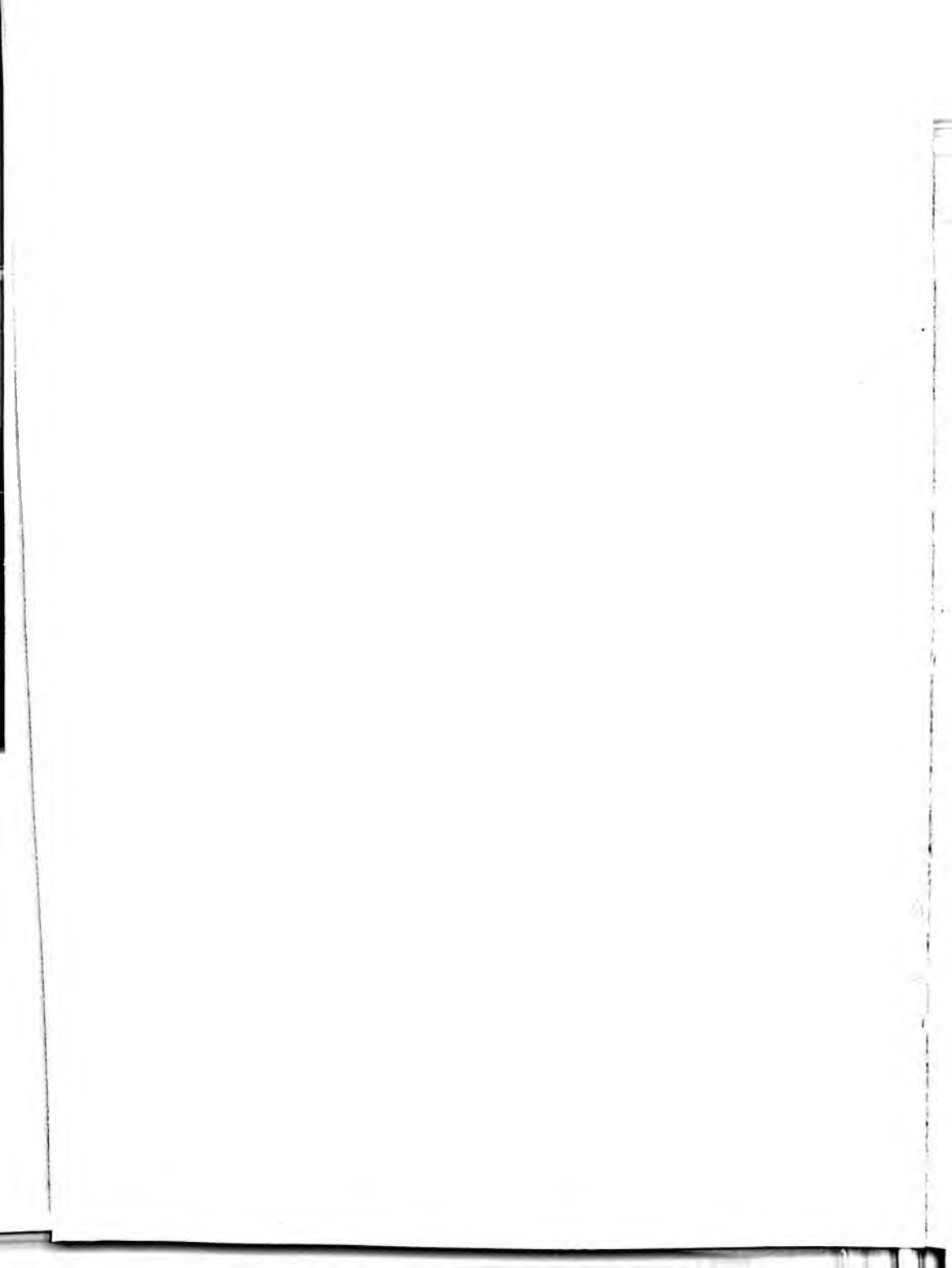


S.R. Safayeva

RESTORAN ISHI

DARSLIK





338.461

425

S14

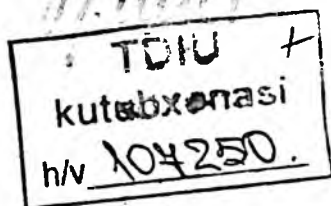
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

S.R. SAFAYEVA

RESTORAN ISHI

DARSLIK



Toshkent
"EFFECT-D" - 2022

338.46(07)

S-14

UO'K: 640.432(075)

KBK: 65.431ya7

S 34

Taqrizchilar:

A.N. Norchayev – TDIU, “Turizm va servis” kafedrasi
professori, iqtisodiyot fanlari doktori

N.T. Talipo’va– G.V. Plexano’v nomidagi Rossiya iqtisodiyot
universiteti Toshkent filiali dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi

S 34

Restoran ishi: darslik. Safayeva S.R. / – T.: “EFFECT-D”
nashriyoti, 2022. – 204 b.

