



UZBEKISTAN



**“TURISTIK HUDUDLARNING
ZAMONAVIY KONTENTI:
muammolar va innovatsion yechimlar”**

xalqaro ilmiy-amaliy anjumani

International scientific and practical conference

**“MODERN CONTENT OF TOURIST
DESTINATIONS:
problems and innovative solutions”**



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

**“TURISTIK HUDUDLARNING ZAMONAVIY KONTENTI:
MUAMMOLAR VA INNOVATSION YECHIMLAR”**

**mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjumani
TEZISLAR TO‘PLAMI
Buxoro shahri 2023-yil 16-iyun**

**СБОРНИК ТЕЗИСОВ
международной научно-практической конференции на тему
«СОВРЕМЕННЫЙ КОНТЕНТ ТУРИСТИЧЕСКИХ ТЕРРИТОРИЙ:
ПРОБЛЕМЫ И ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ»**

г. Бухара, 16 июня 2023 года

**International scientific and practical conference on the topic
"MODERN CONTENT OF TOURIST DESTIANTIONS: PROBLEMS AND
INNOVATIVE SOLUTIONS"
JUNE 16, 2023**

“Turistik hududlarning zamonaviy kontenti: muammolar va innovatsion yechimlar” [Matn] / N.S. Ibragimov. - Buxoro: OOO "Sadridin Salim Buxoriy" Durdona nashriyoti, 2023. - 495 b.

Dasturiy qo‘mita: i.f.d. O.X. Xamidov, f-m.f.d. T.H. Rasulov, O‘.U.Rashidov, i.f.d. B.N.Navruz-Zoda, i.f.n. D.Sh.Yavmutov., i.f.n. A.T.Jo‘raev, i.f.n. J.R. Toxirov, i.f.d. N.S.Ibragimov, .

Tahrir hay‘ati: i.f.d. N.S.Ibragimov, i.f.n. A.T.Jo‘raev, , t.f.n. G.T.Zaripov, i.f.n. D.Sh.Yavmutov, i.f.n. S.S. Ro‘ziyev, i.f.f.d. J.R.Toxirov, O.Q.Xurramov, I.O.Davronov, K.Sh.Yuldashev

To‘plam i.f.d., professor N.S. Ibragimov umumiy tahriri ostida chop etildi.

**Сборник опубликован под общей редакцией д.э.н., проф.,
Н.С.Ибрагимова**

Mazkur to‘plamga kiritilgan maqolalar va ma’ruza tezislarning mazmuni, undagi statistik ma’lumotlar, sanalarning to‘g‘riligiga hamda tanqidiy fikr-mulohazalarga mualliflarning shaxsan o‘zlari mas’uldirlar.

Авторы несут личную ответственность за содержание статей и тезисов, включенных в этот сборник, содержащуюся в них статистику, точность дат и критические комментарии.

