



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**

Куйида кўрсатилаётган хизматлар сифатига бевосита таъсир қилувчи омилларни батафсилроқ кўриб чиқамиз (1-расм).

Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг касбий маҳорати ва компетентлиги - меҳмонхона ходими ўзига юклатилган вазифаларни бажариши учун зарур бўлган маълум бир билим ва кўникмаларга эга бўлиши лозим.

Хизмат кўрсатишнинг прогрессив технологияси - технологик қоидалар хизмат кўрсатишни ташкил этишда зарур бўлган операцияларни бажариш тартиби, кетма-кетлиги ва сифатини ўрнатади. Технологик қоидаларнинг асосий мақсади хизматларнинг сифатли ва бир тартибда бажарилиши; хизматларни бажаришда компьютер техникаси ва ишлаб чиқариш жараёнларини автоматлаштиришга асосланган замонавий юқори технологиялардан фойдаланиш ҳисобланади.

Моддий-техник база - бунда меҳмонхона асосий фонди саналадиган бино, хоналар, жиҳозлар, муҳандислик-техник жиҳозлар, инвентарь ва бошқа хизматларни ишлаб чиқариш воситаларини ўз ичига олган нарсаларнинг қониқарли даражадаги моддий ҳамда техник ҳолати назарда тутилади. Шу билан бирга шуни ёдда тутиш керакки, меҳмонхонада доимий равишда амортизация жараёни, асосий жамғармаларнинг эскириши юз бериб туради. Бошқа томондан эса фан-техника тараққиёти янги янада самарали муҳандислик-техник ускуналарнинг намуналарини жорий этиш ҳамда улардан фойдаланиш заруратини келтириб чиқармоқда. Ушбу вазият, ҳолатни рад этиш меҳмонхонанинг тезлик билан таназзулга юз тутишига, унинг маҳсулот сифатида обрўси йўқолишига ва мижозларда меҳмонхона хизмати ҳамда имижига ҳақида ёмон таассурот қолдиришига олиб келади.

Хоналар ва жамоат жойларининг қулай режалаштирилганлиги, меҳмонхона хоналарининг сифатли безатилиши, хоналар жамланмасининг қулай мебел ва жиҳозлар билан таъминланганлиги, сифатли чойшаблар комплекти, идиш-товоқлар, маиший жиҳозлар, зарур аксессуарлар, биноларнинг бадий безаклари ва ободонлаштирилганлиги меҳмонлар учун шинам ҳамда қулай шароит яратишга хизмат қилади.

Бу омиллар бошқарув объектлари ҳисобланади. Меҳмонхона хизматлари сифатини бошқариш каби ушбу жараёнсиз хизмат кўрсатиш сифат даражасини ошириш имконсиздир.

Замонавий меҳмонхона корхоналарида хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш ушбу фаолиятнинг энг муҳим элементларидан бири саналади. Хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш сифат стандартларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш, ходимларни ўқитиш, назорат қилиш, тўғри йўналтириш, меҳмонхона фаолиятининг барча участкаларида хизмат кўрсатишни такомиллаштириш, шунингдек, моддий-техника базани ривожлантиришни ўз ичига олади.

Тижорий ташкил этишнинг ташқи ва ички муҳитига таъсир этадиган омиллар таҳлили билан Богатая И.Н., Богатин Ю.В., Новитский Н.И., Фатхутдинов Р.А., Попов М.В., Иленкова С.Д., Иленкова И.Д., Мхитарян С.В., Зуб А.Т., Градов А.П., Морозов П.А., Алан Вест, Виссема Х., Хан Д., Хахонова Н.Н. каби кўпгина маҳаллий ва хориж олимлари шуғулланганлар.

Маълумки, ташқи муҳит омиллари сифатга билвосита таъсир қилади ва том маънода тижорий ташкилотнинг ривожланишига, унинг янада ўсишига бевосита таъсир кўрсатади.

