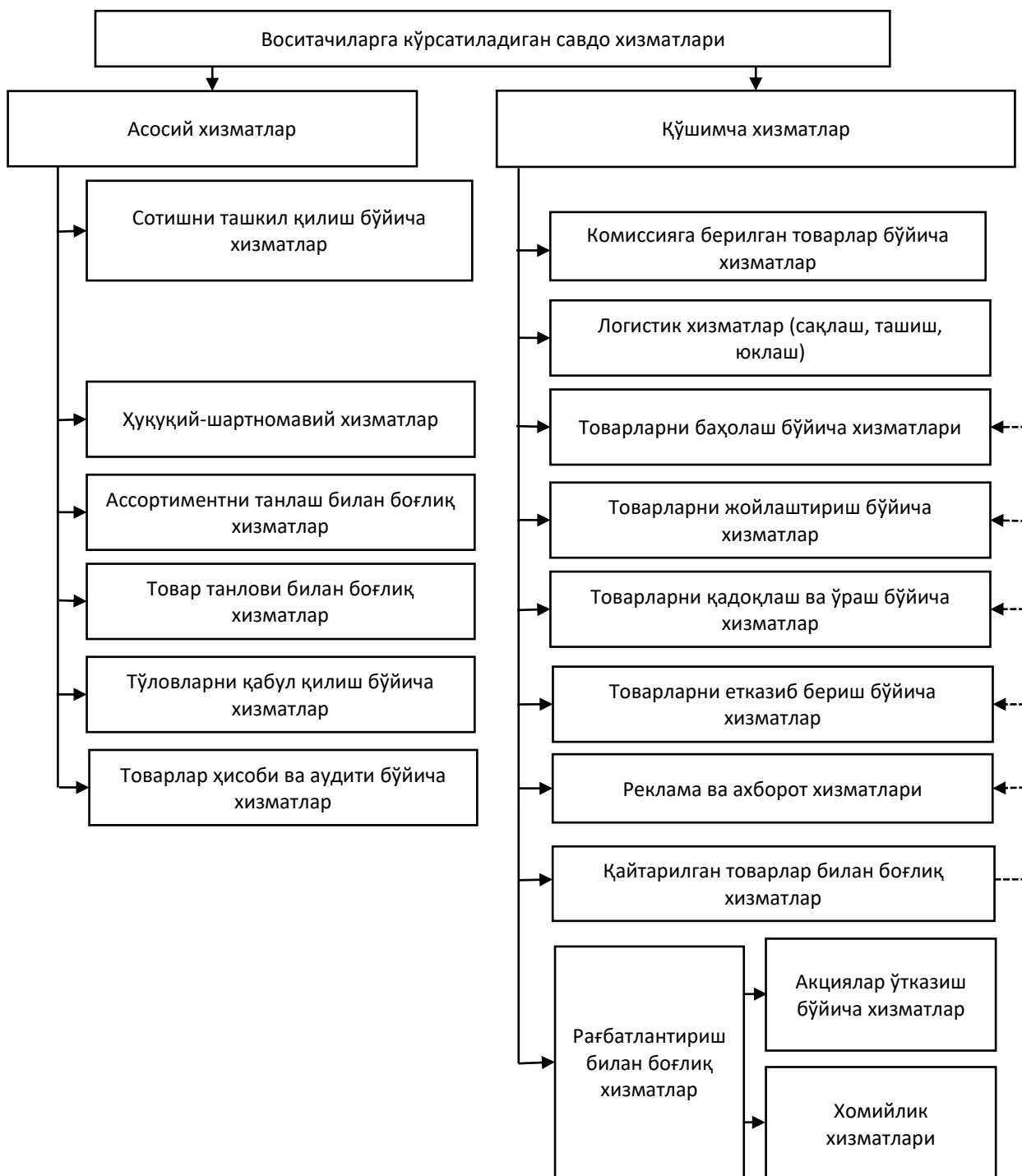
Таклиф қилинаётган мезонга асосланиб савдо хизматларини қуйидагича таснифлашимиз мумкин:



