

HCS D

**Human capital and social
development.**

2025 – volume 13, issue 1

Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali.

2025 – 13-jild, 1-son



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SHAROF RASHIDOV NOMIDAGI SAMARQAND DAVLAT
UNIVERSITETI**



**Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali
Journal Human capital and social development
Журнал Человеческий капитал и социальноеразвитие
Jurnali**

13-jild, 1-son (fevral) 2025.

Jurnal 2021-yilda tashkil topgan.

Davriyligi: har ikki oyda

Davriy nashirning rasmiy nomi: “Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish”-“Human capital and social development”-“Человеческий капитал и социальное развития” O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan 19.05.2021 sanada berilgan №1179 guvohnomasi bilan ro‘yhatdan o‘tgan.

Junal: O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2023 yil 30 noyabrdagi 342/3-son qarori bilan tasdiqlangan Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) va fan doktori (DSc) Ilmiy darajasiga talabgorlarning dissertatsiya ishlari yuzasidan dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yhatiga kiritilgan.

Jurnal asoschilari: Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti Inson resurslari va mahalla tarqqaqiyotini boshqarish instituti.

Nashr etuvchi: SamDU tahririy-nashriyot bo‘limi.

Xalqaro indeksi: ISSN 3030-3672

Tahririyat telefoni: +998 (94) 283 56 78, +998 (90) 502 13 03

Pochta manzili: 140104, Samarqand shahar., Universitet xiyoboni, 4

Web-sayt: www.hcsd.samdu.uz.

E-mail: muhridinrabbimov@gmail.com

«INSON KAPITALI VA IJTIMOYIY RIVOJLANISH»
«HUMAN CAPITAL AND SOCIAL DEVELOPMENT»
«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ»
JURNALI

Bosh muharrir: t.f.d., prof. Xalmuradov Rustam Ibragimovich

Bosh muharrir o‘rinbosari: i.f.d., prof. Arabov Nurali Uralovich

Kotib: PhD, dots. Nasimov Ikrom Xusanovich

Texnik muharrir: assistent., Rabbimov Muxriddin Musoqul o‘g‘li

TAHRIRIYAT KENGASHI

O‘zFA akademigi, i.f.d., prof. Abdurahmonov Qalandar Xodjayivech

O‘zFA akademigi, i.f.d., prof. G‘ulomov Saidaxror Saidaxmedovich

DSc, professor Daler Mirpochoyev (Iqtisodiyot va savdo instituti, Tojikiston)

PhD, professor Arindam Banik (Xalqaro menejment instituti, Hindiston)

PhD, professor Jiye Li (Sian Jiatong universiteti, Xitoy Xalq Respublikasi)

PhD, professor Bayong Van Li (Yongnam universiteti, Janubiy Koreya)

PhD, professor Vonyong Li (Yongnam universiteti, Janubiy Koreya)

PhD, professor Yan Patterson (Kvinslend universiteti, Avstraliya)

PhD, dots. Djurakulov Shoxrux Davronovich (SamDU)

i.f.n., dots. Yuldashev Shamsiddin Qiyomiddinovich (SamDU)

i.f.n., dots. Nizamov Axtam Numonovich (SamDU)

i.f.n., dots. Bozorov Berdimurod Ulug‘murodovich (SamDU)

i.f.n., dots. Boboqulov Bahromqul Mamatkulovich (SamDU)

i.f.n., dots. Usmonova Dilafruz Karshiyevna (SamDU)

i.f.n., dots. Alibekova Saodat Lapasovna (SamDU)

PhD, dots. Ulug‘murodova Nodira Berdimuradovna (SamDU)

PhD, dots. Sharifov Shuhrat Saidahmadovich (SamDU)

PhD, dots. Bakayev Ziyovuddin Toshbolta o‘g‘li (SamDU)

PhD, dots. Karjavova Xurshida Abdumalikovna (SamDU)

PhD, dots. Mansurova Nargiza Shamsiddinovna (“Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti)

PhD, dots. Djalilov Faxriddin Azimovich (SamDU)

PhD, dots. Boltayev Burxon Sadinovich (SamDU)

PhD, dots. Maxmudova Mohinur Ravshanbekovna (SamDU)

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ.

Д.К.Усманова 

Самаркандский государственный университет, Самарканд, Узбекистан.

OPEN ACCESS

HCSD

Correspondence

Усманова Дилафруз Каршиевна,
доцент, к.э.н. Самаркандского

государственного университета

Тел: +998906000888

Э-почта:

dilafruzusmonova849@gmail.com

Received: 15 January 2025

Revised: 22 January 2025

Accepted: 14 February 2024

Published: 28 February 2024

Funding source for publication:
Samarkand State University.

