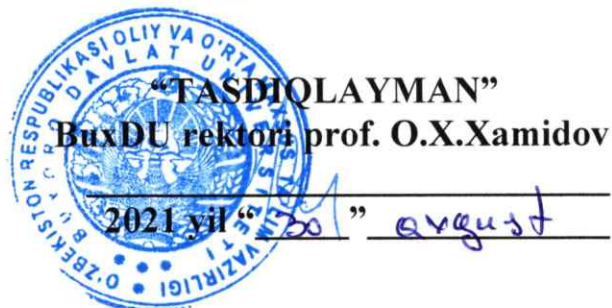


O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI



HALOL TURISTIK XIZMATLAR SIFATI

FANINING O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	1000000- Xizmatlar
Ta`lim sohasi:	1010000- Xizmatlar ko`rsatish sohasi
Ta`lim yo`nalishi:	71010401 -Turizm (Ziyorat turizmi)

Buxoro-2021

	Fan/modul kodi HTXS1075	O'quv yili 2021-2022	Semestr 2	ECTS-Kreditlar 5
	Fan/modul turi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 4
1	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Halol turistik xizmatlar sifati	60	90	150
2.	<p style="text-align: center;">I.Fanning mazmuni</p> <p>Fanning maqsadi – magistrantlarni turistik hududlar raqobatbardoshligi modellari va baholash metodologiyasi, sayyohni vujudga keltiruvchi, axborot va sayohat amalga oshadigan makonlarga oid nazariy va amaliy bilimlar bilan ta'minlashdan iboratdir.</p> <p>Fanning asosiy vazifalari – magistrantlarga turistik hudud raqobatbardoshligini hamda sayohat va turizm raqobatbardoshligi indeksini hisoblash metodologiyasini o'rgatish, O'zbekistonning turistik raqobatbardoshligini barqaror oshirib borish yo'llari borasida ma'lumotlar berish, turizm axborot makonining raqobatbardoshligi omillari haqida tushuncha berishdir.</p> <p style="text-align: center;">II.Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p style="text-align: center;">Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>1 – mavzu: Halol turistik xizmatlar sifati faniga kirish.</p> <p>Halol turistik xizmatlar faniga nazariy yondashuvlar. Halol turistik xizmatlar. Halol turizm xizmatlari turlari. Halol turizm da geoiqtisodiy yondashuv.</p> <p>2-mavzu. Halol turistik xizmatlar roli va imkoniyatlari</p> <p>Halol turistik xizmatlarning turizmdagi o'zni. Halol turistik xizmatlar istiqboli.</p> <p>3- mavzu. Halol turistik xizmatlar rivojlanishi.</p> <p>Halol turistik xizmatlarga xorij olimlari tomonidan berilgan ta'riflar. Xalqaro Halol turizm bozorining rivojlanish tendentsiyalari. Dunyo mamlakatlarida Halol turistik xizmatlari rivojlanish holati.</p> <p>4-mavzu. Tibbiy turizm uchun halol brending.</p> <p>Turizmdagi Halol xizmatlar dunyo e'tiborida. Halol brendi tibbiy turizmni rivojlantirish uchun samarali yechim. Xalqaro Halol turizm xizmatlarida o'sish.</p> <p>5- mavzu. Halol turizm xizmatlari sifatining xalqaro standartlari</p> <p>Halol turizm xizmatlardagi sayohatchilar. Halol turizm oqimini hisoblash. Halol turizm xizmatlaridagi xarajat va daromad.</p> <p>6- mavzu. Halol xizmatlarda sertifikatlar.</p>			

Uzstandandart, Jakim, TSE, Halol sertifikatlari. Halol sertifikat talablari. O'zbekistondagi Halol sertifikati.

7-mavzu. Mehmonxonlarda Halol turizm xizmatlari

Mehmonxonalarda Halol turizm sertifikati va uning muhimligi. Halol turizm xizmatlari ko'rsatadigan eng yaxshi mehmonxonalar.

8-mavzu. Halol turistik xizmatlar sifati hudud tizim sifatida

Halol turizm xizmatlariga sifatida turli qarashlar. Mamlakatlar doirasida halol turizm xizmatlari.

9-mavzu. Halol turizm xizmatlari sifat marketingi.

Ko'p madaniyatli mintaqada halol marketing. Halol turizm xizmatlarida mahsulotlar marketingi. Halol turistik xizmatlar sanoati bo'yicha marketing.