Mazkur darslik restoran biznesini samarali standart asosida tashkil etish, mijozlarga hizmat ko’rsatishni shakl va ulublari, restaurant taomnomasini tuzish tartibi va boshka mavzularni o’z ichiga olgan bulib 5610300 – “Turizm (faoliyat yo’nalishlari bo’yicha)” va 5610200 – “Mehmonxona xo’jaligini tashkil etish va boshqarish” bakalavriat yo’nalishlarida ta’lim olayotgan talabalarga mo’ljallangan.

UO'K: 640.432(075)

KBK: 65.431ya7

ISBN: 978-9943-8085-9-1

© Safayeva S.R., 2022

© “EFFECT-D” nashriyoti, 2022

MUNDARIJA

Kirish	5
I BOB. UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARINING TASNIFLANISHI.....7	
1.1. Umumiy ovqatlanish korxonalari tushunchasi va faoliyat ko'rsatish xususiyatlari.....7	7
1.2. Umumiy ovqatlanish korxonalarining tasniflanishi va ularning ta'rifi9	9
1.3. Restoranlarning joylashgan joyi bo'yicha tasniflanishi..... 16	16
1.4. Umumiy ovqatlanish korxonalari tavsifiga ko'ra texnologik jarayonlar..... 20	20
II BOB. YANGI UMUMIY OVQATLANISH MUASSASASINI REJALASHTIRISH JARAYONI	24
2.1. Restoran ochayotganda o'rganilishi kerak bo'lgan.....24	24
asosiy shart-sharoitlar	24
2.2. Konsepsiyani o'rganish	25
2.3. Restoranni joylashtirish mo'ljallanayotgan joyni va nomini tanlash	27
2.4. Maqsadli va maqsadsiz auditoriya	29
2.5. Restoranda kadrlarni tanlash va sinovdan o'tkazish	31
2.6. Restoranda xizmat qiluvchi xodimlarga qo'yiladigan talablar va ularning vazifalari	35
III BOB. RESTORAN TAOMNOMASINI TUZISH TARTIBI..... 47	
3.1. Restoranda foydalaniladigan taomnomaning mohiyati va uning ahamiyati..... 47	47
3.2. Taomnoma tuzish tartibi va uning turlari..... 48	48
3.3. Kunduzgi ovqatlanish ratsionidagi menyu (taomnoma)..... 57	57
3.4. Degustatsiya..... 62	62
IV BOB. ALKOGOL VA ALKOGOLSIZ ICHIMLIKLAR	65
4.1. Choy, qahva va boshqa ichimliklar..... 65	65
4.2. Kokteyllar va aralash ichimliklar	77
4.3. Alkogolli ichimliklar	89
4.4. Ichimliklarni taomlar bilan uyg'unligi	101
4.5. Ichimliklarni tortish uchun mo'ljallangan idishlar..... 106	106
V BOB. RESTORANDA MIJOZLARGA XIZMAT KO'RSATISHNI TASHKIL ETISH..... 111	
5.1. Restoran zalini tayyorlash	111
5.2. Mijozlarni kutib olish va joylashtirish	116

5.3. Buyurtmalarni qabul qilish va bajarish.....	122
5.4. Mijozlarga taom va ichimliklarni tortish qoidasi	124
5.5. Mijozlar bilan hisob-kitob qilish.....	130
5.6. Foydalanilgan idish-tovoq, anjomlarni yig'ishtirish va almashtirish ...	131

VI BOB. RESTORANLARDA XIZMAT KO'RSATISHNING MAXSUS

SHAKLLARI VA USLUBLARI	142
6.1. Restoranalarda xizmat ko'rsatishning maxsus shakllari.....	142
6.2. "Buffet" (Shved stoli) uslubi va uning afzalliklari	144
6.3. Restoranda konferensiya, festival, forum qatnashchilariga xizmat ko'rsatish	147
6.4. Bayram kechalarida xizmat ko'rsatish	150

VII BOB. RESTORANLARGA QO'YILADIGAN SANITARIYA-GIGIYENA

TALABLARI.....	160
7.1. Restoranda sanitariya-gigiyena talablari bo'yicha me'yoriy hujjatlar.	160
7.2. Restoran xodimlariga qo'yiladigan sanitariya-gigiyena talablar	164
7.3. Restoran korxonalarida mijozlarga xizmat ko'rsatish gigiyenasi.....	172

VIII BOB. RESTORAN VA TURIZM KORXONALARINING O'ZARO

HAMKORLIK FAOLIYATI.....	177
8.1. Turistik korxonalar bilan shartnoma tuzish va set menu	177
8.2. Mehmonxona restoranlari F&B faoliyati	178
8.3. Gastronomik turizm.....	183

