



# PANDEMIYADAN KEYINGI DAVRDA TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLLI YO'NALISHLARI

Respublika ilmiy-amaliy anjumani

## MATERIALLARI



5-6 oktabr

Buxoro – 2021

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIV VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI  
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI  
IQTISODIYOT VA TURIZM FAKULTETI  
TURIZM VA MEHMONXONA XO‘JALIGI KAFEDRASI**

**PANDEMIYADAN KEYINGI DAVRDA TURIZMNI  
BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLLI  
YO‘NALISHLARI**

**Respublika ilmiy-amaliy anjumani  
materiallari  
2021 yil 5-6 oktabr**

**ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ  
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В  
ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЙ ПЕРИОД**

**сборник тезисов  
Республиканская научно-практическая конференция  
5-6 октября 2021 года**

**“Durdona” nashriyoti  
Buxoro – 2021**

**Dasturiy qo'mita:** i.f.d., prof. O.X. Xamidov, i.f.d., dots. O.S. Qahhorov, i.f.n., dots. D.Sh.Yavmutov, i.f.d., prof. B.N.Navro'z-Zoda, i.f.n. H.R.Hamroyev, i.f.f.d., Z.S. Nurov, i.f.n., dots. N.S.Ibragimov, i.f.f.d. A.J. Abdulloyev, i.f.n., S.U. Tadjiyeva, i.f.n. S.S. Ro'ziyev  
D.B. O'roqova.

**Tahrir hay'ati:** i.f.d., dots. O.S. Qahhorov, i.f.n., dots. D. Sh. Yavmutov, O'.U. Rashidov, G.T.Zaripov, i.f.f.d. Z.S. Nurov, i.f.n., dots N.S.Ibragimov, E.A.Farmanov, I.O.Davronov, O.O.Radjabov, K.Sh.Yuldashev, D.B.O'roqova.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021 yil 2 martdagi 78-F-sonli farmoyishiga asosan Buxoro davlat universitetida 2021 yil 5-6 oktabr kuni "Pandemiyadan keyingi davrda turizmni barqaror rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlari" mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy anjumani tashkil etilgan, tezislari to'plami tayyorlangan va nashr etilgan.

**To'plam i.f.n. Ibragimov N.S. umumiy tahriri ostida chop etildi.**

To'plam Buxoro davlat universiteti ilmiy-texnik kengashi tomonidan chop etishga tavsiya etilgan.

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'uldir.

## ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПИТАНИЯ В ТУРИЗМЕ

*Хабибулло Зиявитдинов  
базовый докторант,  
кафедра экономики сферы сервиса,  
Бухарский государственный университет*

**Аннотация:** Данная статья посвящена перспективам развития индустрии питания в туризме, а также внедрению инновационных технологий для улучшения предприятий питания и гостиничного бизнеса.

**Ключевые слова:** предприятия питания, туризм, инновации, гостиница.

Основной функцией службы питания в туризме является: обслуживание туристов на базе предприятий питания различных типов, а также организация и обслуживание банкетов, праздничных мероприятий и др. Служба общественного питания в туризме, в которую включены: рестораны, кафе, бары, столовые, пищеблок (кухня), обеспечивает туристов услугами питания. Главной особенностью служб питания в туризме является то, что график функционирования напрямую зависит от графика заезда туристов. Также от предпочтения туристов зависит и успешность предприятий питания. Зачастую предприятия питания в туризме, например в туристических комплексах, становятся наиболее популярными. В связи с этим открываются предприятия питания с национальными кухнями, кофейни и т.п.

Питание – это услуга, предоставляемая туристу не только с целью удовлетворения биологической потребности в пище, но и с целью удовлетворения потребности в развлечении, познании местной культуры, а также получения удовольствия. Стоит заметить, что питание – относиться к сфере предпринимательства на рынке услуг и основывается на принципе гостеприимства. Услуга, которая играет важную роль в технологии туристского обслуживания. Рестораны, кафе, бары, столовые, фабрики-кухни, фабрики-заготовочные, буфеты, шашлычные, производственные магазины, киоски кулинарии – всё это включено в туристскую инфраструктуру питания. Данные предприятия питания находятся как в личности туристских компаний, так и на правах аренды. Значительная часть из них интегрированы в гостиницу и являются их частью, изредка компания такого типа работают в автономном режиме.