Publisher's Note: HCSD stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: Journal Human capital and social development © 2 by Samarkand State University is licensed <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Аннотация. Цифровые технологии, искусственный интеллект имеет важное значение в повышении конкурентоспособности туристкой дестинации. При оценке конкурентоспособности дестинации ее визуализация, изображения могут быть сгенерированы с помощью искусственного интеллекта (ИИ). Для улучшения обработки данных и решения несистемного использования цифровых сервисов предложена концептуальная модель конкурентоспособности туристкой дестинации.

Ключевые термины: туристский кластер, вертикальная и горизонтальная диверсификация, цифровые сервисы.

Annotatsiya. Turistik destinatsiya raqobatbardoshligini oshirishda raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt muhim o'rin tutadi. Belgilangan manzilning raqobatbardoshligini baholashda uning vizualizatsiyasi, tasvirlar sun'iy intellekt (AI) yordamida yaratilishi mumkin. Ma'lumotlarni qayta ishlashni takomillashtirish va raqamli xizmatlardan tizimsiz foydalanishni bartaraf etish uchun turistik yo'nalishlar raqobatbardoshligining kontseptual modeli taklif etiladi.

Tayanch iboralar: turizm klasteri, vertikal va gorizontal diversifikatsiya, raqamli xizmatlar.

Abstract. Digital technologies, artificial intelligence are important in increasing the competitiveness of a tourist destination. When assessing the competitiveness of a destination, its visualization, images can be generated using artificial intelligence (AI). To improve data processing and solve the non-systemic use of digital services, a conceptual model of the competitiveness of a tourist destination is proposed.

Key words: tourist cluster, vertical and horizontal diversification, digital services.

Рост доходов населения и качества жизни, улучшение транспортной доступности в привлекательные для отдыха места, развитие международного бизнеса привел к стремительному росту туристских посещений. Имея мультипликативный эффект отрасль туризма является важным триггером в экономическом развитии страны благодаря стимулированию потребительского спроса, генерации рабочих мест, повышению деловой активности, сокращает отставание регионов за счет активизации их участия в цепочки создания стоимости в туризме. Поскольку туристские ресурсы неравномерно распределены по регионам страны, конкуренция между ними усиливается, что требует целевых программ государственной поддержки регионов с меньшими конкурентными преимуществами.

Уникальность каждой туристской дестинации, диверсифицированность туристских продуктов обуславливает необходимость учета местных, экономических, культурных, социальных характеристик. На сегодня не достаточно измерение конкурентоспособности туристской дестинации на основе сравнения с другой. Разработка системы оценки конкурентоспособности туристской дестинации с учетом уровня вовлечения туристских ресурсов в оборот и повышения привлекательности их позволит на уровне государства определить основные источники конкурентоспособности, оценки слабых и сильных сторон дестинации для выработки целевых программ по развитию туризма в регионах ведомствами и уполномоченными

органами. Теоретические аспекты конкурентоспособности туристской дестинации исследуются как отечественными и зарубежными учеными. В частности А.Пушка, М.Стилиц, А.Неделькович, С.Джоши, М.Шарма, Р.Сингх исследовали научные основы оценки туристских ресурсов с целью повышения конкурентоспособности дестинации.

Конкурентоспособность в туризме на современном этапе невозможно представить без использования цифровых сервисов и клиенто-ориентированного подхода. В сфере туризма наблюдается цифровизация практически всех бизнес-процессов, начиная с ознакомления с туристской дестинацией на платформе, бронирования турпродукта и завершая обратной связью с туристами.

Первые исследования конкурентоспособности туризма начались в 80-х годах 21 века, когда были выработаны научные основы категории, ее виды и методы оценки. В последствие ученые выявили факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности с трех позиций: потребителей, организации и государства. Анализируя проблемы международного туризма в США Чен выделил факторы уровня доходов, валютный курс, значимые мероприятия, проводимые в дестинации. Сюй выявил в качестве таких факторов впечатления, удовлетворенность туристов, уникальные достопримечательности, деловая активность в Китае. Чжан на основе анализа факторов обеспеченности ресурсами, экологические условия, инфраструктура, маркетинговые стратегии, создал модель

конкурентоспособности дестинации. Повышение конкурентоспособности страны и дестинаций осуществляется на уровне государства, маркетинговой стратегией, созданием и продвижением территориального бренда и имиджа.