IX BOB. RESTORAN XIZMATLARINI TASHKIL ETISHDA XAVFSIZLIK

QOIDALARI.....	188
9.1. Restoran xizmatlarini tashkil etishda xavfsizlik qoidalari.....	188
9.2. Texnika xavfsizligi va yong'inga qarshi tadbirlar	191
9.3. Oziq ovqat xavfsizligi.....	195
9.4. Xodimlar va xizmatchilar faoliyatida xavfsizlik texnikasi	199

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.....	202
---------------------------------------	------------

KIRISH

Xizmat ko'rsatish sohasi aholi bandligini ta'minlashda eng katta xaziralardan biri hisoblanadi. Mamlakatda uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 35 foizni tashkil etadi. Xalqaro mehnat tashkiloti tahlillariga ko'ra, servis sohasining 1 foizga o'sishi kambag'allar sonini 1,5 foizga qisqartiradi. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmati bevosita asosiy xizmat bo'ib hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasida iqtisodiy o'sishni ta'minlashda xizmatlar sohasini muhim drayverga aylantirish va 2023-yilga qadar xizmatlar hajmini ikki baravarga oshirish har bir hududning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib xizmatlar turlarini kengaytirish kabi vazifalar va rejalar tuzilib ijrosini amalga oshirish ishlari yo'lga qo'yildi. Keyingi yillarda O'zbekiston xududida, ayniqsa yirik shaharlarda restoran biznesi taraqqiy etishi va xizmatlari turi differentsiyalashuvi amalga oshirildi. Restoranlar bozorida juda qiziq konsepsiyali yangi formatdagi restoran korxonalari o'z faoliyatini boshladi.

Shunday ekan restoran va mehmonxona biznesi uchun malakali kadrlarni tayyorlashni talab doirasida.

Tavsiya etilayotgan darslik dalzarb bo'lib unda fan doirasida kerakli mavzular o'z o'rnini topgan. Jumladan, umumiy ovqatlanish: restoran faoliyatini rejalashtirish jarayoni, restoranlarda xizmatlarning shakli va uslublari, mijozlarga xizmat ko'rsatishda xalqaro standartlardan foydalanish va etiket qoidalari, mehmonxona restoranlarida mehmonlarga xizmat ko'rsatish, xonalarga xizmat ko'rsatish qoidalari bayon etilgan. Darslikda restoran menyusini tuzish qoidasi, taomlarni tortish ketma-ketliga, ichimliklar kartasi va ularni taomlarga mos ravishda taklif etish, restoran va turizm korxonalarining o'zaro hamkorlik faoliyati, set-menyu, banketing xizmati va boshqa mavzular yoritilgan.

Ushbu darslik 9 bobdan iborat bo'lib har bir bob reja, nazorat savollari, tayanch so'z va iboralarni o'z ichiga olgan. Darslikda keltirilgan materiallarni tayyorlashda to'plangan tajriba va etakchi horijiy O'TMlarida foydalaniladigan adabiyotlarni organish asosida ishlab chiqilgan. Shuningdek, amaliy tavsiyalar bergan Turkiyaning (Bodrum) Xanadu Island mehmonxonasi Food and Beverage menejeriga, ABNMB Group, Caravan Group MHC], korxonalariga samimiy minnatdorchilik bildiraman.

Materialni engil o'zlashtirish maqsadida darslikda ko'plab rasm va jadvallar keltirilgan. Darslik oliy o'quv yurtlarining turizm, mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish yo'nalishlarida ta'lim olayotgan talabalar va restoran sohasi xodimlari uchun mo'ljallangan.

I BOB. UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARINING TASNIFLANISHI

1.1. Umumiy ovqatlanish korxonalari tushunchasi va faoliyat ko'rsatish xususiyatlari

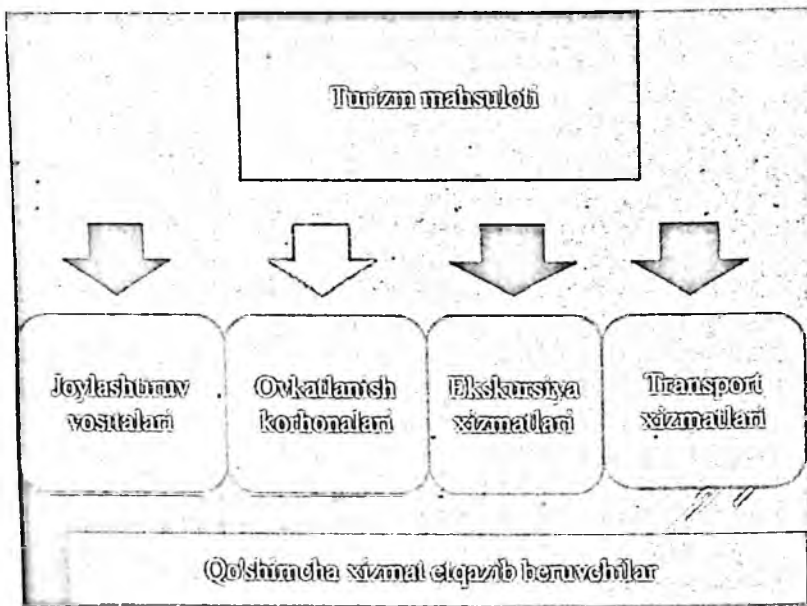
Xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni oshirish, aholiga yangi zamonaviy va sifatli xizmat turlari ko'rsatish, iqtisodiy o'sishni ta'minlash masalasini hal etishda sohaning rolini kuchaytirish mamlakatimiz maqsadlaridan biri. Xizmat ko'rsatish sohasi aholi bandligini ta'minlashda eng katta zaxiralardan biri hisoblanadi.