Хизматлар сифатига таъсир қилувчи ташқи омилларни биз саккиз гуруҳга: сиёсий-ҳуқуқий, иқтисодий, рақобатбардош, технологик, ижтимоий-маданий ва психологик, демографик, табиий-иқлимий ҳамда экологикка ажратдик.

Ташқи муҳитнинг сиёсий-ҳуқуқий омиллари тижорий ташкилотнинг фаолиятига ва шунга мос равишда унинг фаолияти натижаларига, шу билан бирга ишлаб чиқариладиган маҳсулот сифатига куйида тарзда таъсир қилади. Давлат ҳуқуқий-меъёрий базани ишлаб чиқиш орқали иқтисодий таъсир кўрсатиш механизмларини қўллаган ҳолда пул-кредит, божхона, солиқ, нарх ва нархни шакллантириш тизими орқали иқтисодий субъектларнинг хўжалик юритишининг асосий қоидаларини белгилайди. Ушбу таъсир механизмига солиқ ставкалари, божхона тўловлари ва кредит фоиз ставкаларини ошириш, пасайтириш кабилар

киради. Давлат ишлаб чиқарилаётган маҳсулот, меҳнат, хизматларга (сифат стандартларига) талабларни ишлаб чиқади ҳамда маҳаллий ва халқаро бозорларда сотиладиган маҳсулот сифатини назорат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan, No. 433 dated 05.27.2019
2. Gaur L. et al. Role of artificial intelligence and robotics to foster the touchless travel during a pandemic: a review and research agenda //International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2021
3. Hao F., Xiao Q., Chon K. COVID-19 and China's hotel industry: Impacts, a disaster management framework, and post-pandemic agenda //International journal of hospitality management. – 2020. – Т. 90. – С. 102636.
4. Mehta M. P., Kumar G., Ramkumar M. Customer expectations in the hotel industry during the COVID-19 pandemic: a global perspective using sentiment analysis //Tourism Recreation Research. – 2021. – С. 1-18.
5. Davronov I. O. Economic Importance of Innovative Technologies for Improving Hotel Services //International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB). – 2021. – Т. 1. – №. 3. – С. 169-175.

**Yavmutov Dilshod Shoyimardonqulovich
Xodjayev Anvar Rasulovich
Buxoro Davlat universiteti
“Iqtisodiyot” kafedراسи o‘qituvchisi**

O‘ZBEKISTONGA XALQARO SAYYOHLARNI JALB QILISHDA DESTINATSIYA BRENDINGNING ROLINI BAHOLASH

Annotatsiya: Destination brendi tushunchalari kuchli brend mavjudligini o'rnatish va tashrif buyuruvchilarni jalb qilishga intilayotgan yo'nalishlar uchun qimmatli ko'rsatmalar beradi. Haqiqiylikni qabul qilish, jozibali hikoyalarni aytib berish, maqsadli auditoriyani segmentlarga bo'lish, manfaatdor tomonlar o'rtasida hamkorlikni rivojlantirish va ularning branding harakatlarini doimiy ravishda kuzatib borish va moslashtirish orqali yo'nalishlar kuchli va samarali maqsadli brendlarni yaratishi mumkin.

Abstract: Destination brand concepts provide valuable guidance for destinations seeking to establish a strong brand presence and attract visitors. By embracing authenticity, telling compelling stories, segmenting target audiences, fostering collaboration among stakeholders, and constantly monitoring and adapting their branding efforts, destinations can build strong and effective targeted brands.

Аннотация: Концепции бренда дестинации служат ценным ориентиром для дестинаций, стремящихся создать сильное присутствие бренда и привлечь посетителей. Придерживаясь аутентичности, рассказывая убедительные истории, сегментируя целевую аудиторию, способствуя сотрудничеству между заинтересованными сторонами, а также постоянно отслеживая и адаптируя их усилия по брендингу, направления могут создавать сильные и эффективные целевые бренды.