1-расм. Савдо хизматларининг таснифланиши

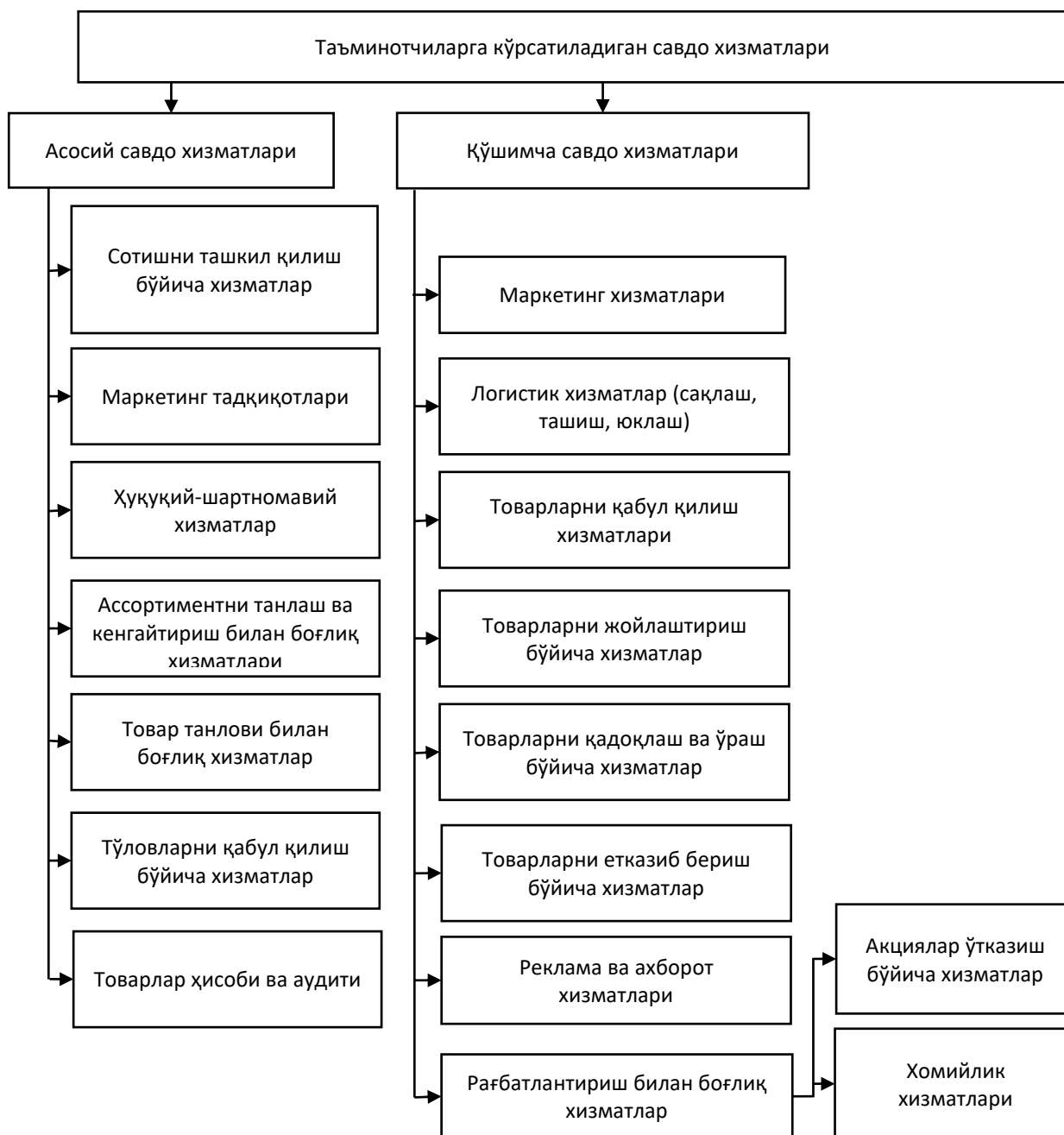
Манба. Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Савдо хизматларини ушбу мезонларга кўра таснифлаш таъминотчиларга ва воситачилар ҳамда аҳоли эҳтиёжларнинг ўзига хос жиҳатларини ва савдо маҳсулотининг функционал хусусиятларини акс эттириш имконини беради (2-расм).