10-mavzu. O'zbekistonda "Musulmon mehmondo'stligi" baholash reytingi

"CrescentRating" agentligining musulmon mehmondo'stligi xizmatlari reytingi. "Turizm xizmatlarini sertifikatlashtirish markazi" DUK bilan shartnoma.

11-mavzu. Turkiyada Halol turistik xizmatlar sifati.

Turk Halol turistik sertifikati. Turkiyadagi Halol turistik xizmatlar sifati.

12-mavzu. Halol turizmning global turizm sohasidagi imkoniyatlari

Global turizm sektori va halol turizm. Halol turizm imkoniyatlari. Islom hamkorlik tashkiloti.

13-mavzu. Halol turizm xizmatlari Indoneziyada.

Indoneziyada Halol turizm. Indoneziya Halol turizm xizmatlari imkoniyatlari. Indoneziya Halol turizm xizmatlari qiyinchiliklari.

14-mavzu. Malayziyaning halol turizm sohasidagi muhim roli.

Malayziya musulmon sayohatchilar uchun yaxshi destinatsiya sifatida. Malayziyaning musulmonlarga do'stona mehmondo'stlik xizmatlari (MFHS) standarti.

15-mavzu. Halol turizm xizmatlari Saudia Arabistonda.

Haj va Umra safari Halol turistik xizmatlar bilan. Saudia Arabistonida halol turizm tendensiyalari.

III. "Halol turistik xizmatlar sifati" fanidan amaliy mashg'ulotlarni tashkil etish dasturi

((Laboratoriya ishlari), (Seminar mashg'ulotlari), (Kurs ishi), (Mustaqil ta'lim) o'quv rejada ko'rsatilgan turi (nomi) bo'yicha yoziladi)

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1 – mavzu: Halol turistik xizmatlar sifati faniga kirish.

Talabalar Halol turistik xizmatlar faniga nazariy yondashuvlar. Halol turistik xizmatlar. Halol turizm xizmatlari turlari. Halol turizm da geoiqtisodiy yondashuv kabi qiyosiy tahlilini amalga oshiradilar.

2-mavzu. Halol turistik xizmatlar roli va imkoniyatlari

Halol turistik xizmatlarning turizm dagi o'rni. Halol turistik xizmatlar istiqboli borasida qiyosiy tahlil amalga oshiriladi.

3- mavzu. Halol turistik xizmatlar rivojlanishi.

Halol turistik xizmatlarga xorij olimlari tomonidan berilgan ta'riflar. Xalqaro Halol turizm bozorining rivojlanish tendentsiyalari. Dunyo mamlakatlarida Halol turistik xizmatlari rivojlanish holati parametrlari asosida tahlil qilish.

4-mavzu. Tibbiy turizm uchun halol brending.

Talabalar turizmdagi Halol xizmatlar dunyo e'tiborida. Halol brendi tibbiy turizmni rivojlantirish uchun samarali yechim. Xalqaro Halol turizm xizmatlarida o'sishi haqida tahlillar qilishadi.

5- mavzu. Halol turizm xizmatlari sifatining xalqaro standartlari

Halol turizm xizmatlardagi sayohatchilar. Halol turizm oqimini hisoblash. Halol turizm xizmatlaridagi xarajat va daromadi haqida tahlil.

6- mavzu. Halol xizmatlarda sertifikatlar.

Uzstandart, Jakim, TSE, Halol sertifikatlari. Halol sertifikat talablari. O'zbekistondagi Halol sertifikati haqida tayyorlashi talab etiladi.

7-mavzu. Mehmonxonlarda Halol turizm xizmatlari

Mehmonxonalarda Halol turizm sertifikati va uning muhimligi. Halol turizm xizmatlari ko'rsatadigan eng yaxshi mehmonxonalar asosida tahlil qilib berishi talab etiladi.

8-mavzu. Halol turistik xizmatlar sifati hudud tizim sifatida

Halol turizm xizmatlariga sifatida turli qarashlar. Mamlakatlar doirasida halol turizm xizmatlari tahlili amalga oshirilishi talab qilinadi.

9-mavzu. Halol turizm xizmatlari sifat marketingi.

Ko'p madaniyatli mintaqada halol marketing. Halol turizm xizmatlarida mahsulotlar marketingi. Halol turistik xizmatlar sanoati bo'yicha marketing tahlil qilinishi kerak.

10-mavzu. O'zbekistonda "Musulmon mehmondo'stligi" baholash reytingi

"CrescentRating" agentligining musulmon mehmondo'stligi xizmatlari reytingi. "Turizm xizmatlarini sertifikatlashtirish markazi" DUK bilan shartnoma haqida ma'lumotlar talab qilinadi.

