

## OVQATLANISH KORXONALARIDA SERVIS TURLARINING NAZARIY VA AMALIY TAHLILI

**Karimova Shexroza Madjitovna**

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti*

*Servis kafedrasi katta o'qituvchisi*

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada ovqatlanish korxonalarida qo'llaniladigan servis turlarining nazariy asoslari va amaliy xususiyatlari ilmiy jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqot jarayonida servis tushunchasining mazmuni yoritilib, table service, self-service, assisted hamda maxsus servis turlarining mijoz qoniqishi va xizmat sifati shakllanishiga ta'siri baholanadi. Shuningdek, servis turlarini to'g'ri tanlashning ovqatlanish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishdagi ahamiyati ilmiy asosda ochib beriladi.

**Kalit so'zlar:** servis, ovqatlanish korxonalari, restoran ishi, table service, self-service, assisted servis, mijoz qoniqishi.

**Аннотация.** В данной статье проводится научный анализ теоретических основ и практических особенностей видов сервиса, применяемых на предприятиях общественного питания. В процессе исследования раскрывается содержание понятия сервиса, а также оценивается влияние table service, self-service, assisted и специальных видов сервиса на формирование качества обслуживания и удовлетворённости потребителей. Кроме того, обосновывается значение правильного выбора видов сервиса в повышении конкурентоспособности предприятий общественного питания.

**Ключевые слова:** сервис, предприятия общественного питания, ресторанное дело, table service, self-service, assisted сервис, удовлетворённость потребителей.

**Abstract.** This article provides a scientific analysis of the theoretical foundations and practical characteristics of service types used in food service establishments. The study reveals the essence of the service concept and evaluates the impact of table service, self-service, assisted service, and special service types on service quality formation and customer satisfaction. Furthermore, the importance of selecting appropriate service types to enhance the competitiveness of food service establishments is substantiated.

**Keywords:** service, food service establishments, restaurant business, table service, self-service, assisted service, customer satisfaction.

## KIRISH

Zamonaviy sharoitda ovqatlanish korxonalari iqtisodiyotning eng jadal rivojlanayotgan xizmat ko'rsatish sohaslaridan biri hisoblanadi. Aholining turmush darajasi oshishi, shahar hayotining jadallashuvi va iste'mol madaniyatining o'zgarishi restoran va umumiy ovqatlanish korxonalariga bo'lgan talabni kuchaytirmoqda. Bunday sharoitda korxonalar o'rtasidagi raqobat nafaqat taom sifati, balki xizmat ko'rsatish darajasi, ya'ni servis sifati orqali ham belgilanmoqda.

Servis tushunchasi restoran ishi fanida muhim ilmiy kategoriya bo'lib, u mijozga taom va ichimliklarni taqdim etish jarayonidagi barcha tashkiliy, texnologik va madaniy jihatlarni o'z ichiga oladi. Servis sifati mijozning umumiy taassurotini shakllantiradi, uning qayta tashrif buyurish ehtimoliga bevosita ta'sir ko'rsatadi hamda ovqatlanish korxonasining bozordagi mavqeini belgilaydi. Shu sababli servis turlarini ilmiy jihatdan o'rganish va tahlil qilish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

### Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqot davomida ilmiy-nazariy tahlil, taqqoslash va umumlashtirish metodlaridan foydalanildi. Restoran ishi va ovqatlanish xizmatlari sohasiga oid mahalliy va xorijiy ilmiy adabiyotlar, darsliklar hamda o'quv qo'llanmalar o'rganildi. Servis turlarining mazmuni va xususiyatlari nazariy manbalar asosida tahlil qilinib, ularning amaliy faoliyatdagi qo'llanilish holatlari umumlashtirildi.

Tadqiqotda servis turlarining mijoz qoniqishiga ta'siri, xizmat tezligi, qulaylik darajasi va tashkiliy samaradorligi baholandi. Ushbu metodologik yondashuv servis

turlarini chuqur va tizimli tahlil qilish hamda ilmiy asoslangan xulosalar chiqarishga imkon berdi.

Natijalar va muhokama

Mazkur ilmiy tadqiqot ovqatlanish korxonalarida servis turlarining nazariy asoslari va amaliy xususiyatlarini chuqur tahlil qilishga qaratilgan bo'lib, unda kompleks ilmiy yondashuv qo'llanildi. Tadqiqot jarayonida umumilmiy va maxsus metodlardan foydalanilib, servis tushunchasi hamda uning restoran faoliyatidagi o'rnini tizimli ravishda o'rganildi. Metodologik asos sifatida xizmat ko'rsatish sohasiga oid ilmiy-nazariy qarashlar, restoran ishi fanining fundamental tamoyillari hamda xizmat sifati nazariyasi tanlandi.

