

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА  
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**“МЕНЕЖМЕНТ” КАФЕДРАСИ**

**«РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ МУҲИТИДА БОШҚАРУВ ВА СЕРВИС  
ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ДОЛЗАРБ  
МАСАЛАЛАРИ»**

**халқаро илмий-амалий анжуман  
МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ**

**(I қисм)**

**(2021 йил 23-24 апрель)**

**САМАРҚАНД – 2021**

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА**

**КАФЕДРА “МЕНЕДЖМЕНТ”**

**“АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ И  
СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СРЕДЕ ЦИФРОВОЙ  
ЭКОНОМИКЕ”**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
международной научно-практической конференции**

**(часть I)**

**(23-24 апреля 2021 г.)**

**САМАРКАНД – 2021**

**Рақамли иқтисодиёт муҳитида бошқарув ва сервис фаолиятини ривожлантиришнинг долзарб масалалари / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (I қисм). 2021 йил 23-24 апрель кунлари. Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 250 бет.**

**Тўпловчи ва нашрга тайёрловчи:**

**Ф.У.Турсунов** – иқтисод фанлари номзоди, доцент

**Нашр учун масъуллар:**

**Қ.Ж.Мирзаев** – иқтисод фанлари доктори, профессор,

**Д.Х.Асламова** – иқтисод фанлари номзоди, профессор,

**М.Т.Алимова** – иқтисод фанлари доктори, профессор,

**О.М.Пардаев** – иқтисод фанлари доктори, профессор,

**Ш.Тўйчиев** – иқтисод фанлари номзоди, доцент,

**Б.Х.Азизқулов** – PhD, доцент,

**Ш.М.Исломов** – иқтисод фанлари номзоди

**Саҳифаловчи: Таҳмина Рафиева**

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида Рақамли иқтисодиёт муҳитида бошқарув ва сервис фаолиятини ривожлантиришнинг долзарб муаммолари ва уларнинг ечимларига оид масалалар ёритилган. Унда рақамли иқтисодиёт муҳитида ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг трансформацияси ва жараёнларни самарали бошқариш бўйича халқаро тажриба, хизмат кўрсатиш соҳасида рақамлаштириш жараёнларининг назарий ва илмий-услубий асослари, Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодиёт шароитида бошқарув тизими самарадорлигини ошириш ҳамда рақамли иқтисодиёт муҳитида туризм, бухгалтерия, банк, молиявий ва маркетинг хизматларини кўрсатиш сифатини ошириш муаммоларини ҳал қилишга қаратилган илмий-назарий ва амалий тавсияларга бой мақола ва тезислар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, таянч докторантлар, докторантурада таҳсил олувчилар, мустақил изланувчилар ва соҳа мутахассисларига мўлжалланган.

**Мақолалар муаллифлар таҳририда босилмоқда. Уларда келтирилган рақамлар, фактлар, хулоса ва тавсияларга муаллифларнинг ўзлари масъул. Муаллифларнинг баъзи фикрлари ташкилий гуруҳ қарашларига тўғри келмаслиги мумкин.**

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2021

Shu sababli mamlakatimiz moliya sohasini zamonaviy o'zgarishlari va tendensiyalarini to'liq hisobga olish uchun moliyaviy xizmatlarni yangi turlarini joriy etish va moslashtirish, innovatsion faollikni oshirish vazifasi turibdi.

**Ибрагимов Н.С.** - БухДУ Туризм ва меҳмонхона хўжалиги кафедраси доценти, и.ф.н.

## **ЎЗБЕКИСТОН ТУРИСТИК МАКРО АХБОРОТ МАКОНИНИ “РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТДАГИ НОМУВОФИҚЛИК”ДАН ХОЛИ ҚИЛИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ**

***Аннотация:** Ушбу мақолада Ўзбекистон туристик макро ахборот маконини “рақамли иқтисодиётдаги номувофиқлик”дан холи қилиш истиқболлари аниқланган.*

***Калит сўзлар.** Туристик ахборот макон, рақамли тафовут, рақамли иқтисодиёт, расмий, қисман расмий ва норасмий ахборот маконлари.*

***Аннотация:** В данной статье определены перспективы освобождения туристического макроинформационного пространства Узбекистана от «несоответствий в цифровой экономике».*

***Ключевые слова.** Информационное пространство туризма, цифровой разрыв, цифровая экономика, официальные, частично официальные и неформальные информационные пространства.*