vakillari ichki va xorijiy sayyohlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish bo'yicha choralarni ko'rishmoqda, birinchi navbatda, mamlakatimiz hududlaridagi turizm infratuzilmasini yaxshilashga doir faol ishlar olib borilmoqda. COVID-19 bilan bog'liq global pandemiya va undan keyin turizm sanoatida yuz bergan butunjahon inqirozdan oldin bizning yurtimizga tashrif buyurishni istagan sayyohlar oqimi kattaligi tufayli O'zbekiston mehmondo'stlik sanoati joylar yetishmasligi va transport xizmatlarini ko'rsatishda qiyinchiliklarga duch keldi. 2020 yilda 8 millionga yaqin chet ellik mehmonlar kelishi kutilgan edi. Afsuski, bu butun dunyoda va mamlakatimizda turizmning to'xtab qolishi va vaqtinchalik ishsizlikka olib keldi. O'zbekistondagi turizm sohasi vakillaridan sabr-matonat va birgalikda sa'y-harakatlar bilan global raqobatga tayyorgarlik ko'rishlarini so'rayman! Birdamlikda biz barchasiga erishishimiz mumkin! Bizning oldimizda yangi ish o'rinlari, turizmning yangi turlarini yaratish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish, monetizatsiyalash bilan bog'liq katta vazifalar turibdi. Bu esa, shubhasiz, mamlakatimizdagi aholi farovonligi darajasining oshishiga turtki beradi. Ayni paytda biz bor kuchimizni ichki va mahalliy turizm va ziyorat turizmni rivojlantirishga yo'naltirishimiz kerak. Xorijlik sayyohlarni jalb qilish mamlakatimizda sayohat xavfsizligi sharoitlarining yaratilishi bilan bog'liq bo'ladi. Muvaffaqiyat Vatanimiz ravnaqi yo'lida olib borilayotgan sa'y-harakatlarimizga bog'liq bo'ladi. Biz guvohi bo'lgan turizm sohasidagi islohotlarning dinamikasi va so'ngi yillarda erishilgan yutuqlar buni isbotladi. Barchamiz birga O'zbekistonning tez orada turizm yo'nalishida dunyodagi yetakchi davlatlardan biriga aylanishiga bor hissamizni qo'shamiz.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mirziyoyev, S. (2018). 2017-2022 yillarda O'zbekistonni rivojlantirishning 5 ta ustuvor yo'nalishi. Tashkent.
2. Ana Maria Campon-Cerro, J. M.-M.-F. (2019). Best Practices in Hospitality and Tourism Marketing and Management. Springer Link.
3. The Official Order of Stay of Tourists in Uzbekistan for the Period of the Coronavirus. In www.uzbektourism.uz, www.uzbektourism.uz (p. Uzbekistan). Tashkent: 03.03.2020.
4. Ruziyeva, M. (2023). GASTRONOMIK TURIZMDA INNOVATSIYALAR. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz), 35(35).
5. Khaydarova, D. I., & Djurayeva, N. B. (2022). Influences Instagram on Destination Image of a Country. EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION IN NONFORMAL EDUCATION, 2(5), 60-65.
6. Huaxia. (2021). Uzbekistan expects int'l tourists to return after pandemic . In Xinhua, www.xinhuanet.com (p. China). Xinhua: 2021-02-14 16:47:38.
7. Bakhodirovna, D. N. (2023). EATING ACCORDING TO RELIGIOUS PRACTICES. Journal of new century innovations, 28(1), 126-130.
8. Рузиева М. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ //Talqin va tadqiqotlar. – 2023. – Т. 1. – №. 8.
9. Рузиева М. Т. МЕТОДОЛОГИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО КАРТОГРАФИРОВАНИЯ СТРАН //Journal of new century innovations. – 2023. – Т. 28. – №. 1. – С. 121-125.
10. Uzbekistan, U. M. (2020). The Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Uzbekistan Announces New COVID-19 Testing Measures For All Arriving Travelers . In U. M. Uzbekistan, News & Events (p. Uzbekistan). Tashkent: 22.12.2020.
11. Mustanov N., Mirobidova D., Azamatova S., & Toshpo'latova M. (2021). O'ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMI VA ICHKI TURIZMNING RIVOJLANISH TAMOYILLARI HAMDA TURIZMNING PANDEMIYA BILAN BOG'LIQLIGI. Экономика и социум, (5-1 (84)), 329-340.

RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING O'ZBEKISTONDA TURISTLAR XULQ-ATVORIGA TA'SIRINI TAHLIL QILISH YO'LLARI

Annotatsiya: Raqamli marketingning sayyohlik xatti-harakatlariga ta'sir qilishning asosiy usullaridan biri hisoblanadi. Ijtimoiy media platformalari, qidiruv tizimini optimallashtirish va onlayn reklamadan foydalanish orqali O'zbekiston o'zining sayyohlik joylari haqida xabardorlikni oshirishda muvaffaqiyatga erishib kelmoqda.

Kalit so'zlar: SEO; raqamli marketing; SERP; Instagram; Facebook

So'nggi yillarda raqamli marketing korxonalarining maqsadli auditoriyaga erishish va ularni jalb qilish usullarini keng qamrovda qoplab oldi. Bu o'zgarish, ayniqsa, butun dunyo bo'ylab sayyohlarni jalb qilish uchun raqamli marketing strategiyalaridan tobora ko'proq foydalanayotgan turizm sanoatida sezilarli ko'zda tutilmoqda. O'zining boy tarixi, ajoyib me'morchiligi va jo'shqin madaniyatiga ega O'zbekiston ham bu tendentsiyadan mustasno emas. Ushbu maqolada biz raqamli marketing strategiyalarining O'zbekistondagi turistlarning xulq-atvoriga ta'sirini o'rganamiz.