11-mavzu. Turkiyada Halol turistik xizmatlar sifati.

Turk Halol turistik sertifikati. Turkiyadagi Halol turistik xizmatlar sifati haqida qiyosiy tahlil talab qilinadi.

12-mavzu. Halol turizmning global turizm sohasidagi imkoniyatlari

Global turizm sektori va halol turizm. Halol turizm imkoniyatlari. Islom hamkorlik tashkiloti haqida ma'lumotlar talab qilinadi.

13-mavzu. Halol turizm xizmatlari Indoneziyada.

Indoneziyada Halol turizm. Indoneziya Halol turizm xizmatlari imkoniyatlari. Indoneziya Halol turizm xizmatlari qiyinchiliklari tahlili so'raladi.

14-mavzu. Malayziyaning halol turizm sohasidagi muhim roli.

Malayziya musulmon sayohatchilar uchun yaxshi destinatsiya sifatida. Malayziyaning musulmonlarga do'stona mehmondo'stlik xizmatlari (MFHS) standarti borasida tahlil talab qilinadi.

15-mavzu. Halol turizm xizmatlari Saudia Arabistonda.

	<p>Haj va Umra safari Halol turistik xizmatlar bilan. Saudia Arabistonida halol turizm tendensiyalari haqida tahlillar talab qilinadi.</p> <p style="text-align: center;">IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishla</p> <p style="text-align: center;">Tavsiya etilayotgan mustaqil ishlarning mavzulari:</p> <p>1. Halol turizm xizmatlari</p> <hr/> <p>2. Halol turistik xizmatlari imkoniyatlari</p> <p>3. Halol turistik xizmatlarning turizmdagi o'rni.</p> <p>4. Dunyo mamlakatlarida Halol turistik xizmatlari rivojlanish holati parametrlari asosida tahlil qilish.</p> <p>5. Tibbiy turizm uchun halol brending.</p> <p>6. Halol turizm xizmatlari sifatining xalqaro standartlari</p> <p>7. Halol turizm xizmatlaridagi xarajat va daromadi haqida tahlil.</p> <p>8. Halol xizmatlarda sertifikatlar.</p> <p>9. O'zbekistondagi Halol sertifikati haqida tayyorlashi talab etiladi.</p> <p>10. Mehmonxonalarda Halol turizm sertifikati va uning muhimligi.</p>
3.	<p style="text-align: center;">V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Iqtisodiyot asoslarini; - milliy iqtisodiyotning amal qilishi va rivojlanishi qonuniyatlarini; - makroiqtisodiy darajadagi vaziyatlarni; - iqtisodiy jarayonlarning amal qilish xususiyatlarini bilishi; - iqtisodiy hodisa va jarayonlarni tahlil qilish usullarini qo'llash; - iqtisodiy qonunlarni, ilmiy tushunchalarni kategoriyalarni bilish, - iqtisodiy muammolar bo'yicha echimlar qabul qilish usullari; - iqtisodiy jarayonlarni tahlil qilish va xulosa chiqarish; - iqtisodiy muammolarini hal etish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar to'plash va ulardan foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.
4.	<p style="text-align: center;">VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; • interfeol keys-stadilar; • seminarlar (mantiqiy fikrlash. tezkor savol-javoblar); • guruhlarda ishlash; • taqdimorlarni qilish; • individual loyihalar; • jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
5.	<p style="text-align: center;">VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha testni topshirish.</p>
6.	<p style="text-align: center;">TAVSIYA ETILADIGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI</p> <p style="text-align: center;">Asosiy adabiyotlar:</p>