***Abstract:** In this article were identified the prospects for freeing the tourist macro-information space of Uzbekistan from "inconsistencies in the digital economy.*

***Keywords.** Tourism information space, digital divide, digital economy, official, partly official and informal information spaces.*

Мамлакат доирасида туризмни барқарор ривожлантириш, бизнинг фикримизча, биринчидан уюштирилган туристларни вужудга келтирувчи бозорлар билан ўрнатилган ҳамкорлик ришталари, яъни маҳаллий ҳамда хорижий туроператорнинг ўзаро манфаатли иқтисодий муносабатларидан, иккинчидан мустақил уюшган туристлар назарида жуда муҳим воситалар, **банд қилиш тизимларининг мавжудлиги, хизмат кўрсатувчи ташкилотларнинг геоахборот тизимлари базаларига киритилганлиги ва бошқа ахборот технологияларига асосланган маркетинг воситаларининг жорий қилинганлигидан** боғлиқдир.

Саёҳат эҳтиёжи туғиладиган ҳамда саёҳат маконлари ўртасида “**рақамли иқтисодиётдаги номувофиқлик**” тушунчаси<sup>1</sup> мавжуд бўлиб, у қанча катта бўлса, саёҳат эҳтиёжи туғиладиган бозорларни эгаллаш шунча мураккаб кечади. Туристик ҳудудларда рақамли воситаларнинг ривожланганлиги, давлат ташкилотларининг тадбиркорлар ва фуқаролар

<sup>1</sup> Minghetti V., Buhalis D. Digital divide in tourism //Journal of Travel Research – 2010. – Т.49. – №. 3.– 267-281 pp.

билан алоқа ўрнатиши, тадбиркорларнинг истеъмолчилар ва ҳамкорлар билан ишлаш жараёнида ахборот воситаларидан фойдаланишига кўра 4 тоифага<sup>1</sup> ажратилади ва улар ўзига хос хусусиятларга эга бўлади. 1-жадвалда туристик ҳудудларнинг “рақамли иқтисодиётдаги номувофиқлик” нуқтаи назаридан тоифаланиши келтирилган.

### 1-жадвал

#### Туристтик ҳудудларнинг “рақамли иқтисодиётдаги номувофиқлик” нуқтаи назаридан тоифаланиши<sup>2</sup>

Рақамли воситалардан фойдаланиш даражаси	Хусусияти
<b>Ўта юқори даража</b>	Иқтисодий жуда ривожланган ҳудудларда жойлашади; тадбиркорлар ва истеъмолчилар АКТлардан фойдаланишга кўникма ҳосил қилган ва юқори мотивацияга эга; инфратузилма ўта ривожланган, нархлар ҳамёнбоп, институционал ва сиёсий жиҳатдан ҳукумат томонидан қўллаб-қувватланади; туристик хизмат ва маҳсулотлар марказлашган рақамли воситалар индивидуал ёндашилган ҳолда харид қилинади; банд ва харид қилишнинг рақамли воситаларидан аҳоли кенг фойдаланади
<b>Юқори даража</b>	АКТлардан фойдаланиш ривожланган, рақамли воситалардан фойдаланиш даражаси юқори, нархлар ҳамёнбоп эмас, банд ва харид қилиш воситалари фақат асосий хизматлар (меҳмонхона) учун ривожланган, воситачилик учун қўйилган фойда фоизлари юқори, рақамли воситалар кўпроқ маълумот беришга мослашган
<b>Ўрта даража</b>	АКТлардан фойдаланиш кўникмалари шаклланмаган, инфратузилма ривожламаган, нархлар юқори, давлат ва хусусий ташкилотлар томонидан шакллантирилган рақамли воситалар асосан туристик ҳудуд ҳақидаги маълумотлар ва маркетинг фаолиятини амалга оширишга йўналтирилган
<b>Паст даража</b>	Инфратузилма чекланган, интернетдан фойдаланиш нархлари жуда юқори, ҳукумат томонидан АКТлардан фойдаланиш қўллаб-қувватланмайди, аҳоли ва тадбиркорларда кўникма етишмайди, рақамли воситалар мавжуд эмас

Internet World Statsнинг 2020 йилнинг январь ойи маълумотларига кўра<sup>3</sup>, жаҳонда интернетдан фойдаланувчилар 4 млрд. кишини ташкил қилган бўлиб, шундан 2 млрд. 304 млн. Осиё аҳолисига тўғри келган. Айни манбага қараганда, Ўзбекистонда 2000 йилда интернет тармоғидан фойдаланувчилар сони 7,5 минг кишини ташкил этган бўлса, 2020 йил

<sup>1</sup>Minghetti V., Buhalis D. Digital divide in tourism //Journal of Travel Research. – 2010. – Т. 49. – №. 3. – 267-281 pp.