Ресторан при гостинице – это объект, туристического предприятия, который формирует образ и престиж гостиницы, как у постояльцев данной гостиницы, так и у клиентов данного предприятия питания. Широкий выбор ресторанов, представленных в гостинице, высокий уровень обслуживания, привлекательный ассортимент блюд и напитков, царящая атмосфера в сочетании с предлагаемой культурно-развлекательной программой являются основными факторами притяжения для посетителей, которые формируют образ гостиницы у гостей. Стоит понимать, что контингент постояльцев гостиницы формируется за счет гостей, приезжающих по линии туризма и бизнеса, а данную категорию постояльцев характеризует то, что для них важно, чтобы организация питания не занимала много времени и сил. По этой причине рестораны при гостинице бывают наиболее востребованы. Из этого следует, что постояльцы будут посещать рестораны при гостинице часто, а возможно, это будет единственное предприятие питания, которое они будут посещать.

По нашему мнению, на таких предприятия питания играет важную роль меню. Поскольку в гостинице проживает разный возрастной и национальный контингент гостей, необходимо соблюдать следующие принципы составления меню: совместимость, взаимозаменяемость, экономичность, безопасность, последовательность расположения блюд в меню. Так как туристы покидают гостиницу после завтрака, отправляются на экскурсии и питаются в городе, то из этого следует, что наиболее востребованными среди проживающих туристов в гостинице оказываются завтраки. Обслуживанию завтраков должно уделяться особое внимание, поскольку они создают у гостей хороший настрой на целый день. На завтрак в отличие от обеда и ужина приходят практически все гости, проживающие в гостинице. Особенностью ресторана при гостинице является то, что он выполняет вспомогательные функции.

Решающим фактором для того, чтобы проживающий гость в вечернее время пришел в ресторан при гостинице, оказывается разумное соотношение цены и качества. Критерием качества предоставляемого сервиса служат стандарты обслуживания. Стандарты должны учитывать требования и пожелания клиентов ресторана. Изучая данный вопрос, мы пришли к выводу, что

ключевым фактором успеха для ресторанного компонента гостиничного продукта является разработка и внедрение адекватной концепции его развития. Эта концепция должна учитывать специфику целевого рынка, текущие и прогнозируемые тенденции его развития, потребительские предпочтения гостей и условия внутриотраслевой конкуренции. Для разработки данной концепции в первую очередь необходимо: поставить конкретные задачи.

Как правило, ресторанный сервис в гостиничном комплексе направлен на решение трех важнейших задач:

1. предоставление посетителям сбалансированного питания;
2. привлечение постояльцев гостиницы к использованию дополнительных услуг ресторана;
3. предоставление услуг в части организации банкетных мероприятий с реализацией законов исключительного гостеприимства.

Таким образом, рациональное решение поставленных задач способствует созданию эффективной концепции, которая способствует достижению наиболее гибкого ценообразования; устранению поиска альтернативных предприятий питания. Организованность действий при выполнении задач способствует поднятию эффективности гостиницы, расширению условий для клиентурного порядка, иными словами сохранению ожидаемых результатов, обеспечению возможности повторного посещения с последующим увеличением спроса на места. Техника обслуживания на предприятиях питания при гостиницах ничем не отличается от обслуживания в общедоступных предприятиях. Однако основной особенностью ресторанов при гостинице является необходимость в быстром обслуживании практически всех постояльцев, проживающих в гостинице, в особенности участников различных съездов, конференций, совещаний, а также зарубежных гостей, туристов и спортсменов. В связи с этим ресторанам при гостиницах необходимо разработать процессы по реализации быстрых приёмов пищи. Кроме того, зачастую в ресторанах при гостиницах в перечень дополнительных и сопутствующих услуг входят: варьете, оркестр, музыкальное сопровождение без оркестра, телевизор (по желанию клиентов), видеопрограммы, танцевальная площадка, возможность вызова такси или автомобиля напрокат, покупка сувениров, цветов, пользование Интернетом, различные спортивно-развлекательные услуги. Таким образом, для комфортного пребывания гостей в ресторане необходимо создать все условия не только для удовлетворения естественных потребностей в еде, но и для организации приятного времяпрепровождения.