Kalit so'zlari: Destination brend; Vizual tarkib; YuVTO;

Ключевые слова: бренд назначения; визуальный контент; ECTO;

Keywords: Destination brand; Visual content; EUTO;

Bugungi globallashtgan dunyoda destinatsiya brendi mamlakatlarning o'zini farqlashi va xalqaro sayyohlarni jalb etishi uchun hal qiluvchi vositaga aylandi. Markaziy Osiyodagi dengizga chiqish imkoni bo'lmagan O'zbekiston so'nggi yillarda turizm sohasini rivojlantirish borasida sezilarli yutuqlarga erishmoqda. Ushbu maqola O'zbekistonga xalqaro sayyohlarni jalb qilishda

destinatsiya brendingining rolini baholash, mamlakat tomonidan qo'llanilayotgan strategiyalar hamda ularning tashrif buyuruvchilar soni va idroklariga ta'sirini o'rganishdan iborat.

Destination brendingi idrokni shakllantirish va ma'lum bir joyga tashrif buyuruvchilarni jalb qilishda kuchli vositadir. Bugungi yuqori raqobatbardosh turizm industriyasida destinatsiyalar olomondan ajralib turish uchun samarali tarzda farqlanishi kerak. Ushbu tushunchalarni tushunish orqali yo'nalishlar o'zlarining maqsadli auditoriyasi bilan rezonanslashadigan jozibali va haqiqiy brendlarni ishlab chiqishlari mumkin, natijada turizm va iqtisodiy o'sishni kuchaytiradi.

Haqiqiylik muvaffaqiyatli maqsadli brendingning hal qiluvchi jihatidir. Sayohatchilar haqiqiy va o'ziga xos tajribalarni izlaydilar va sayohatlar o'zlarining haqiqiy fazilatlarini ta'kidlashlari kerak. Buning uchun mahalliy madaniyat, tarix, urf-odatlar va tabiiy boyliklarni chuqur bilish talab etiladi. Joyni chinakam noyob qiladigan narsalarni namoyish qilish orqali yo'nalishlar potentsial tashrif buyuruvchilarning qiziqishi va tasavvurini jalb qilishi mumkin. Raqobatchilardan maqsadni ajratib turadigan o'ziga xos o'ziga xoslikni yaratish juda muhimdir. Haqiqiylik ishonchni mustahkamlaydi, tashrif buyuruvchilar va boradigan joy o'rtasidagi aloqani mustahkamlaydi va og'zaki og'zaki tavsiyalarni rag'batlantiradi.

Destination brendingi nafaqat jismoniy diqqatga sazovor joylarni targ'ib qilish; bu his-tuyg'ularni uyg'otish va jozibali hikoyalar haqida. Hissiy aloqani yaratish orqali yo'nalishlar sayohatchilarni ilhomlantirishi va doimiy taassurot qoldirishi mumkin. Hikoya qilishning samarali usullari manzil, uning tarixi va odamlarining mohiyatini etkazishga yordam beradi. Mahalliy afsonalar, madaniy meros yoki aholi yoki tashrif buyuruvchilarning shaxsiy tajribalarini ta'kidlaydigan qiziqarli hikoyalar qiziqish va intriga tuyg'usini uyg'otishi mumkin. Hikoya qilishning kuchi uning potentsial tashrif buyuruvchilarni aqliy va hissiy jihatdan tashish qobiliyatida, ularni boradigan joyni bevosita o'rganishga undaydi.

Maqsadli auditoriyani tushunish muvaffaqiyatli brendlash uchun juda muhimdir. Destinatsiyalar o'zlarining ideal tashrif buyuruvchilarini aniqlashlari va brending harakatlarini shunga moslashtirishlari kerak. Yosh, jins, daromad darajasi va sayohat imtiyozlari kabi demografik omillar potentsial sayohatchilar bilan bog'lanish uchun foydalaniladigan xabarlar va aloqa kanallarini aniqlashda muhim rol o'ynaydi. Bozorni puxta o'rganish va segmentatsiyani tahlil qilish orqali yo'nalishlar muayyan auditoriya segmentlari bilan rezonanslashadigan maqsadli kampaniyalarni ishlab chiqishi mumkin. Ushbu yondashuv yo'nalishlarga maqsadli bozorlarining noyob ehtiyojlari va istaklarini samarali hal qilish imkonini beradi.