<sup>2</sup>Манба: муаллиф ишланмаси

<sup>3</sup><http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>

январь ойида фойдаланувчилар сони 17,161 млн.ни ташкил қилиб, аҳоли умумий сонининг ярмидир. Замонавий рақамли асрда туризмни давлат миқёсида барқарор ривожлантиришнинг муҳим шартини, туризм таклифи тизими ахборот маконида “**рақамли иқтисодиётдаги номувофиқлик**”дан холи бўлиш механизмларини жорий қилишни талаб этади. Яъни, туризм ўта ривожланган мамлакатлар сингари, интернетдан фойдаланувчи юридик ва жисмоний шахслар сонини, аҳоли сонига нисбатан 85-90%га кўтариш лозим.

**Рақамли иқтисодиётдаги номувофиқлик** нуктаи назаридан, туристик ҳудудлар рақобатбардошлигининг яна бир омили, ҳудудларга оид маълумотларнинг макро даражадаги рақамли ахборот маконларда мавжудлигидир. Хорижий олимларнинг фикрига кўра, макро кўламда туристик ҳудудлар 3 турдаги рақамли воситалар орқали маркетинг фаолиятларини амалга оширишлари мумкин. Улар қуйидагилар<sup>1</sup>:

**1. Расмий макро ахборот маконлари.** Туристик ҳудудга оид маркетинг фаолиятларини олиб бориш жараёни тўла назоратга олинган расмий ахборот маконлари. Ушбу ахборот маконларига туристик ҳудудларнинг расмий веб сайтлари, ҳудудий ёки миллий туристик порталлар мисол бўлади. Ушбу ресурслар туристик ҳудудни бошқарадиган органлар, масалан Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси, томонидан тўла назорат қилиниб, веб саҳифалардаги маълумотлар ва ахборотлар шу орган мутасаддилари томонидан узлуксиз киритилиб, янгиланиб борилади ҳамда В2В (*тадбиркор билан тадбиркорни боғловчи*) ва В2С (*тадбиркор билан истеъмолчини боғловчи*) шаклларга эга бўлади.

**2. Қисман расмий макро ахборот маконлари.** Туристик ҳудудга оид маркетинг фаолиятларини олиб бориш жараёни қисман назоратга олинган ярим расмий ахборот маконлари. Қисман расмий рақамли воситаларга блоглар, ижтимоий тармоқлардаги (FaceBook, Twitter, LinkedIn) профил ва саҳифалар киради. Ижтимоий тармоқларнинг ўзи 1) катта аудиторияга эга бўлган “*умумий мақсадли*” ҳамда WikiTravel, GoogleTravel каби аниқ мақсадга эга бўлган “*ихтисослашган*”ларга ажратилади.

**3. Норасмий макро ахборот маконлари.** Туристик ҳудудга оид маркетинг фаолиятларини олиб бориш жараёни умуман назоратга олинмаган норасмий ахборот маконлари. Ушбу ахборот макони энг муҳим ва кенг қамровли вазифани бажаради. Чунки айти рақамли воситаларда туристик порталлар, мамлакатнинг расмий веб сайтларига мурожаат қилиниб, уларга бутун интернет оламида қидириш сайтлари орқали боғланиш имконияти мавжуд. Норасмий ахборот маконлари туристик ҳудудни бошқариш ва уларни тарғибот қилиш билан шуғулланадиган ташкилотларнинг назоратидан четда бўлади. Аслида туристик ҳудуднинг имижини айнан шу ахборот маконида шаклланади ҳамда самарали маркетинг фаолиятини йўлга қўйишда

---

<sup>1</sup> Mich, L. Destination Marketing and Internet. In M. Franch (Ed.), Destination Marketing. McGraw-Hill, 2010. Milan.