Keyingi yillarda O'zbekiston xududida, ayniqsa Toshkent, Samarqand, Buxoro kabi yirik shaharlarda restoran biznesi taraqqiy etishi va xizmatlari turi differensiatsiyalashuvi amalga oshirilganini kuzatishimiz mumkin. Restoranlar bozorida juda qiziq konseptiyali yangi formatdagi restoran korxonalari o'z faoliyatini boshladi.

Turistik mahsulotga bir nazar tashlaydigan bo'lsak, unda ovqatlanish korxonalari asosiy bo'lagini tashkil etishini ko'rishimiz mumkin (1.1.rasm). Yana bir narsani ta'kidlab o'tmoqchimiz, aynan turistik infratuzilmaning 65-70 foizga yaqinini aynan ovqatlanish korxonalari tashkil etadi.

Bular, yakka xol umumiy ovqatlanish korxonalari, mehmonxonalaridagi restoran, bar va boshqa turlari, xavo transporti va aeroportlardagi, vokzal va temir yul transportidagi, kruiz laynerlari, ko'ngil ochish oromgohlari va parklardagi ovqatlanish korxonalari va b. Shunday ekan, ushbu korxonalar turlarini, faoliyatini, taklifini o'rganmasdan turistik mahsulotni to'liq yarataolishimiz mumkin emas.

Restoranlarni tasnifiga o'tishdan avval ularning o'ziga xos xususiyatlarini keltirib o'tamiz. Restoran xizmatlari, mahsulotlardan farqli ularoq, fizik holda bo'lmagan, ushlab va sezib bo'lmaydigan hodisadir. Ushbu xizmatlar iste'molchilar uchun ishlab chiqariladi. Iste'molchilar bu xizmatlardan foydalanish orqali pul va qadrligini bo'lgan vaqtlarini ularga almashtiradilar.



1.1-rasm. Turizm mahsuloti

Restoran xizmatlarning to'rtta asosiy tavsifi mavjud:

- 1) restoran xizmatlarini sezib va payqab ololmaslik;
- 2) xizmatlarning doimo bir xilda bo'lmisligi;
- 3) xizmatlarni amalga oshiruvchidan ajrata olmaslik;
- 4) xizmatlar zahirasini yarata olmaslik.

Bu xossalarning har birini navbat bilan ko'rib chiqamiz.

1. *Restoran xizmatlarini sezib va payqab ololmaslik.* Ularni harid qilishdan oldin ushlab, sezib va ko'rib bo'lmaydi. Haridor biror mahsulotni oldin ko'rib, ushlab, hidlab, so'ngra sotib oladi. Xizmatlarni sotib olganda bunday qilib bo'lmaydi.

2. *Xizmatlarning doimo birxilda bo'lmisligi.* Xizmatlar ishlab chiqarishdagi marketing muammolaridan biri ularning sifati bir xilda bo'lmisligidir. Chunki ularning sifati xizmat ko'rsatuvchilarga bog'liq. Xizmatlarning imkoniyati va kunlik mehnat qilish qobiliyati doimo o'zgarib turadi. Shuning uchun fizik tovarlarga nisbatan xizmatlar sohasida ishlab chiqarish murakkab. Avtomatlashgan texnologiya bilan bir xil sifatdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish mumkin, ammo xizmatlar doirasida buni amalga oshirish mushkul.

3. *Xizmatlarni amalga oshiruvchidan ajrata olmaslik holati.* Xizmatlarning mahsulotlardan uchinchi farqi ularni ajrata olmaslikdir. Ko'p hollarda haridor xizmatlarni iste'mol qilganda xizmat ko'rsatuvchidan ajrata olmaydi. Masalan, restoran xizmatlaridan foydalanganda iste'molchi va xizmat ko'rsatuvchi birgalikda qaralmog'i lozim. Xizmatlar sifati ikkala tomon faoliyatiga, yani taklif qilinayotgan mahsulot va xizmat ko'rsatuvchi muomalasiga bog'liq.