Avvalo, turizm sohasida raqamli marketingning ahamiyatini tushunish juda muhimdir. Bosma ommaviy axborot vositalari, bilbordlar va broshyuralar kabi an'anaviy marketing kanallari hamon rol o'ynaydi, ammo bu usullarning ta'sir doirasi va samaradorligi raqamli platformalarga nisbatan cheklangan. Raqamli marketing potentsial sayyohlar bilan bog'lanish uchun misli ko'rilmagan imkoniyatlarni taqdim etadi, bu yo'nalishlarga o'zlarining noyob takliflarini targ'ib qilish, diqqatga sazovor joylarni namoyish qilish va bir tugmani bosish orqali foydali ma'lumotlarni taqdim etish imkonini beradi.

Raqamli marketingning sayyohlik xatti-harakatlariga ta'sir qilishning asosiy usullaridan biri bu xabardorlikni oshirishdir. Ijtimoiy media platformalari, qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO) va onlayn reklamadan foydalanish orqali O'zbekiston o'zining sayyohlik joylari haqida xabardorlikni oshirishda muvaffaqiyat qozondi. Jozibali kontent, vizual jozibali tasvirlar va jozibali hikoyalar potentsial sayyohlarning e'tiborini tortdi va ularning mamlakatni o'rganishga qiziqishini uyg'otdi.

Search Engine Optimization degan ma'noni anglatuvchi SEO raqamli marketingning muhim jihati bo'lib, qidiruv tizimi natijalarida veb-sayt ko'rinishi va reytingini yaxshilashga qaratilgan. Bu qidiruv tizimining reytinglarida yuqoriroq ko'rinishini ta'minlash uchun veb-saytdagi turli elementlarni optimallashtirishni o'z ichiga oladi va shu bilan saytga organik (to'lanmagan) trafikni oshiradi. SEO tegishli trafikni boshqarishda, potentsial mijozlarni jalb qilishda va biznes uchun onlayn ko'rinishni oshirishda muhim rol o'ynaydi.

SEO ning biznesga ta'sirini ortiqcha baholab bo'lmaydi. Uning ahamiyatini ta'kidlaydigan ba'zi muhim fikrlar:

Veb-sayt ko'rinishini oshirish: Foydalanuvchilar biznesga tegishli ma'lumot yoki mahsulotlarni qidirganda, SEO veb-sayt qidiruv tizimining natijalari sahifalarida (SERPs) ko'rinib turishini ta'minlashga yordam beradi. Yuqori ko'rinish ko'proq bosish, organik trafik va potentsial konvertatsiyaga olib keladi.

Maqsadli trafik: SEO korxonalariga o'z mahsulotlari yoki xizmatlariga tegishli aniq kalit so'zlar va iboralarni maqsad qilib olish imkonini beradi. Veb-sayt mazmuni va meta teglarini optimallashtirish orqali korxonalar o'zlari taklif qilayotgan narsalarni faol ravishda qidiradigan foydalanuvchilarni jalb qilishlari mumkin, bu esa malakali yetakchilarni yaratish imkoniyatini oshiradi.

Ishonch va ishonch: Qidiruv natijalarida yuqoriroq ko'rinadigan veb-saytlar ko'pincha foydalanuvchilar tomonidan ishonchli va ishonchli deb hisoblanadi. Qimmatli va tegishli kontentni taqdim etish, sayt tezligini optimallashtirish va mobil aloqa uchun qulaylikni ta'minlash

kabi eng yaxshi SEO amaliyotlarini amalga oshirish foydalanuvchi tajribasini oshiradi va potensial mijozlar bilan ishonchni mustahkamlaydi.

Tejamkor marketing: an'anaviy reklama usullari bilan solishtirganda, SEO maqsadli auditoriyaga erishishning iqtisodiy jihatdan samarali usulini taklif qiladi. Bu vaqt va resurslarni sarflashni talab qilsa-da, organik trafik va ko'rinishning ko'payishining uzoq muddatli foydalari pullik reklama bilan bog'liq xarajatlardan ustun turadi.

Raqobat ustunligi: Bugungi raqamli landshaftda korxonalar qattiq raqobatga duch kelishmoqda. SEO o'z veb-saytlari qidiruv natijalarida raqobatchilarning veb-saytlaridan yuqoriroq bo'lishini ta'minlash orqali korxonalariga ajralib turishiga yordam beradi. Yaxshi bajarilgan SEO strategiyasi korxonalariga raqobatdosh ustunlikni berishi va organik trafikning katta qismini jalb qilishi mumkin.