белгиловчи аҳамият касб этади. Норасмий ахборот маконлари блогларни, онлайн жамоаларни, ижтимоий тармоқларни, шунингдек маълумот, тавсия, таклиф, видео, фотосуратлар ва шунга ўхшаш контентни шакллантириш имконини берадиган барча веб сайтларни (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr) қамраб олади.

Бизнинг фикримизча, макро даражада туристик ахборот маконини барқарор ривожлантириш учун қуйидагиларга эътиборни қаратиш лозим:

Ўзбекистон туристик порталини таҳлил қилиш жараёнида унинг инглиз, рус, немис ва араб тилларидаги вариантлари мавжудлиги аниқланиб, веб сайт имконияти ва аудиториясини кескин ошириш мақсадида, испан, итальян, япон ва хитой тилларидаги версиясини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ;

туристик портал билан ижтимоий тармоқлар ўртасидаги интеграциянинг ахборот макон матрицаси доирасида таҳлил қилиш натижасида, ижтимоий тармоқлараро интеграциялашув жараёнини, яъни туристик портал ва ижтимоий тармоқлар баробарида, бир ижтимоий тармоқдаги Ўзбекистон туристик профилидан бошқасига йўналтириш чораларини кўриш зарурати туғилган;

Ўзбекистон туризм расмий ахборот маконини ўрганиш, туристик порталнинг фойдаланувчилари ҳаддан ташқари кам эканлиги аниқланиб, обуначилар, ўқувчилар ва кўрувчилар сонини барқарор оширишга йўналтирилган тадбирларни (конкурс, янгилашиб бориладиган саҳифалар, истеъмолчи шакллари оладиган контент) узлуксиз амалга ошириш лозим;

туризм соҳасида рақамли маркетинг воситалари эвазига яратиладиган қўшилган қийматнинг мутаносиб тақсимланишини таъминлаш мақсадида, маҳаллий рақамли маркетинг воситаларини жорий этиш ва мавжудларини қўллаб-қувватлаш тавсия этилади;

саёҳатни мустақил режалаштириб, уни амалга оширадиган туристлар назарида Ўзбекистон жозибadorлигини ошириш мақсадиди, мос инфратузилма, яъни геолокация тизимлари, инфокиослар, банд ва харид қилишнинг маҳаллий рақамли тизимлари ҳамда рақамлаштирилган музей ва гид хизматларини жорий қилиш мақсадга мувофиқ.

Натижада, Ўзбекистон туристик ҳудуд сифатида потенциал туристлар назарида рақамли иқтисодиёт ривожланган ўлка сифатида ўз имижини шакллантириб, жозибadorлигини оширишга эришилади. Оқибатда Ўзбекистон, йил 12 ой саёҳат қилиш мумкин бўлган ўлка сифатида, туристлар онгида гавдалана бошлайди ва туризм соҳасида шаклланган қўшилган қиймат маҳаллий даржада ўзлаштирилишига олиб келади.

## МУНДАРИЖА :

<b>І ШЎБА. “РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ МУҲИТИДА ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ МУНОСАБАТЛАРНИНГ ТРАНСФОРМАЦИЯСИ ВА ЖАРАЁНЛАРНИ САМАРАЛИ БОШҚАРИШ БЎЙИЧА ХАЛҚАРО ТАЖРИБА”</b>		
Кучаров А.С. Камалова Э.А.	Цифровая экономика и взаимодействия национальной экономики с мировым рынком капитала	4
Boboyev A.Ch. To'rayev X.B.	Raqamli iqtisodiyot – iqtisodiyotni avtomatlashtirish	7
Саттарова Н.Т.	Тўртинчи саноат инқилоби тараққиётнинг янги кўриниши - “Рақамли иқтисодиётдан” бошланади	12
Нугуманова А.И.	Проблемы развития цифровой экономики в россии	15
Турсунов Ф.У.	Рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари ва афзалликлари	20
Артиков З.С. Нажмиддинов Д.Р.	Рақамли иқтисодиёт шароитида малакали кадрлар тайёрлаш зарурияти	22
Галямутдинова Э.М. Мукимова Д.Р. Абдуллин И.И. Игнатъева О.А.	Конкурентоспособность молодежи на рынке труда в условиях цифровой экономики	25
Уразов С.Ш.	Рақамли иқтисодиёт шароитида кадрларни танлаш ва ишга ёллашда инновацион технологиялар	30
Усманова Н.М. Амонов Х.Х.	Повышение качества оказания услуг с помощью цифровой экономики	32
Iskandarov B.A.	O'zbekistondagi ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarda tashqi iqtisodiy munosabatlarning o'rnini	35
Эргашев Ж.Ж.	Раҳбар ходимлар бошқарув фаолиятини баҳолашнинг назарий ёндошувлари	37
Гималетдинова С.С.	Мировая экономика в период пандемии covid-19: технологический прогресс и его внедрение во все сферы жизни человека	42
Холикулов А.Н. Шодманова М.А.	Инновацион иқтисодиёт шароитида сув ресурсларидан унумли фойдаланишнинг моҳияти ва йўллари	46
Суханова А.А.	Вопросы ведения предпринимательской деятельности во время карантина в Республике Татарстан	50
Улашев Х.А. Усманов Ш.	“Рақамли иқтисодиёт”нинг миллий иқтисодиётни ривожлантиришдаги ўрни	53