4. *Xizmatlar zahirasini yarata olmaslik.* Xizmatlar zahirasi mahsulotlar zahirasidan farq qiladi. Mahsulotlar tez ayniydi. Shu tufayli ularni saqlash ko'p xarajat talab etadi. Xizmatlarda zahira xarajatlari sub'ektiv ma'noga ega va ular ishlab chiqarishning ideal holatiga bog'liq. Masalan, xizmat ko'rsatishga tayyor bo'lgan holatlarning hammasida ham xizmatga talab bo'lmasligi, xizmat ko'rsatish zahiralari xarajatlari turli darajada bo'lishi mumkin.

Umumiy ovqatlanish korxonalari - xalq xo'jaligining ilmiy gigiyenik talablar asosida taomlar tayyorlab sotadigan va iste'molchilarga xizmat ko'rsatadigan sohasi. Umumiy ovqatlanish sohasiga yarim fabrikat oziq-ovqat mahsulotlari tayyorlaydigan, oshxonalar, restoranlar, choyxonalar, qahvaxonalar, bufetlar, yemakxonalar, gazakxonalar va boshqa kiradi. Ularning ayrimlari iste'molchilarga ish va o'qish joylarida xizmat ko'rsatadi. Ko'pincha ularda iste'molchilarga imtiyozli (ovqat tayyorlash va xizmat ko'rsatish xarajatlarining bir qismini korxonaga yoki o'quv yurti o'z zimmasiga oladi) xizmat ko'rsatiladi.

Ovqatni uyda tayyorlashdan Umumiy ovqatlanish korxonalarida tayyorlashga o'tish jarayonining o'zidayoq mehnatni kooperatsiyalash yuzaga keladi, ilg'or texnologiya va yuqori unumli jihozlarni qo'llash tufayli mehnat unumdorligi bir necha barobar oshadi. Iste'molchilarning ovqat tayyorlash vaqtini tejash imkoniyatini yaratib, bo'sh vaqtni ko'paytirishga xizmat qiladi.

Umumiy ovqatlanish korxonalari orasida restoran, kafe, barlar asosiy o'rinni egallaydi. Ularda ovqatlanish bilan birga madaniy dam olish, banket, oilaviy tashrif va boshqa marosimlar ham o'tkaziladi.

1.2. Umumiy ovqatlanish korxonalarining tasniflanishi va ularning ta'rifi

Umumiy ovqatlanish korxonalari turlari, shakli, xizmat ko'rsatish usuli, joylashgan joyi va boshqa belgilari bo'yicha bir biridan farq qiladi.

Jadvalda ko'rib turganingizdek biz umumiy ovqatlanish sohasi sub'ektlarini quyidagi belgilariga ko'ra tasniflash maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

Maqomiga ko'ra:

-jismoniy shaxs maqomiga ega yakka tartibda faoliyat yurituvchi sub'ektlar;

-huquqiy shaxs maqomiga ega sub'ektlar (korxonalar va tashkilotlar).

Mulk shakliga ko'ra:

-shaxsiy yoki xususiy mulkga asoslangan korxonalar;

-jamoat mulkiga asoslangan korxonalar;

-davlat mulkiga asoslangan korxonalar;

- aralash mulkga asoslangan qo'shma korxonalar;

- xorijiy davlatlar va fuqarolar mulkiga asoslangan korxonalar.

Joylashgan joyiga ko'ra:

-shaharlarda;

-qishloqlarda;

-mehmonxonalar qoshida;

-mahalla markazlarida;

-ta'lim muassasalari qoshida, vagonlarda;

-dam olish va sog'lomlashtirish oromgohlarida;

-ishlab chiqarish korxonalarida;

-turli xildagi klublarda;

-bozorlar qoshida;

-avtotrassa bo'ylarida;

-aeroportlarda;

-portlarda;

-kemalarda va b.

Xizmat dara-jasiga ko'ra:

- lyuks;

- oliy;

- birinchi daraja.

Xizmat shakliga ko'ra:

- lyuks;

- oliy;

- birinchi daraja.

Xizmat shakliga ko'ra:

-o'z-o'ziga xizmat ko'rsatuvchi;

-ofitsantlar xizmatidan foydalanuvchi; aralash;

-maxsulotlarni etkazib beruvchi (dostavka);

- ko'chma xizmatni amalga oshiruvchi (keytering).

Tashkiliy tuzilishiga ko'ra:

- zanjir;
- yakkaxol.

Ixtisos-lashuviga ko'ra:

- ixtisoslashmagan;
- ixtisoslashgan. Ular maxsulotlar assortimenti bo'yicha, ma'lum millatlar taomlari bo'yicha, milliy taomlar bo'yicha, iste'molchilar guruhlari bo'yicha, xizmatlar bo'yicha faoliyat amalga oshiradilar.