Туризм является массовой системой внедрения информационных технологий. Так, по нашему мнению, для более удобного пребывания людей в гостиничном комплексе необходимо разработать и внедрить систему, позволяющую сделать заказ еды в номер наиболее быстрым легким и лаконичным путём. Примером может послужить внедрение планшета или карманного персонального компьютера, подключенного к локальной сети, в качестве меню. Данная услуга сделает услугу room service более популярной и востребованной, особенно среди деловых людей, не располагающих свободным временем, а также туристов, желающих отдохнуть в спокойных условиях.

Внедрение информационных технологий в данную услугу имеет ряд преимуществ - это возможность ярко описать фирменные блюда с указанием времени их приготовления, приложением фотографий или комментариями шеф-повара, написать о скидках, бонусах или мероприятиях, планируемых в ресторане или кафе, также клиент может просмотреть, какие блюда заказываются чаще и оставить свой отзыв о качестве блюд. Использование подобной технологии позволяет легко дополнять и менять оформление меню и информацию без дорогостоящей, трудоемкой перепечатки всех бумажных аналогов.

Подводя итоги, можно утверждать, что нами был проведён анализ ресторанов при гостиницах, мы выявили основные задачи, которые необходимы для разработки концепции, которая, в свою очередь, способствует развитию предприятия питания при гостинице. К особым формам организаций питания, как говорилось раньше, относится 9 типов предприятий: рестораны, бары, столовые, кафе, закусочные, кафетерии, предприятия быстрого обслуживания, буфеты, магазины (отделы) кулинарии. Данные предприятия не всегда входят в состав туристических объектов, они могут действовать как самостоятельные объекты, поэтому рекомендации для них будут значительно отличаться. Стоит понимать, что базу постоянных клиентов могут формировать не только лица, заинтересованные в туристической деятельности, но и простые горожане, которые имеют постоянное место проживания вблизи этих форм организаций питания. Основная рекомендация для особых форм организаций питания – это изучение потребительской среды. Благодаря данным действиям можно определить к какой категории относятся постоянные клиенты, а следовательно

изучить их предпочтения, а также сделать выводы о том, что им будет наиболее интересно, помимо основных услуг. Следующая рекомендация заключается в том, что необходимо проводить активную рекламную деятельность для привлечения большего количества посетителей. Также такая деятельность поможет увеличить число постоянных клиентов и сохранить прочные позиции на рынке, сохранив положительную динамику финансово - хозяйственной деятельности предприятия. Целесообразно предпринять следующие действия:

- организовать рекламу в специализированных журналах с красочными и оригинальными фотографиями подачи блюд;
- организовать рекламу на радио, например которое вещает как в городе, котором расположено предприятие, так и близлежащих городах;
- установить рекламу на растяжках при проведении различных акций. Меню - единственная и самая важная реклама, находящаяся непосредственно в руках ресторатора, так как это первейшее средство общения с гостями. Меню должно быть настолько высокого качества, насколько это возможно, оно должно соответствовать имиджу, который ресторатор старается создать и поддерживать. Высококачественное меню - это правильные позиции, цены, описания, а также внешний вид самого документа. С помощью высококачественного меню можно привлечь посетителей и развить продажи. От него в огромной степени зависит, сколько потратит гость. Меню является неотъемлемой частью любой успешной маркетинговой стратегии, и в нем должно содержаться послание, которое будет благосклонно воспринято целевым рынком данного предприятия. Принимая решение о позициях, которые будут включены в меню, необходимо располагать соответствующими ресурсами, так как они оказывают определяющее влияние на планирование меню, а также учитывать особенности типа предприятия.