Mahalliy SEO: Muayyan geografik hududga yo'naltirilgan korxonalar uchun mahalliy SEO hal qiluvchi ahamiyatga ega. Bu korxonalarining mahalliy qidiruv natijalarida paydo bo'lishiga yordam beradi va yaqin atrofdagi potensial mijozlarga ularni topish va ular bilan muloqot qilishni osonlashtiradi. Bu, ayniqsa, o'zlarining jismoniy joylariga piyoda trafiginini olib kelmoqchi bo'lgan g'isht va ohak korxonalarini uchun foydalidir.

Uzoq muddatli natijalar: SEO muhim natijalarni ko'rsatish uchun vaqt talab qilishi mumkin bo'lsa-da, uning ta'siri uzoq davom etishi mumkin. Byudjet tugaganidan keyin trafikni ishlab chiqarishni to'xtatadigan pullik reklama kampaniyalaridan farqli o'laroq, SEO-ga qilingan harakatlar vaqt o'tishi bilan o'z samarasini berishda davom etmoqda. Veb-saytni doimiy ravishda optimallashtirish va sanoat tendentsiyalarini kuzatib borish orqali korxonalar qidiruv reytinglarini saqlab qolishlari va uzoq muddatda foyda olishlari mumkin.

Shuni ta'kidlash kerakki, SEO murakkab va doimiy rivojlanayotgan sohadir. Qidiruv mexanizmi algoritmlari tez-tez o'zgarib turadi va eng so'nggi eng yaxshi amaliyotlardan xabardor bo'lish muvaffaqiyat uchun juda muhimdir. Ko'pgina korxonalar o'zlarining maxsus ehtiyojlariga moslashtirilgan samarali SEO strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish uchun SEO mutaxassisleri yoki raqamli marketing agentliklari bilan ishlashni tanlaydilar.

Xulosa qilib aytganda, SEO raqamli marketingning muhim tarkibiy qismi bo'lib, biznesning onlayn ko'rinishi, organik trafik va umumiy muvaffaqiyatga sezilarli ta'sir qiladi. SEO-ga sarmoya kiritish va samarali strategiyalarni amalga oshirish orqali korxonalar o'z veb-saytlarining ko'rinishini yaxshilashlari, maqsadli trafikni jalb qilishlari, ishonchlilikni oshirishlari va raqamli landshaftda raqobatdosh ustunlikka ega bo'lishlari mumkin.

Raqamli marketing sayohatni rejalashtirishning qulayligi va hamyonboblighi ham oshirdi. Onlayn sayyohlik agentliklari, maqsadli veb-saytlar va ko'rib chiqish platformalarining ko'payishi bilan sayyohlar endi o'z uylarida turib sayohatlarini tadqiq qilishlari, taqqoslashlari va bron qilishlari mumkin. Masalan, O'zbekistonning turizm bo'yicha rasmiy veb-saytida viza talablari, transport imkoniyatlari va turar joy haqida to'liq ma'lumotlar mavjud bo'lib, bu sayyohlarga o'z marshrutlarini rejalashtirishni osonlashtiradi.

Bundan tashqari, raqamli marketing yo'nalishlar va sayyohlar o'rtasidagi shaxsiy aloqani osonlashtirdi. Ijtimoiy media kanallari, elektron pochta marketingi va chatbotlar orqali O'zbekiston sayyohlar bilan muloqot qilishi, ularning savollariga javob berishi va shaxsiy tavsiyalar berishi mumkin. O'zaro munosabatlarning bunday darajasi o'zaro bog'liqlik va ishonch tuyg'usini uyg'otadi, sayyohlarni O'zbekistonni o'zlariga ma'qul keladigan manzil deb bilishga undaydi.

Raqamli marketing strategiyalarining yana bir muhim ta'siri bu turistik qarorlar qabul qilishga ta'siri. Raqamli tizimdan oldingi davrda sayyohlar sayohat qarorlarini qabul qilishda ko'p jihatdan yo'riqnomalar va og'zaki tavsiyalarga tayangan. Biroq, bugungi sayohatchilar ilhom va yo'l-yo'riq olish uchun onlayn sharhlar, sayohat bloglari va ijtimoiy media ta'sir o'tkazuvchilarga ko'proq murojaat qilishadi. Sayohat qiluvchilar bilan hamkorlik qilish va foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontentni rag'batlantirish orqali O'zbekiston sayyohlarning idroklarini shakllantirish va ularning qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir ko'rsatish uchun raqamli marketingdan muvaffaqiyatli foydalandi.