Бўранов О.Б. Мусурмонов Р.М.	Қурилиш иқтисодиётини бошқаришда ахборот технологиялари орқали рақамлаштиришнинг усулбуй жиҳатлари	58
<b>II ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА РАҚАМЛАШТИРИШ ЖАРАЁНЛАРИНИНГ НАЗАРИЙ ВА ИЛМий-УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ”</b>		
Ҳазратов А.П. Шавқиев Э.	Рақамлаштириш — алоқа хизматларининг социал самарадорлигини оширишда муҳим омил	63
Бобоев А.Ч. Шамсиева М.О.	Олий таълим муассасалари ҳамкорлигининг таълим тизими ривождаги ва таълим хизматларидаги ўрни	67
Uzoqov A.A. Usmonov B.Sh. Mustafayev J.Sh.	Elektron tijorat va uning jamiyat ijtimoiy munosabatlariga ta'siri	70
Rahmonov M.	The role of digitization in the service sector	74
Xudoyberdiyeva M.U. Tuyunboyev Q.Sh.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida moliyaviy xizmarlarni rivojlantirish tendensiyalari	79
Ибрагимов Н.С.	Ўзбекистон туристик макро ахборот маконини “рақамли иқтисодиётдаги нормувофиқлик”дан холи қилиш истиқболлари	82
<b>III ШЎЪБА. “ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА БОШҚАРУВ ТИЗИМИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ”</b>		
Уразов С.Ш.	Рақамли иқтисодиёт шароитида аутсорсинг рекрутментнинг янги йўналиши сифатида	86
Саттарова Н.Т.	Рақамли иқтисодиёт аҳоли даромадлари ва турмуш даражаси ўсишининг омили бўлиб хизмат қилади	90
Azgarov A.A.	Prospects for the implementation of international standards for automated business management systems in Uzbekistan in the digital economy	94
Бобоев А.Ч. Нарзуллоева Л.Х.	Корхонада инқирозга қарши бошқарув стратегиясини ишлаб чиқишнинг йўллари	97
Суюнов Ж.У.	Факторы развития рынка услуг торговли продовольственного питания	100
Бобоев А.Ч. Тошпўлатов Д.Х.	Ҳудудларда кичик корхоналарни ривожлантиришни бошқариш йўллари	105
Эгамов Р.М.	Қурилиш индустрияси корхоналари бошқариш жараёнида инновацион тадбирларнинг аҳамияти	108
Эргашев Ж.Ж.	Рақамли иқтисодиёт шароитида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш	111