Также популярное направление в настоящее время – внедрение линий по диетическому и детскому питанию. В наше время становится популярным придерживаться правильного питания, что помогает корректировать не только фигуру, но и питание, поэтому, зачастую, клиенты обращают внимание на диетические позиции в меню. Что касается детского питания это то, что необходимо, ведь огромное количество посетителей входят в ту категорию, когда у них имеются дети в возрасте, для которого необходимо особое питание. Процессные инновации в сфере общественного питания, несомненно, необходимы. Примером таких инноваций могут служить: использование оборудования, облегчающие подачу блюд и напитков; внедрение компьютерных технологий в процессы организации общественного питания; использование технологий приготовления блюд на основе молекулярной кухни; использование современных способов механической термической обработки продуктов (тендерайзинг, созревание мяса, варка и жарка под давлением вакуума). Также предприятиям питания стоит обратить внимание на такие услуги, как кейтеринговое обслуживание, внедрение и использование систем «окна быстрой выдачи», что становится довольно популярным и необходимым в современном мире. Это поможет как постоянным клиентам, так и разовым посетителям использовать услуги в тех условиях, которые будут наиболее комфортны для них. Таким образом, посетители смогут чаще заказывать еду из того или иного предприятия питания, что будет положительно сказываться на прибыли заведения. Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что на предприятиях питания важно учитывать особенности потребительской среды для получения максимальной прибыли. Также стоит соответствовать тем тенденциям, которые набирают популярность в современном мире ( быстрое обслуживание, ориентация на здоровый образ жизни и т.д.).

Туристской индустрии организация питания сопутствует основной услуге - размещению. В некоторых предприятиях, например ресторанах, вечерних и молодежных кафе, сочетают прием пищи и досуг. Это и обусловило возникновение различных организационных форм обслуживания. В наше время индустрия туризма представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще открывается новый ресторан. Новые концепции создаются с целью полного удовлетворения потребностей определенных групп потребителей. Предприятия создаются, а через некоторое время часть из них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса. Предприятия питания в туризме – это предприятия, которые рассматриваются как важный элемент туристской индустрии так, как в процессе потребления пищи турист не только, удовлетворяет жизненно важные потребности, но и знакомится с местной культурой. Можно утверждать, что питание - это одна из основных услуг в технологии туристского обслуживания. Так, как питание - это физиологическая потребность и заинтересованность в этой услуге всегда будет высока.

### **Список источников:**

1. Васюкова, А.Т. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие/А.Т. Васюкова, Т.Р. Любецкая Москва, Дашков и Ко, 2014г.-416с.
2. Шорошнева, Т.Е. Организация питания в гостиничных комплексах: Учебнометодическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2014. – 21 с.
4. Khamidovich, Z. K. (2021). Pandemic and Trends in the Restaurant Business in 2021. Central asian journal of innovations on tourism management and finance, 2(6), 54-61 с. <https://doi.org/10.47494/cajtmf.v2i6.129>.

## **ЁШЛАР ТУРИЗМИНИ ПАНДЕМИЯДАН КЕЙИНГИ ДАВРДА РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ**

*БухДУ таянч докторанти  
Навруз-зода Ш.Б.*

Коронавирус пандемиясининг авж олиши ва оқибатида дунё бўйлаб давлатларнинг карантинга кириши сайёҳлик соҳасига қаттиқ зарба берди. Парвозларнинг бекор қилиниши, чегараларнинг ёпилиши ортидан 2020 йилнинг март ойидан бошлаб жаҳон бўйлаб хорижий меҳмонлар сонининг кескин тушиб кетишига олиб келди. Сайёҳлик ширкатлари ва меҳмонхона бизнеси гуллаб яшнаши керак бўлган ёз ойларининг бошига келиб бу кўрсаткич нолга тенглашди. Ўзбекистон ҳам миллий ҳаво ширкатидан тортиб, меҳмонхоналар ва оддий гидларгача ҳар бир соҳага таъсир қилиб бу оқимдан четда қолмади.