MUNDARIJA

Xamroyev X. R.	Erkin iqtisodiy hudud iqtisodiy o'sishni jadallashtiruvchi mexanizm sifatida	5
Ibragimov.N.S., Yuldashev. K.Sh	Conceptual foundations of the formation of independent tourism infrastructure in the conditions of the digital economy in uzbekistan	8
Jo'raev. A.T., Davronov. I.O	Мехмонхоналар ва уларда кўрсатиладиган сифатли хизматлар рақобатбардошлигининг асосий омиллари	11
Yavmutov D.Sh., Xodjayev A.R	O'zbekistonga xalqaro sayyohlarni jalb qilishda destinatsiya brendingining rolini baholash	14
Abdulloyev. A.J	Mintaqada qishloq xo'jaligi klasterini shakllantirish strategiyasi	17
Kuliyev N.X., Malikova Sh.B	O'zbekistonda turizm bozorining shakllanishi va rivojlanishi	20
Бухарова Н. Г	Непрерывное специальное образование как фактор совершенствования образования в туризме	23
Ражабова Г.Х., Джураева Н.Б., Холмуродова. М.Д.	Саёхатчилар ва жамиятдаги тиббий муаммолар	28
O'roqova. D. B., Rustamov J. N.	Barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlash, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning faolligini oshirish yo'llari	30
Қодиров. А. А.	Худудларда экологик туризм салохиятини барқарор ривожлантириш механизмини такомиллаштириш	34
Isomov B.S., Ubaytova M.J.	Turizm sohasida tadbirkorlikni shakllanishi	37
Зиявитдинов. Х.Х	Ресторан тadbirkorлиги соҳасида хизматлар самарадорлигини баҳолаш усуллари	39
Файзиева. С. К., Баратова М. Б	Проблемы и пути улучшения качества обслуживания предприятий ресторанного типа в Узбекистане.	42
Давронов. И.О	Мехмонхона хизматлари рақобатбардошлиги ва сифатини баҳолаш услубиёти ва кўрсаткичлари	47
Alimova. Sh. O., Orziyev.Q.Q	Qishloq turizimi va unda mehmonxonalarning ahamiyati	50
Radjabov. O.O	Importance of public relations in the filed of tourism	52
Рофеева. Р. Ш	Проблемы качества услуг и инфраструктуры, возникающие на исторических объектах самаркандского региона и их решения	54
Qosimova. H.J	O'zbekiston ijtimoiy – iqtisodiy sohalarida turizmning ahamiyati	59
Jafarova. H. X., Abdullajonov.	O'zbekistonda turizmning targ'iboti: muammolari va rivojlanish istiqbollari	63
Kadirova. Sh. X	Mustaqil sayyohat qiluvchilarni jalb qilishda mobil ilovalarning o'rni	67
Усманова. А. Б., Пулотова С.З	Влияние туризма на национальную и мировую экономику	69
Ходжаева. Д. Х., Муслимова. М	Особенности концепции развития сельского туризма	71
Karimov. E	Aligning tourism and major events strategies to promote tourism growth	75
Dushanova. Y.F	Importance of formation tourist clusters in regions	78