Faoliyat muddatiga ko'ra:

- doimiy (yil davomida, butun sutka davomida);
- mavsumiy. Yilning ma'lum mavsumlarida, kunning aniq bir ovqatlanish davrida faoliyat amalga oshiradilar.

Tashkiliy shakliga ko'ra:

- restoran;
- kafe;
- bar;
- oshxona;
- choyxona;
- bazimgoh – to'yxona;
- tamaddixona va boshqalar.

Shuningdek joylashuvi va harakatiga ko'ra statsionar ya'ni muqim bir joyda turuvchi va harakatdagi (avtooshxona, vagon-restoran, kupe-bufet, avto-bufet va boshqalar)ga tasniflanadi.

Shuni ta'kidlash lozimki, 1995 yilda qabul qilingan mazkur tavsif takomillashuvga muhtoj, ya'ni unga qo'shimchalar va o'zgartirishlar kiritish zarur. Gap shundaki, bugungi kunda amal qilayotgan restoran korxonalari faqatgina shu turdagilar bilan chegaralanib qolmagan. Qolaversa sohaning rivojlanish sur'atlari yuqori bo'lib borishi bilan birga sohada rivojlangan mamlakatlardagi singari boshqa turdagi restoran korxonalari ham tashkil etilmoqda.

GOST R 50762-95 tomonidan o'rnatilgan an'anaviy tasnifga ko'ra, restoranlar uch sinfga bo'linadi: lyuks, oliy toifa, birinchi toifa. Ushbu toifalarning xar biri o'ziga xos shart-sharoitlarga ega. Biroq bugungi zamonaviy bozor sharoitida biroz boshqacha gradatsiya qo'llaniladi. Xususan, premium restoranlar, o'rta toifadagi restoranlar, fast fudlar, shuningdek o'z assortimenti va konsepsiyasiga ega maxsus korxonalar sifatida bar, kafe, qahvaxonalar va b. restoranlarning turlari bozorga kirib kelmoqda.

Endi ushbu korhonalarning ba'zilarining ta'rifini keltiramiz. POF¹

-restoran - o'z nomiga ega bo'lgan, iste'molchilarga murakkab usulda tayyorlanadigan yuqori sifatli kulinariya va qandolatchilik mahsulotlarining keng assortimentini hamda ichimliklarni taqdim etadigan eng qulay umumiy ovqatlanish korxonasi. Restoran taomnomasiga majburiy tartibda porsiyali va firma ovqatlari kiritiladi. Xizmat ko'rsatish dam olish, ovqatlar pishirish va xizmat ko'rsatish bilan uyg'unlashtirilgan holda yuqori malakali oshpazlar va ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi;

-bar - odatda tik turgan holatga maslashgan yoki o'rindiqli iste'molchilarga ichimliklar va sovuq taomlar bilan xizmat ko'rsatish tashkil qiladi. Sotiladigan ichimliklar va mahsulotlar turlariga ko'ra barlar pivo, vino, kokteyl, sut barlari va boshqa barlarga ixtisoslashgan bo'ladi;

-kafe - bu umumiy ovqatlanish korxonasi bo'lib restoranga nisbatan assortimenti cheklangan, intereri oddiyligi bilan farqlanadi. Sotiladigan mahsulotlari yoki yo'nalishiga ko'ra kafelar: milliy taomlar, Evropa taomlari, diet kafe, oilaviy kafe, bolalar kafesi, «Yoshlar» kafesi va shu kabilarga ixtisoslashgan bo'ladi. Kafelarda konsepsiyasiga qarab o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish yoki ofitsiantlar tomonidan xizmat ko'rsatish shakllari qo'llaniladi

-yozgi kafe - iste'molchilarga ochiq maydonchada bostirma ostida yoki ochiq xizmat ko'rsatadi;

Tamaddixonona -taomlar assortimenti cheklangan umumiy ovqatlanish maskani. Tegishli xomashyolardan tez va oson taom tayyorlanadi, xizmati ham tez amalga oshiriladi. Iste'mol taomlari assortimenti — sovuq va issiq taomlar, hammabop va tez tayyorlanadigan taomlar: sosiska, sardelkalar, chuchvara, qovurilgan tuxum. spirtli ichimliklar sotish taqiqlanadi. Tamaddixonalarda istalgan taom tanlanadi, ko'p xollarda tik turib tamaddi qilinadi. Taom tanlangach, xisob-kitob birdaniga amalga oshiriladi. Bu ish avtomat-kassalar orqali ham bo'lishi mumkin. Tamaddixonalarda hamma ishlar juda tez bajariladi. Shoshilgan, vaqti ziq, kishilar bir zumda taomlanib, yo'liga ravona bo'lishlari mumkin. Tamaddixonalar kishilar qatnovi serob, ko'zga tez tashlanadigan joylarga quriladi.