Халқаро парвозлар бекор қилинганидан ва қўшни давлатлар билан чегаралар ёпилганидан сўнг чет эллик сайёҳларнинг оқими кескин камайди. Карантин вақти Ўзбекистоннинг қўшнилари билан чегараларини ёпиши туризмга энг катта зарбани берди. Оқибатда, 1,5 мингдан ортиқ сайёҳлик фирмалари, 1,2 мингта меҳмонхона ўз фаолиятини тўхтатди. Булар, гидлар, миллий хунармандчилик, зиёратгоҳ ва сихатгоҳлар, умумий овқатланиш, транспорт ва бошқалар билан қўшиб ҳисоблаганда 250 мингдан ортиқ аҳоли даромадига жиддий таъсир кўрсатди. Бундан ташқари, “Ўзбекистон Ҳаво Йўллари” авиакомпанияси 200 миллион АҚШ доллари баробарида зарар кўрди [3].

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2020 йил 28 майдаги “Коронавирус пандемиясининг салбий таъсирини камайтириш учун туризм соҳасини қўллаб-қувватлашга доир кечиктириб бўлмайдиган чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-6002-сонли фармонида коронавирус пандемиясининг салбий таъсири оқибатида энг кўп зарар кўрган ва кўраётган туризм ҳамда унга бевосита боғлиқ бўлган тармоқларни қўллаб-қувватлаш, юз минглаб иш ўринлари ва малакали мутахассисларни сақлаб қолиш, уларнинг даромадларини ушлаб туриш, шунингдек, мамлакатда санитария-эпидемиологик вазият яхшиланишига қараб туризм соҳасини жадал қайта тиклаш мақсади қўйилди. Бунинг натижасида туроператорлар, турагентлар, шунингдек жойлаштириш воситалари учун 2020 йил 1 июндан 2021 йил 31 декабргача бўлган вақт оралигида фойда солиғи ставкаси белгиланган ставкага нисбатан 50 фоизга камайтирилди; пандемия шароитига мос келадиган янги туризм маҳсулотлари ва йўналишларини ишлаб чиқиш ва тарғиб қилиши учун гидларга 5 миллион сўм, туроператорларга 10 миллион сўм миқдорида грантлар ажратилди [1].

Пандемия нафақат саёҳатлардаги умумий чекловлар, балки ёшлар саёҳатининг ўзига хос жиҳатлари туфайли ҳам ёшлар туризм соҳаси учун жиддий муаммоларни келтириб чиқарди. Ёш саёҳатчилар, авваламбор, ташриф буюрган мамлакатнинг маданиятини ҳис қилишни, маҳаллий аҳоли ва бошқа саёҳатчилар билан ижтимоий алоқаларни ўрнатишни яхши кўришади, бу омил эса сўнгги йилларда ҳостелларнинг машҳур бўлишига туртки бўлди. Чунки ёш сайёҳлар учун ҳостеллар ҳар томонлама қулайдир. Улар у ерда арзон тунаб қолиш билан бир қаторда янги дўстлар орттириш ва улар билан тажриба алмашиш имкониятига эга бўладилар. Бироқ, ушбу ижтимоий алоқага бўлган интилиш энди сайёҳлик соҳаси учун катта муаммога айланиб қолди. Бунинг асосий сабаби коронавирус инфекциясининг тарқалишидир [6]. Меҳмонхоналар ва диққатга сазовор жойларда ижтимоий масофани сақлашга бўлган эҳтиёж ўз фаолиятини давом эттираётган туристик корхоналар учун имкониятлар ва даромадларни пасайтирди.

Саёҳат тақиқлари туфайли юзага келадиган тезкор муаммолардан ташқари, WYSE Саёҳат Конфедерацияси (2018) томонидан олиб борилган тадқиқотлар эпидемиялар билан боғлиқ хавотирнинг кучайиб боришини кўрсатди, шу каби соғлиқни сақлаш муаммолари таъсир