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining O'zbekiston Respublikasi ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'grisida farmoni, 9.02.2021 yildagi PF-6165-son.
2. Turizm to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasining Qonuni.
3. Buyuk Ipak yo'lini qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada Xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora –tadbirlar to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995 yil 2-iyundagi 1162 raqamli Farmoni. // —Xalq so_zil, 1995 yil 3 iyun.
4. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning 2005 yilgacha bo'lgan davlat dasturi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.Karimovning 15.04.1999 yildagi PF-№2286 farmoni. //Xalq so_zi, №74. 1999. 16 Aprel
5. S. Vijayanand, The Issues and Perspectives of Pilgrimage Tourism Development in Thanjavur, Department of Tourism, Community College, Pondicherry, India. International Journal of Tourism & Hospitality Review (IJTHR), Vol. 1, Nov 2014.
6. Mohamed Battour, Mohd Nazari Ismail, "Tourism Management Perspectives" Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future", TMP-00219; Pages 5.
7. Al-Hamarneh, A. and Steiner, C., Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World, Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East, 2004Vol. 24, page 1-6
8. Carboni, M., Perelli, C, and Giovanni S., Is Islamic Tourism a Viable Option for Tunisian Tourism Insights from Djerba, Volume 11, July 2014, pp 1-9.
9. World Tourism Organization (2016), Visa Openness Report 2015, UNWTO, Madrid.
10. UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition, p. 3 // <http://www.unwto.org>; Travel & Tourism Economic Impact 2019 World, p. 7// <http://www.wttc.org>.
11. Dupeyras, A. and N. MacCallum (2013), "Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document", OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>. [4.01.2017]
12. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Published by the World Economic Forum. www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf [4.01.2017]
13. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Published by the World Economic Forum. www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2019.pdf [30.06.2020]
14. <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>
15. UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition, p. 3 // <http://www.unwto.org>; Travel & Tourism Economic Impact 2019 World, p. 7// <http://www.wttc.org>.
16. World travel & tourism council. Travel & tourism economic impact 2016. Uzbekistan. P. 24 [www.wttc.org]. [08.03.2017].
17. http://www.upsdt.com/downloads/investors/Travel_tourism_economic_impact_2017.pdf
18. <https://uzbektourism.uz/ru/research> [3.09.2019 й]

19. Bloom Consulting Country Brand Ranking©. 2016-2016 edition //www.bloom-consulting.com [08.03.2019].
20. Аакер Д. Создание сильных брендов. М.: «ИД Гребенникова», 2003. 140 с.
21. Абдулазизова Х.Н., Миллий товар ва хизматлар брендларининг ривожланиши. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 5, 2016 й.
22. Александрова А.Ю. Международный туризм: учеб. пособие для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с., с. 13.
23. Аллабердиева У. Миллий брендинг хусусиятлари// Корхонани бошқариш. Т.2012 й.
24. Александрова, А.Ю. Структура туристского рынка / А.Ю.Александрова. М. : Пресс-Соло. 2002.
25. Александрова А., Интеграция событийных мероприятий в продвижение туристских дестинаций на принципах ко-брендинга. Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. 2015. № 6.
26. Алимова М.Т., Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида). 08.00.05 – Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиёти (иқтисодиёт фанлари). Докторлик диссертацияси автореферати. Самарқанд – 2017.
27. Асеева, О.Ю.Основные направления развития кластерной политики в России//Асеева О.Ю./В сборнике: Тенденции развития естественных и гуманитарных наук Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции. г. Ростов-на-Дону, 2015. С. 81-85.
- 28.Бакуменко О.А. Сборник статей Международной научно-практической конференции «Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе». 29-30 марта 2013 г. - Ч.3. - Уфа: РИЦ БашГУ, 2013. - 321 с. - С.30-47.
- Навруз-Зода Б.Н. таҳрири остида. Туристик худуд рақобатбардошлиги. “Дурдона” нашриёти. Бухоро – 2017. 156 бет.
48. Нилуфар Сафарова, Цепная реакция туризма. Журнал “Экономическое обозрение”., <http://review.uz/ru/article/855> [15.08.2014].
49. Назарова Г., Хусанбаев Б., Ли Д., Стратегия развития туризма в Узбекистане: экономический анализ возможностей и перспектив. -Т.: 2000. - 87 с.
50. Норчаев.А.Н. “Халқаро туризм ривожлантиришининг иқтисодий ўсишга таъсири”. Номзодлик диссертацияси. ТДИУ, 2004 й. - 120 б.

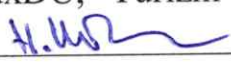
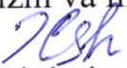

Xorijiy tillarda:

1. Beritelli, P., Laesser, C., Destination logo recognition and implications for intentional destination branding by DMOs: A case for saving money. Journal of Destination Marketing & Management (2016), <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm>.
Blain, C.,Levy,S.E.,&Ritchie,J.R.B.(2005). Destination branding: In sight sand practices from destination management organizations. Journal of Travel Research, 43, 328.