Tamaddixonalar mahsulotlar assortimentini sotish bo'yicha umumiy va maxsus turlarga bo'linadi. Maxsus tamaddixonalarda

¹ John R. Walker. The Restaurant: From Concept to Operation, 6th Edition John Wiley & Sons. ISBN-13: 978-0470626436. 2010r. 576 crp.

chuchvara, pishirilgan go'sht, kabob, somsa, kotlet, sosiska, buterbrod va boshqalar tayyorlanadi.

Bufetlar — taom mahsulotlari sotishga mo'ljallangan bo'ladi. Ular ichkarida va tashqarida joylashishi mumkin. Yarim tayyor, xar xil boshqa mahsulotlar, eng ko'p talab qilinadigan issiq ichimliklar bilan savdo qiladi. Maktab va bilim yurtlari bufetlaridan tashqari hamma bufetlar tamaki mahsulotlari bilan ham savdo qiladi. O'z o'ziga xizmat ko'rsatish amalga oshiriladi. Hisob-kitob bufetchi yoki savdo avtomati orqali bajariladi.

Bufetlar quyidagi joylarda faoliyat ko'rsatadi: mehmonxonalarda, tomosha maskanlarida, sport maydonlari atrofida, vokzallarda, daryo, dengiz kemalarida, ishlab chiqarish va transport korxonalarida, qurilish va boshqa muassasalarda. Odatda bufetlar mahsulotlarni o'zlariga qarashli umumiy ovqatlanish korxonalaridan oladi.

Oziq-ovqat do'konlari — aholiga xar xil taom va qandolat mahsulotlari, yarim tayyor mahsulotlar, qo'shimcha boshqa mahsulotlar sotadi. Bunday do'konlarda turli taomlar, qandolat mahsulotlari, yarim tayyor mahsulotlar, stollarga dasturxon bezatish bo'yicha maslahatlar beriladi. Taom va qandolat mahsulotlari ko'rgazmasida savdo tashkil etiladi. Sotiladigan mahsulotlarga oldindan buyurtma qabul qilinadi. Yirik taom do'konlarida issiq ichimliklar va qandolat mahsulotlari sotadigan shahobchalar tashkil etiladi. Sotib olingan mahsulotlar xisob-kitobi nazorat kassa mashinasi orqali amalga oshiriladi

Oziq-ovqat do'konlari aholi yashovchi binolarda va kishilar gavjum bo'ladigan ko'chalardagi uylarning birichi qavatlarida, yakka xolda joylashishi mumkin. Ular restoran, oshxona va boshqa korxonalar filiallari ro'ida ham faoliyat yuritishi mumkin.

Qahvaxona - iste'molchilar ovqatlanishi va dam olishini ta'minlaydi. Restoran mahsulotlariga qaraganda bular assortimenti kam. Bularning assortimenti cheklangan va taom tayyorlashi murakkab emas. Qahvaxonada issiq choy, qahva, kakao, muzday sharbatlar, mineral suvlar, qatiq-sut, qandolat va shirin taomlar mavjud. Ikkinchi taom sifatida tayyorlanishi oson bo'lgan taomlar, birinchisiga sho'rva berilishi mumkin.

Qahvaxona avvalambor iste'molchilarga keng assortimentli qahva ichimligini tavsiya qiladigan maxsus korxonalar. Dunyoga mashhur bo'lgan zanjir qahvaxonalar barcha turistik shaharlarda uz faoliyatini olib boradi, ularga misol qilib quyidagilari keltirish mumkin:

- Starbucks Coffee - 21 000 ta qahvaxonaga ega;

- Dunkin' Donuts - 11 000 ta qahvaxona;
- McCafe - 5000 ta qahvaxona;
- Tim Hortons – 4 600 ta qahvaxona;
- Costa Coffee - 3500 ta qahvaxona;
- Doutor Coffee - 1300 ta qahvaxona;
- Ediya Espresso – 1 200 ta qahvaxona (Janubiy Koreyada);
- Coffee Bean & Tea Leaf - 1000 ta qahvaxona;
- Gloria Jean's Coffees – 800 ta qahvaxona (faqat Avstraliyada 400 ta qahvaxona mavjud);
- Caribou Coffee - 603 ta qahvaxona

Qahvaxonada mijozlar qahvaga o'xshash boshqa ichimliklar — sharbatlardan tortib to kuchli alkogol ichimligigacha ichishlari ham mumkin. Muqobil ichimlik sifatida taomnomaga qora, ko'k va turdagi choylarni kiritilishi mumkin

Gahvaxonalarda gazaklar va boshqa engil tayyorlanadigan taomlar taklif etilishi mumkin, barcha takliflar to'laligicha taomnomaga kiritiladi.