## MUNDARIJA

<b>Д.Ш.Явмутов</b>	Туризм пандемия ва постпандемия шароитида: асосий йўқотишлар ва тикланишнинг истикбол йўналишлари	<b>5</b>
<b>Hamroev H.R.</b>	Saudiya Arabistonining ziyorat turizmni tashkil etish tajribasi tahlili	7
<b>Д.Ш.Явмутов</b>	Худудларнинг табиий ресурсларини туристик-рекреацион баҳолаш масалалари	9
<b>Nurov Z.S.</b>	Ways to develop special types of tourism in Uzbekistan after the pandemic	11
<b>Исомов Б.С.</b>	Роль туризма в развитии экономики страны	13
<b>Jurayev A. T.</b>	Problems and prospects for the development of pilgrim tourism in Uzbekistan	16
<b>Tajibayev Sh. M.</b>		16
<b>Nurova G.N.</b>	Pandemiyadan keyingi sayohat tendensiyalar	19
<b>Рўзиев С.С.</b>	Пандемиядан кейинги даврда туризм соҳасини ривожлантиришда	
<b>Рўзиева З.С.</b>	бўш вақт омилининг аҳамияти	21
<b>Musayeva Sh. A.</b>	Presentation of the effectiveness of tourism and hotel services indicators and how to identify them	24
<b>Usmonova D. I.</b>		24
<b>Ибрагимов Н. С.</b>	Модели и новые тенденции процесса формирования туристского потока в Республике Узбекистан	26
<b>Рўзиев С.С.</b>	Хозирда туризмни ривожлантириш учун ҳал этилиши лозим бўлган	
<b>Элмуродова Р. А.</b>	муаммолар	29
<b>Abdulloev A.J.</b>	Buxoro viloyatida cho'l turizmi klasterini rivojlantirishda logistik tizimlardan foydalanishni takomillashtirishning ustuvor yo'nalishlari	31
<b>Yuldashova N.</b>		31
<b>Хидирова Г.Р.</b>	Туристтик худудларни ижтимоий-иқтисодий тартибда хорижий мамлакатлар тажрибасини қўллаш имкониятлари	34
<b>Олтаев Ш.С.</b>	Пандемия шароитида тўловсизлик билан боғлиқ муаммоларни ҳал этишнинг инновацион йўллари	35
<b>Азимов О.Ф.</b>	Бухоро вилоятида ички туризмни ривожлантириш механизмларининг замонавий тенденциялари ва моделлари	38
<b>Farmanov E.A.</b>	Turizmدا transport infratuzilmasini takomillashtirish yo'llarini belgilashda amaliy tadqiqot natijalari (buxoro viloyati misolida)	40
<b>Матякубов У.Р.</b>	Оролбўйи минтақаси туризм бизнеси корхоналарига Covid -19 Коронавирус пандемиясининг таъсири	48
<b>Мирзаев А.Т.</b>	Пандемиядан кейинги даврда туристик-рекреация фаолиятини ривожлантириш ва рақобатбардошлигини оширишнинг услубий жиҳатлари	51
<b>Зиявитдинов Х.</b>	Организация деятельности предоставления услуг предприятиями питания в туризме	56
<b>Навруз-зода Ш.Б.</b>	Ёшлар туризмни пандемиядан кейинги даврда ривожлантириш истикболлари	59
<b>Davronov I.O.</b>	Improvement of service quality for tourism and hotel development after pandemic in region	61
<b>Davronov I.O.</b>	Priorities for improving the quality of hotel services through innovative development after the pandemic	65
<b>Ro`ziyeva G.F.</b>	Milliy hunarmandchilik-xorijiy sayyohlar nigohida	68
<b>Ro`ziyeva G.F.</b>	Milliy hunarmandchilikni rivojlantirishda raqamli xaritalarning roli	70
<b>Сайфуллоев О.О.</b>	Ўзбекистонда агротуризм – асосий муаммолар, хусусиятлар ва ислохотлар зарурияти	71
<b>Xalliyeva N.</b>	Pandemiya oqibatida butunjahon va O'zbekiston turizm sohasida yuzaga kelgan holat: muammo va yechimlar	74
<b>Sharifova Sh.Sh.</b>	Turizmда halol standartlarini joriy etish	76
<b>Murodov H.S.</b>	Buxoro turizmi rivojida sanatoriya – kurort muassasalari o`rni	79
<b>Хамроев Ш.</b>	Принципы банковского мониторинга	80
<b>Qayimova Z.A.</b>	Turizm sohasida mutaxassislarni tayyorlashning o`ziga xos xususiyatlari	81