Destination brendingi bir nechta manfaatdor tomonlarni, jumladan, davlat organlari, mahalliy hamjamiyatlar, sayyohlik kengashlari, korxonalar va aholini o'z ichiga olgan jamoaviy sa'y-harakatlaridir. Ushbu manfaatdor tomonlar o'rtasidagi hamkorlik muvaffaqiyatli brending uchun zarurdir. Mahalliy hamjamiyatlarni jalb qilish va ularni boradigan joyni rivojlantirish va targ'ib qilishga jalb qilish g'urur va egalik tuyg'usini uyg'otadi. Korxonalar ham o'zlarining marketing sa'y-harakatlarini maqsadli brend bilan muvofiqlashtirishlari kerak, bu esa izchil va yaxlit xabarni ta'minlashi kerak. Hukumatlar va sayyohlik kengashlari hamkorlikni osonlashtirishda va maqsadli brendni mustahkamlash uchun yordam, resurslar va infratuzilma bilan ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

Destination brendingi doimiy monitoring va moslashishni talab qiladigan doimiy jarayondir. Turizm landshafti dinamik bo'lib, tashrif buyuruvchilarning afzalliklari va tendentsiyalari vaqt o'tishi bilan rivojlanadi. Destinatsiyalar muntazam ravishda o'zlarining brending bo'yicha sa'y-harakatlari samaradorligini baholashlari, tashrif buyuruvchilarning fikr-mulohazalarini to'plashlari va bozor tushunchalari va sanoat o'zgarishlaridan xabardor bo'lishlari kerak. Tashrif buyuruvchilar soni, qoniqish darajasi va brendni idrok etish kabi asosiy ishlash ko'rsatkichlarini kuzatish orqali yo'nalishlar yaxshilanishi kerak bo'lgan sohalarni aniqlashi va kerakli tuzatishlar kiritishi mumkin. Moslashuvchanlik va chaqqonlik brend strategiyasini o'zgaruvchan bozor dinamikasiga va rivojlanayotgan tendentsiyalarga moslashtirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Destination brendingi turistlarni jalb qilish uchun joyning aniq va jozibali qiyofasini yaratishni o'z ichiga oladi. Bu shunchaki reklamadan tashqariga chiqadi va umumiy tajriba,

madaniy meros, tabiiy diqqatga sazovor joylar, infratuzilma va borar joyning mehmondo'stligini o'z ichiga oladi. Destinatsiyaning samarali brendi ijobiy assotsiatsiyalarni yaratishi, raqobatbardoshlikni oshirishi va pirovardida turistlarning qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir qilishi mumkin.

O'zbekiston o'zini orzu qilingan sayyohlik yo'nalishi sifatida ko'rsatish uchun ajoyib sayohatni boshladi. Mamlakatning boy tarixi, me'moriy mo'jizalari, Ipak yo'li merosi va madaniy xilma-xilligi sayohatchilar uchun o'ziga xos tajriba taqdim etadi. So'nggi yillarda hukumat O'zbekistonning salohiyatini dunyoga namoyish etish maqsadida destinatsiyalar brendingi kompaniyalariga sarmoya kiritdi.

O'zbekistonning madaniy merosi o'z destinatsiyalarini brendlash borasidagi sa'y-harakatlarida muhim rol o'ynaydi. Mamlakat YuNESKOning Jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan uchta ob'ektga ega: Samarqand, Buxoro va Xiva. Murakkab islom arxitekturasi, qadimiy obidalar va jo'shqin bozorlari bilan bu shaharlar tarix ixlosmandlari va madaniyat tadqiqotchilari uchun kuchli magnit bo'lib xizmat qiladi. O'zbekiston o'ziga xos brend identifikatorini yaratish va haqiqiy tajribani izlovchi xalqaro sayyohlarni jalb qilish uchun ushbu madaniy boylikdan samarali foydalandi.