2. Crouch, G. and Ritchie, B., 1999. Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44, pp. 137-152. (139)
3. Crouch, G.I. and J.R.B. Ritchie (2005). 'Application of the Analytic Hierarchy Process to Tourism Choice and Decision Making: A Review and Illustration Applied to Destination Competitiveness', *Tourism Analysis*, 10(1): 17-25.
80. Crouch, Geoffrey I. (Geoffrey Ian). Modelling destination competitiveness : a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes. Australia in 2007 by CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd. Printed in Australia (Gold Coast, Queensland).
4. Crompton J L, Fakeye P C, Lue C C, 1992. Positioning: The example of the Lower Rio Grande Valley in the winter long stay destination market. *Journal of Travel Research*, 31(2): 20–26. doi: 10.1177/004728759203100204.
5. Dwyer, Larry, and Chulwon Kim. "Destination Competitiveness: determinants and indicators." *Current Issues in Tourism*, (2003) 6 (5): 369-414.
6. Davies H., Ellis P. Porter's competitive advantage of nations: time for the final judgement? // *Journal of management studies*. – 2000. – T. 37. – №. 8. – C. 1189-1214.
7. D'Hartesse, A., 2000. Lessons in managerial destination competitiveness in the case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management* 21(1), pp. 23-32. (23)
8. Echtner C. M. Entrepreneurial training in developing countries // *Annals of tourism research*. – 1995. – T. 22. – №. 1. – C. 119-134.; Porter M. E. The competitive advantage of nations // *Harvard business review*. – 1990. – T. 68. – №. 2. – C. 73-93.;
9. Enright, M.J. and Newton, J., 2004. Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, 25, pp. 777–788. (778)
10. Enright M.J. Regional Clusters: What we know and what we should know. Paper prepared for the Kiel Institute International Workshop on Innovation Clusters and Interregional Competition, 2002. – 25 p.
11. Enright M.J. Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Working Paper, Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program, University of Hong Kong, 2000. – 21 p.
12. Ffowcs-Williams I. Cluster Development: Red Lights and Green Lights. Paper prepared for ANZR-SAI Conference "Sustaining Regions", 24 May, 2004. – 17 p.
- Fagerberg J. Technology and competitiveness // *Oxford review of economic policy*. – 1996. – T. 12. – №. 3. – C. 39-51.
13. Franch, Mariangela, et al. "4L tourism (landscape, leisure, learning and limit): responding to new motivations and expectations of tourists to improve the competitiveness of Alpine destinations in a sustainable way." *Tourism review* 63.1 (2008): 4-14.

Qo'shimcha adabiyotlar:

1. Govers R. (2003). Destination image evaluation: Part II. Eclipse: The Periodic Publication from Moon shine Travel Marketing for Destination Marketers, 10.
91. Grant R. M. Porter's 'competitive advantage of nations': an assessment // *Strategic management journal*. – 1991. – T. 12. – №. 7. – C. 535-548.; Porter M.

	<p>E. The competitive advantage of nations //Harvard business review. – 1990. – T. 68. – №. 2. – C. 73-93.</p> <p>2. Gartner, W.C.(1994) Image formation process. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2(2), 191–216.</p> <p>3. Gretzel, U., Y. L. Yuan, and D. R. Fesenmaier (2000). “Preparing for the New Economy: Advertising Strategies and Change in Destination Marketing.” Journal of Travel Research, 39 (2): 146-56.</p> <p>4. Hassan S. S. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry //Journal of travel research. – 2000. – T. 38. – №. 3. – C. 239-245. (239)</p> <p>5. Heath E. Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. CAUTHE Conference. Lismore N. S. W. Southern Cross University. 2013. P. 500 – 520.</p> <p style="text-align: center;">Internet saytlari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. http://old.ut.uz/rus/turizm/po_zakonam_uzbekskogo_gostepriimstva.mgr 2. http://tourlib.net/gost.htm 3. http://www.iso.org/ 4. http://www.standart.uz/blog/category/61- 5. http://www.tripadvisor.ru/TripAdvisorInsights/n2622/responding-reviews-builds-revenue-and-reputation 6. http://www.uzbektourism.uz/uz/- 7. www.study-uzbektourism.uz 8. https://www.igi-global.com/chapter/career-development-in-tourism-industry/210381
7.	Buxoro davlat universiteti tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan
	<p>Fan/modul uchun mas’ul: N.S.Ibragimov – BuxDU, “Turizm va mexmonxona xo’jaligi” kafedrasida dotsenti, i.f.d. </p>
	<p>Taqrizchilar: H.R.Hamroyev -BuxDU, “Turizm va mexmonxona xo’jaligi” kafedrasida dotsenti, i.f.n.  G.J.Xasanova- BuxMTI dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi (<i>turdosh OTM</i>) </p>