2-расм. Воситачиларга кўрсатиладиган савдо хизматларининг таснифланиши
 Манба. Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Таъминотчиларга кўрсатиладиган савдо хизматларида товарларни қайтариш бўйича хизматлар кўзда тутилмаганлигини улар ўртасида ҳуқуқий-шартномавий хизматлар мавжудлиги билан изоҳлашимиз мумкиню ушбу савдо хизматларининг таснифланиши 3-расмда келтирилган.



3-расм. Таъминотчиларга кўрсатиладиган савдо хизматларининг таснифланиши
 Манба. Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Таклиф қилинаётган таснифлаш мезонлари савдо хизматларининг мавжуд барча таснифларини тизимлаштириш, хизмат турларининг келиб чиқиши ва моҳиятига кўра ҳолис гуруҳлаш, янги хизмат турларининг пайдо бўлиш хусусиятини очиб бериш имконини беради.

Хулоса ва таклифлар

– савдо хизмати – савдо соҳаси субъектлари ва савдо ходимларининг савдо жараёнини яхшилаш, истеъмолчиларнинг қониққанлик даражасини, савдо сифати ва савдо маданиятини оширишга қаратилган саъй-ҳаракатларини ифодалаб охир-оқибат савдо жараёнининг яхшиланишига, сотилган товарларнинг истеъмол нафлилиги ва қимматдорлигининг ошишига олиб келади;

- савдо хизматларининг аниқ иқтисодий қийматга эга эканлиги тўғрисидаги қарашларга ҳамда хизмат категориясига мувофиқлигини таъминлайди
- таклиф этилаётган мезонлар савдо хизматларининг таснифини яхлит ифодалашга ёрдам беради;
- савдо хизматларини таснифлашнинг таклиф этилаётган мезонлари “савдо хизматлари рақобатбардошлиги”, “савдо хизматларининг рақобат устунлиги” “савдо соҳасида рақобатбардошлик мезонлари” тушунчаларининг моҳиятини мазкур мезонлар асосида такомиллаштириш имконини беради;
- савдо хизматларини таснифлаш мезонлари келгусида уларнинг рақобатбардошлигини ошириш омиллари сифатида ҳам олиб қаралиши, савдо хизматлари рақобатбардошлигини баҳолаш услубиятини мазкур йўналишда такомиллаштириш имкониятини кенгайтиради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Статистика агентлиги расмий маълумотлари. <https://stat.uz/uz>
2. Леви М., Вейтц Б.А. Основы розничной торговли / Пер. с англ. Ю. Каптуревского — СПб: Питер, 1999. – 448 с.
3. Попов Дмитрий Алексеевич, Синюков Василий Алексеевич. Форматы розничных торговых предприятий и их услуги // Российское предпринимательство. 2011. №2-1. 128-133.
4. Карх, Д. А. Экономическая и социальная эффективность услуг розничной торговли: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Д. А. Карх. – Екатеринбург, 2010. - 38 с.
5. Абдукаримов Б.А. ва бошқ. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма.- Т.: Иқтисод-молия, 2016, 504 б.
6. Файзиев Э.С. Сервис тизими фаолияти асослари. Ўқув қўлланма. Самарқанд. “Зарафшон”, 2010, 170 б.
7. Э.Шавқиев, У.Н.Нормуродов, З.К.Рахимов. Иқтисодиётнинг инновацион ривожланиши шароитида савдо хизматлари сифатини ошириш йўллари // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 1, январь-февраль, 2019 йил. 1-10 бб
8. Мукимова, Ў., & Ахмеджанова, Ф. (2022). Инновацион иқтисодиёт шароитида савдо хизматларининг сифатини такомиллаштириш йўллари. *Iqtisodiyot Va ta'lim*, 23(6), 507–513. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/887>.
9. Ибодов, К.(2023). Истеъмол таомиллари ўзгариши муҳотида ресторан хизматлари соҳасида мижозларнинг истеъмол қимматдорлигини тадқиқ этиш // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 3, май-июн, 2023 йил. 15-22 бб
10. К.М.Ибодов. Turizmda marketing. О’қув қо’лланма. – Тошкент, Т.; Fan va texnologiyalar nashriyoti 2019. – 358 б. 130-131 бб