O'zbekistonning tarixiy Ipak yo'lida joylashgani destinatsiya brendingi uchun noyob savdo nuqtasidir. Ipak yo'li Yevropa va Osiyoni bog'lovchi savdo yo'llarining qadimiy tarmog'i bo'lib, O'zbekiston bu yo'l bo'ylab muhim markaz bo'lgan. Ushbu tarixiy ahamiyatni ta'kidlab, O'zbekiston o'zini Ipak yo'lining darvozasi sifatida ko'rsatdi va sayohatchilarni qadimiy savdogarlar va tadqiqotchilarning izlarini kuzatish jozibasini bilan o'ziga tortdi.

O'zbekiston o'zining destinatsiya brendini yaratish bo'yicha sa'y-harakatlarini qo'llab-quvvatlash uchun o'zining turizm infratuzilmasini rivojlantirishga va undan foydalanish imkoniyatini yaxshilashga e'tibor qaratdi. Hukumat aeroportlarni modernizatsiya qilish, mehmonxonalar sig'imini kengaytirish va transport tarmoqlarini yaxshilashga katta miqdorda sarmoya kiritdi. Yaqinda ko'plab mamlakatlar fuqarolari uchun vizasiz sayohatning joriy etilgani va elektron viza berish tartiblarining soddalashtirilgani xalqaro turizmni yanada osonlashtirib, O'zbekistonni yanada qulay va jozibali yo'nalishga aylantirdi.

Raqamli asrda maqsadli brending turli onlayn platformalar va ijtimoiy media kanallari orqali o'z qamrovini kengaytirdi. O'zbekiston kuchli onlayn mavjudligi muhimligini tan oldi va o'zining diqqatga sazovor joylari, madaniyati va tajribalarini namoyish etish uchun Instagram, Facebook va YouTube kabi platformalardan samarali foydalandi. Vizual tarkibni jalb qilish, ta'sirchan hamkorlik va foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontent - bularning barchasi potentsial sayyohlar o'rtasida xabardorlikni oshirishga va qiziqish uyg'otishga yordam berdi.

O'zbekiston, shuningdek, o'zining destinatsiya brendini yaratish bo'yicha sa'y-harakatlarini kuchaytirish uchun hamkorlikdagi marketing kompaniyalaridan foydalangan. Taniqli sayyohlik kompaniyalari, aviakompaniyalar va turoperatorlar bilan hamkorlik qilib, mamlakat sayyohlik ko'rgazmalari, rodshoular va sayyohlik agentliklari va ommaviy axborot vositalari uchun tanishish sayohatlari kabi qo'shma reklama tadbirlarini tashkil etdi. Ushbu hamkorlik nafaqat ta'sirchanlikni oshiradi, balki ishonchli tasdiqlarni ham beradi va sayohatlarni bron qilishni rag'batlantiradi.

Destinatsiya brendini baholashning muhim jihati uning turizm soniga ta'sirini o'rganishdir. O'zbekistonga so'nggi yillarda xalqaro sayyohlar kelishi sezilarli darajada oshganiga guvoh bo'ldi. Jahon sayyohlik tashkiloti (YuVTO) ma'lumotlariga ko'ra, 2017-2019 yillarda O'zbekistonga xalqaro sayyohlar soni 80 foizdan ko'proq o'sgan. Bu ta'sirchan o'sish sayyohlarni jalb qilish va O'zbekistonni zarur joy sifatida ko'rsatishda destinatsiya brendini yaratish borasidagi sa'y-harakatlar samaradorligidan dalolat beradi. - manzilga tashrif buyurish.

Sayyohlar sonidan tashqari, destinatsiya brendi ham tashrif buyuruvchilarning his-tuyg'ulari va tajribalariga ta'sir qiladi. O'zbekistonning brending tashabbuslari sayohatchilarda ijobiy fikrni shakllantirdi. Mamlakat tobora xavfsiz, madaniy jihatdan boy va mehmondo'st manzil sifatida ko'rilmogda. O'zbek xalqining mehmondo'stligi an'ana va urf-odatlarini asrab-avaylash

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	Меҳмонхоналар 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.	Саёҳатчилар 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	Меҳмонхона 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