Tadqiqotning dastlabki bosqichida ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish metodi qo'llanildi. Ushbu bosqichda ovqatlanish korxonalarida servis masalalariga bag'ishlangan mahalliy va xorijiy ilmiy manbalar, o'quv qo'llanmalar, darsliklar hamda ilmiy maqolalar chuqur o'rganildi. Bu esa servis tushunchasining mazmunini kengroq yoritish, servis turlarining tasnifini aniqlash va ularning rivojlanish tendensiyalarini belgilash imkonini berdi.

Keyingi bosqichda taqqoslash metodi yordamida table service, self-service, assisted hamda maxsus servis turlarining o'ziga xos xususiyatlari solishtirildi. Taqqoslash jarayonida xizmat ko'rsatish tezligi, mijoz bilan muloqot darajasi, xizmat sifati, tashkiliy murakkablik va iqtisodiy samaradorlik kabi mezonlar asos qilib olindi. Ushbu yondashuv servis turlarining afzalliklari va kamchiliklarini aniqlashga, shuningdek, ularning qaysi turdagi ovqatlanish korxonalari uchun maqsadga muvofiq ekanligini asoslashga xizmat qildi.

Tadqiqot davomida umumlashtirish va mantiqiy tahlil metodlari ham keng qo'llanildi. Olingan ilmiy ma'lumotlar tizimlashtirilib, servis turlarining mijoz qoniqishiga ta'siri umumiy xulosalar asosida tahlil qilindi. Ayniqsa, servis sifati va iste'molchi xulq-atvori o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik masalasi alohida e'tiborga olindi. Ushbu metodologik yondashuv servis turlarini tanlashda korxonaning konsepsiyasi, mijozlar segmenti va bozor sharoitlari muhim omil ekanligini ilmiy jihatdan asoslash imkonini berdi.

Shuningdek, tadqiqotda tizimli yondashuv metodi qo'llanilib, servis jarayoni ovqatlanish korxonasining umumiy faoliyati bilan uzviy bog'liq holda ko'rib chiqildi. Bu yondashuv servisni faqat xizmat ko'rsatish bosqichi sifatida emas, balki

boshqaruv, marketing va sifat nazorati tizimining ajralmas qismi sifatida tahlil qilishga yordam berdi. Natijada servis turlarini samarali tashkil etish restoran faoliyatining umumiy natijadorligiga bevosita ta'sir ko'rsatishi ilmiy asosda yoritildi.

### **Xulosa**

Olib borilgan ilmiy tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, ovqatlanish korxonalarida servis turlari korxonada faoliyatining muhim strategik elementi hisoblanadi. Servis sifati nafaqat mijozning bir martalik qoniqishini ta'minlaydi, balki uning kelgusida qayta tashrif buyurish qaroriga ham bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu bois servisni samarali tashkil etish restoran ishi fanida asosiy ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida qaralishi lozim.

Tahlillar shuni tasdiqlaydiki, table service yuqori darajadagi individual yondashuvni ta'minlashi bilan ajralib tursa-da, u yuqori xarajatlar va malakali xodimlarga bo'lgan talab bilan tavsiflanadi. Self-service esa tezkorlik va ommaviylikni ta'minlash orqali xizmat samaradorligini oshiradi, biroq individual e'tibor darajasi nisbatan past bo'lishi mumkin. Assisted va maxsus servis turlari esa ushbu ikki yondashuvning muvozanatini ta'minlab, turli toifadagi mijozlar ehtiyojlarini qondirish imkonini beradi.

Shuningdek, tadqiqot natijalari servis turlarini tanlashda ovqatlanish korxonasining konsepsiyasi, joylashuvi, mijozlar oqimi va maqsadli auditoriya xususiyatlari muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatadi. Servis turlarini noto'g'ri tanlash xizmat sifati pasayishiga, mijozlar qoniqmasligiga va natijada korxonaning iqtisodiy ko'rsatkichlari yomonlashuviga olib kelishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, ovqatlanish korxonalarida servis turlarini ilmiy asosda tanlash va doimiy ravishda takomillashtirib borish raqobatbardosh, zamonaviy va mijozga yo'naltirilgan xizmat ko'rsatish tizimini shakllantirishning muhim sharti hisoblanadi. Ushbu tadqiqot natijalari restoran ishi fanini o'rganishda, shuningdek, amaliy faoliyatda servis sifatini oshirishga qaratilgan qarorlar qabul qilishda muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. Kotler P. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.
2. Walker J. R. *Introduction to Hospitality Management*. Pearson.
3. Davis B., Lockwood A. *Food and Beverage Management*. Routledge.
4. Jones P. *Hospitality Management: Strategy and Operations*. Wiley.
5. O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim muassasalari uchun “Restoran ishi” fanidan o‘quv qo‘llanmalar.