Premium qahva (specialty coffee) ishlab chiqarish kofe sanoatining eng tez rivojlanayotgan segmentidir.

Kafeteriy - kafening bir turi bo'lib turli qaynoq va sovuq ichimliklar, qandolatchilik, sut mahsulotlari hamda tayyorlanishi murakkab bo'lmagan kulinariya mahsulotlarini taqdim etiladigan do'kon huzurida yoki yakka holda faoliyat ko'rsatadigan ovqatlanish korxonasi.

Oshxona - bu iste'molchilarni nonushtalar, tushliklar va kechki ovqatlar bilan ta'minlovchi korxonadir. Oshxonalar joylashgan joyiga va xizmat ko'rsatiladigan mijozlariga ko'ra umumiy ravishda foydalaniladigan sanoat korxonalari, muassasalar, qurilishlar, o'quv yurtlari va shu kabilar huzuridagi oshxonalariga bo'linadi. Ishlab chiqarish korxonalari, o'quv yurtlari va muassasalar huzuridagi oshxonalarda asosan hafta kunlari bo'yicha turli xil majmua tushliklar, nonushtalar va kechki ovqatlar tashkil etiladi. Ularda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish usuli qo'llaniladi.

Bufet - bu iste'molchilarga cheklangan turdagi qaynoq va salqin ichimliklar, sovuq taomlar, non va qandolatchilik mahsulotlari, shuningdek oson tayyorlanadigan issiq va shirin taomlar bilan tezkor xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan korxonadir. Unda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish yoki ofitsiantlar tamonidan xizmat ko'rsatish qo'llaniladi.

Restoranlar o'z navbatida toifalar bo'yicha tavsiflanadi: lyuks, oliy va birinchi.

Lyuks va oliy toifadagi restoranlarni quyidagi belgilar:

- yuqori narxlar,
- oliy darajadagi qulayliklar,
- intererning nafisligi/hashomatligi,
- menyuning keng doirasi,

O'rta darajadagi restoranlar tashrif buyuruvchilarga oqilona narx uchun yaxshi taomnoma taklif etadi

Tez ovqatlanish ya'ni Fast Food korxonalari taomlarni to'plamini tezda etkazish va o'ziga o'zi xizmat ko'rsatishni taklif etadi.

Korxonalar toifalari: lyuks, oliy va birinchi toifali degan nomlar restoran va barlarga beriladi. qahvaxona, oshxona, tamaddixonalar toifalarga bo'linmaydi.

Lyuks toifa standartda aytilishicha, restoran va barlarga beriladi. Ular quyidagi talablarga javob berishi kerak: bino ichki bezagining oliy darajada bo'lishi, ko'zni qamashtiradigan chiroy, xizmat ko'rsatish soxasining kengligi, noyob assortiment, ko'ngildagidek buyurtma va firma taomlarining bo'lishi, restoran mahsulotlari, buyurtma va firma ichimliklarining keng assortimenti.

Umumiy ovqatlanish korxonalarining lyuks toifasiga restoran va barlar kiradi, bular boshqa toifalardan quyidagi belgilari bilan farq qiladi: binolar noyob xarakterdagi xajm-rejaga ega bo'lishi, mijozlar uchun zal a'lo darajada ko'ngildagidek qilib yasatilishi shart. Bu talab an'anaviy arxitekturadagi restoran va barlarga, Shuningdek, tematik restoran va barlarga ham tegishlidir. Hozirgi zamon injenerlik jixozlarining mavjudligi, turli musiqa dasturlaridan keng foydalanish, maxsus mebel, alohida idish-tovoqlarda taom buyurish, yoritish vositalari arxitektura-badiiy bezakni takomillashtiradi, xizmatning umumiy didli manzarasini namoyish qiladi.

Oliy toifa nomi ham restoran va barlarga beriladi. Ularning ham noyob binolari, bino ichi bezaklari, chiroyli jihozlari, noyob assortiment, ko'ngildagidek buyurtma va firma taomlari va mahsulotlari, Shuningdek murakkab usulda tayyorlangan ichimliklar, alkogolsiz ichimliklari bo'ladi.

Lyuks va oliy toifadagi restoran vitrinalari turli manzarali badiiy materiallar, optik yoritkichlar, rangli diapozitivlar, fotosuratlar bilan bezatiladi. Vitrinalar Shunday yasatiladiki, unda korxonaning xususiyatlari yaqqol ko'rinsin, oshxonaning o'ziga xos xususiyati, mijozlarga ko'rsatiladigan xizmat majmui aks etsin. Birinchi toifadagi restoranlarda vitrinalarni bezash oddiyroq bo'ladi.

Restoran zallarida mijozlar uchun qulayliklar yaratish maksadida arxitektura-konstruktiv manzarali elementlar, mebel va boshqa