M.SH. Komilova	Raqamli iqtisodiyot sharoitida boshqaruv tizimi samaradorligini oshirishda boshqaruv usullarining ahamiyati	116
Искандаров Б.А.	Қишлоқ хўжалигини модернизация қилиш ва ривожлантиришнинг истикболли йўналишлари	121
Махмудова Д.Р.	Совершенствование управления малым бизнесом в условиях цифровой экономики	124
<b>IV ШЎБА. “РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ МУҲИТИДА ТУРИЗМ, БУХГАЛТЕРИЯ, БАНК, МОЛИЯВИЙ ВА МАРКЕТИНГ ХИЗМАТЛАРИНИ КЎРСАТИШ СИФАТИНИ ОШИРИШ”</b>		
Davletshina A.Z. Abdullin I.I.	Service industry in the digital economy era	128
Usmonova D.Sh.	Raqamli iqtisodiyot muhitida bank xizmatlarini ko'rsatish sifatini oshirish	132
Умаров З.А.	Банк кредит портфели ва уни бошқариш масалалари	134
Курбанов З.Н. Акрамов Ф.А.	Солиқ аудитини ташкил этишнинг назарий масалалари	137
Яҳёхонов Н.Б.	Хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятига рақамли маркетинг технологияларини жорий қилишнинг стратегик йўналишлари	141
Nasimov I.X. Zayniyev I.I.	Ekoturizm – sayyohlik yo'nalishi rivojlantirishning muhim omili: o'zbekiston tajribasida	144
Rahimova N.A. Tursunov A.N.	The analysis of the tourism digitalization	149
Ostonov U.	Location and characteristics of rural tourism territories of the Republic of Uzbekistan	152
Masharipova M.A. Kuralbaev J.A.	The role of digital technologies in the development of eco-tourism	155
Ахтамова М.Э. Юлбарсхуджаева А.Д.	Повышение качества оказания маркетинговых услуг в сфере цифровой экономики	159
Джалилов Ф.А. Турсинбоев А.З.	Рақобат муҳитини жадаллаштиришда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш йўллари	162
Рахмонов Х.Х.	Рақобатбардошлик саноат корхоналарини инновацион-технологик ривожлантиришнинг стратегик параметрларини шакллантиришнинг асоси	166
Жуманиязов И.Б.	Бошқарув таҳлилининг назарий масалалари	168
Tashmatov Sh.U. Shukurov M.F.	Analysis of factors influencing the development of ecotourism in Uzbekistan	172
Накимова М.	Navbatda bo'lish vaqti chegaralangan tizim	174

Тўйчиев Ш. Абдуразаков Д.Ж.	Ислоний банк тизимида пул-кредит сиёсати инструментлари ва уларни бошқариш	177
Бобоев А.Ч. Нарзуллаева Н.Ф.	Худудларда туристик рақобатбардошлигига эришишини самарали бошқариш йўллари	180
Матякубов У.Р.	Оролбўйи минтақаси туризмни ривожлантиришда инновацион омиллардан фойдаланиш йўллари	182
Tashmatov Sh.U. Tillayev D.A.	O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirish zaruriyati va ahamiyati	187
Абдуллаева З.И.	Основные этапы и возможности маркетинговых исследований на предприятиях оказывающих гостиничные услуги	190
Михайлюк А.С. Батталова А.Р.	Совершенствование методов управления налогами в организациях по производству пищевых продуктов	194
Хакимова М. Юлбарсхужаева А.	Математическая интерпретация массового обслуживания	198
Худойбердиев С.И.	Изучение связей в экономических процессах	204
Хакимов Д. Камилова Н.А.	Эластичность спроса и его практическое применение	208
Тўйчиев Ш. Якубов Б.Р.	Кластер тизими – иқтисодийни ривожлантиришнинг асоси	211
Musayev B.Sh.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida mehmonxona raqobatbardoshligini oshirish yo'llari	214
Абдуллаева З.И.	Маркетинговые исследования-неотъемлемая часть политики гостиничного бизнеса	218
Мусаева Ш.А. Усманов Ф.Ш.	Маркетинг стратегияларини жорий этиш асосида тўқимачилик корхоналари рақобатбардошлигини ошириш масалалари	221
Наврўз-зода З.Б.	Смарт туристик дестинация туристик кластерининг фундаменти сифатида	227
Розиқов Н.Б.	Мажбуриятларни ўз вақтида бажарилиши қарздорликни олдини олишнинг гаровидир	230
Низамов А.Н. Амиров А.М. Мирмадиев Ф.Ф.	Самарқандда туризм узлуксизлигини таъминлаш муаммолари	234
Tajibaev K.K. Ahmadjanova M.A.	Tourism is the locomotive of the country's economic development	238
Abdulxakimov Z.T.	Development of tourism in Uzbekistan and its impact on the economy	241
Qudratov T. Kudratov R.T. Kudratova I.T.	Mahsulotlarni sotish rentabelligini takomillashtirish masalalari	244

Abdullaeva Sh.E. Obidov M.A.	Raqamli iqtisodiyot muhitida turizmni rivojlantirish imkoniyatlari	248
Salimov E.	Ekonometrik modellar sifati va ahamiyatini mezonlari	250