Kamolov. X.Z	Turistik hududlarning rivojlanishida transport xizmatlarining roli	81
Ruziyeva M.T., Abdullajonov A. T	O'zbekiston iqtisodiyotida mice turizmining mintaqaviy rivojlanishi va tutgan o'rni	83
Ruziyeva. M T., Shernazarov G'.Sh	O'zbekiston respublikasida turizm sohasida olib borilayotgan ishlar va ularning istiqbollari	85
Xodjayev. A.R	Raqamli marketing strategiyalarining o'zbekistonda turistlar xulq-atvoriga ta'sirini tahlil qilish yo'llari	88
Nimatov. I.X	Mehmondo'stlik industriyasida turistlarni motivlashtirish jarayonlarini boshqarishning xorij tajribasi va ulardan o'zbekistonda foydalanish imkoniyatlari	90
Салимова. С.Ф., Юсупова. С	Перспективы развития гидовой деятельности для страны	96
Karimov. E	Conceptual aspects of events in tourism: evolution and characteristics	98
Kuvandikov. A.R	Example of thailand convention and exhibition bureau (tceb) as a tool of increasing attractiveness of destination based on M.I.C.E tourism	100
Axrorova. N.U	Dunyo miqyosida talaba va yosh sayyohlarning oqimiga ta'sir qiluvchi omillar	103
Bekzod. Sh. Sh., Ibragimov.N.S	Inklyuziv turistik hudud targ'ibotida veb kontentlarning o'rni	107
Jafarova. Kh.Kh	Conservation and promotion of bukhara's historical center using digital technologies	113
Мукумова. Н.Н	Использование искусственного интеллекта в высшем образовании	115
Yorieva. D.O	Innovatsion marketingning bozor iqtisodiyotidagi o'rni	120
Содиқова. Н. Т	Тадбиркорлик соҳасини малакали кадрлар билан таъминлашнинг асосий йўналишлари	122
Таджиддинов. Д. Ш	Привлечение инвестиций в сферу туризма в Узбекистане	128
Radjabova. M. A	O'zbekiston hududlarida etnografik turizmni rivojlantirish imkoniyatlari	131
Ruzieva. Z. S., Khurramov. O. K	Ways to effectively use internet marketing opportunities in the development of tourism	134
Ro'ziyeva. Z. S	Turizmni rivojlantirishda internet marketing imkoniyatlaridan samarali foydalanish yo'llari	138
Murodjon. U. E., Iroda A. S	O'zbekiston turizm salohiyati iqtisodiyotning ertasi	143
Эргашева. А. Ф	Роль государственных привилегий в поддержке ремесел	146
Mahmudova. N. O'	Ta'lim turizmi xizmatlari bozorining xalqaro ko'lami	148
Muxtarov. Sh.K	Oliy ta'lim tizimini strategik boshqarishda xorijiy tajribalar va ularni o'zbekistonda qo'llash imkoniyatlari	152
O'roqova. D. B., Abdullayev.N. X	Tibbiy turizmning nazariy asoslari va asosiy yo'nalishlari	156
Abdullayeva. H. N., Nurnazarova R. N	Turizmga ta'lim, milliy urf-odatlar va xunarmandchilikni takomillashtirish omillari	159
Abdullayeva H	Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlikni rejalashtirishning nazariy-uslubiy asoslari	161

Mardonova. D. Sh	Mamlakatimizda mexmonxona biznesining holati va rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilish	163
Ro‘zimurodova. Z.G‘	Tadbirkorlik kompetensiyalarini rejalashtirishning nazariy-uslubiy asoslari.	167
Соатова. С.А	Этнотуризмни ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечими контекстида	171
Тўхтаева. Х.Ф	Туристтик хизматлар бозорида бандликни тартибга солишнинг ўзига хос хусусиятлари	174
Сафаров. Б.Ш., Ўроқова. Д.Б., Садиқова. Н.М	Мехмонхона хизматлари сифати тушунчасининг назарияси ва уни бошқариш усуллари	178
Xurramov O.K.	Raqamli turizm rivojiga ta'sir etuvchi ijtimoiy-iqtisodiy omillar	181
Nigina. K	The importance of hotel events organization and management in tourism industry	184
Ruziyeva. G.F	Imkoniyati cheklangan intellektal salohiyatli yoshlarni milliy hunarmandchilikka keng jalb qilish	186
Бахтиёрва. Н.У	Способы использования услуг социального медиа маркетинга в высших учебных заведениях	189
Xoliqov. N.A	Samarqand viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirish muammolari	192
Axmatova. M.E	Turistik transport xizmatlarini takomillashtirish strategiyasini aniqlash	198
Рахмонов К.Ж.	Исмоил сомоний мақбараси	200
Ochilova. H	Turizmда gid-ekskursovod faoliyatida rivojlantirishda xorij texnikasini qo'llash	202
Zakirova. M.I	Main causes of staff turnover in tourism	203
Djuraeva. N.B., Kamolova. N.A	Development of ecotourism in Uzbekistan	205
Mammetova.B.I., Jobborova. M.A	Ziyorat turizmi gidi (gid-tarjimon), ekskursiya yetakchilariga qo'yiladigan asosiy kasbiy talablar: bilim va ko'nikmalar	207
Kurbanova. M. X	Diniy turizmni rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyati	210
Muxidinova. D.S	Ichki turizm va uning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'rni	213
Dilmonov K.B., Rajabboyev R.R.	Possibilities of using innovations in education in the digital economy	214
Dilmonov K.B., Jorayeva S.O.	The store of electronic certificates is a unique way to optimize the educational system	216