В Узбекистане в условиях восстановления допандемийного уровня туристского продукта государством предпринимаются меры по дальнейшему развитию туризма на основе реализации круглогодичного туризма в стране при стимулировании внутреннего и въездного туризма посредством системы мер по предоставлению льгот и преференций туристскому предпринимательству. В частности приняты Указы Президента Республики Узбекистан от 12.01.2024 года №УП-9 «О мерах по значительному увеличению потока иностранных туристов в республику и дальнейшему активизации внутреннего туризма», от 18.07.2024 года №УП-102 «О дополнительных мерах по улучшению туристической инфраструктуры и дальнейшему увеличению потока иностранных туристов в Республику Узбекистан», в соответствии с которыми определены задачи для достижения въездного туризма до 15 млн и внутреннего туризма 25 млн.туристов. Целевые программ и дорожные карты, разработанные с целью реализации задач, предусмотренных в указах создают благоприятные условия для усиления конкуренции на рынке туристских ресурсов посредством стимулирования туристского предпринимательства и повышения осведомленности и интереса туристов. В государственных документах продвигаются новые туристские

продукта, территориальные бренды, усиления культурной программы, проведения массовых мероприятий.

Для повышения конкурентоспособности дестинации целесообразно создание туристических кластеров, вертикальная диверсификация туристских продуктов и эффективное использование цифровых сервисов в продвижении территориального бренда дестинации. Безусловно в республике созданы благоприятные условия для развития кластеров, имеется значительный потенциал темпов их роста и привлечения инвестиций, однако темпы роста туристских кластеров значительно отстают от темпов роста кластеров других отраслей сферы услуг. Зачастую туризм подключается в цепочку уже сформировавшегося кластера, которая не дает возможность туристских организациям усилить свои конкурентные позиции на рынке. Причем инновационность туристских кластеров проявляется в гармоничном подключении всех участников процессов туристского обслуживания, возможность наращивания объемов услуг не только по модели B2B, но B2C посредством цифровых сервисов, электронных площадок.

Туристские кластеры являются драйвером инновационных преобразований регионального туризма, обеспечивают развитие национальной экономики. Кластеры очень гибко решают проблемы бесшовной интеграции крупных поставщиков туристских услуг, что открывает новый сегмент рынка и создает конкурентные преимущества. Туристские кластеры вовлекают крупный частный бизнес, местные и

государственные органы, транспортную индустрию, гостиничные цепи, высшие учебные заведения и НИИ в создании ценности, тем самым повышая синергетический эффект, когда каждый участник получает не только прямую, но и косвенную выгоду, обеспечивая устойчивое развитие бизнеса, общества и качество жизни туристов.

Особенности туристских кластеров:

1) участие множества хозяйствующих субъектов, заинтересованных в интеграции в кластер ввиду меньших по сравнению с конкурентами ограниченных ресурсов;

2) высокий уровень концентрированности бизнес-субъектов, формально связанных между собой, тем самым повышая добавленную стоимость создаваемых ценностей;

3) слаженность, синхронность бизнес-процессов, эффективность технологических процессов;

4) мультипрофильность деятельности участников кластера, возможность вовлекать новые направления деятельности экономических субъектов, что придает инновационность кластерам;

5) участники кластеров могут конкурировать на рынке конечной продукцией или услуги, одновременно конкурируя на рынках отдельных услуг, создаваемых отдельным участником кластера вне кластера. Авиакомпании в туристском кластере очень легко могут организовать перевозки как туристов, так и прочих категорий потребителей;

6) высокая социальная эффективность туристского кластера, обусловленная его большими возможностями в создании дополнительных рабочих мест, масштабность и сложность бизнес-процессов создает спрос на квалифицированную рабочую силу, вовлечением туристских махаллей, аулов и кишлаков в создании эко, сельских, этнографических туристских продуктов;

7) цифровизация бизнес-процессов по обслуживанию туристов позволила гармонично вписаться в цифровое пространство, что определило инновационную направленность кластеров, ориентированных на рынки B2C и B2B как результат воздействия «перекрестной» конкуренции;

8) широкое использование платформенных решений в оказании услуг туристам кластерами с широкими сервисами расширяют пространственные возможности, стирая главную особенность традиционных кластеров – территориальную привязанность элементов кластера.

9) высокий уровень интегрированности участников кластеров, которые быстро расширяются на основе вертикальной и горизонтальной диверсификации за счет стремительного развития электронной коммерции.

Туристские кластеры обладают мультипликативным эффектом, когда в процессе создания стоимости участники кластера вовлекают в бизнес-процессы организации, работающие в различных отраслях экономики.

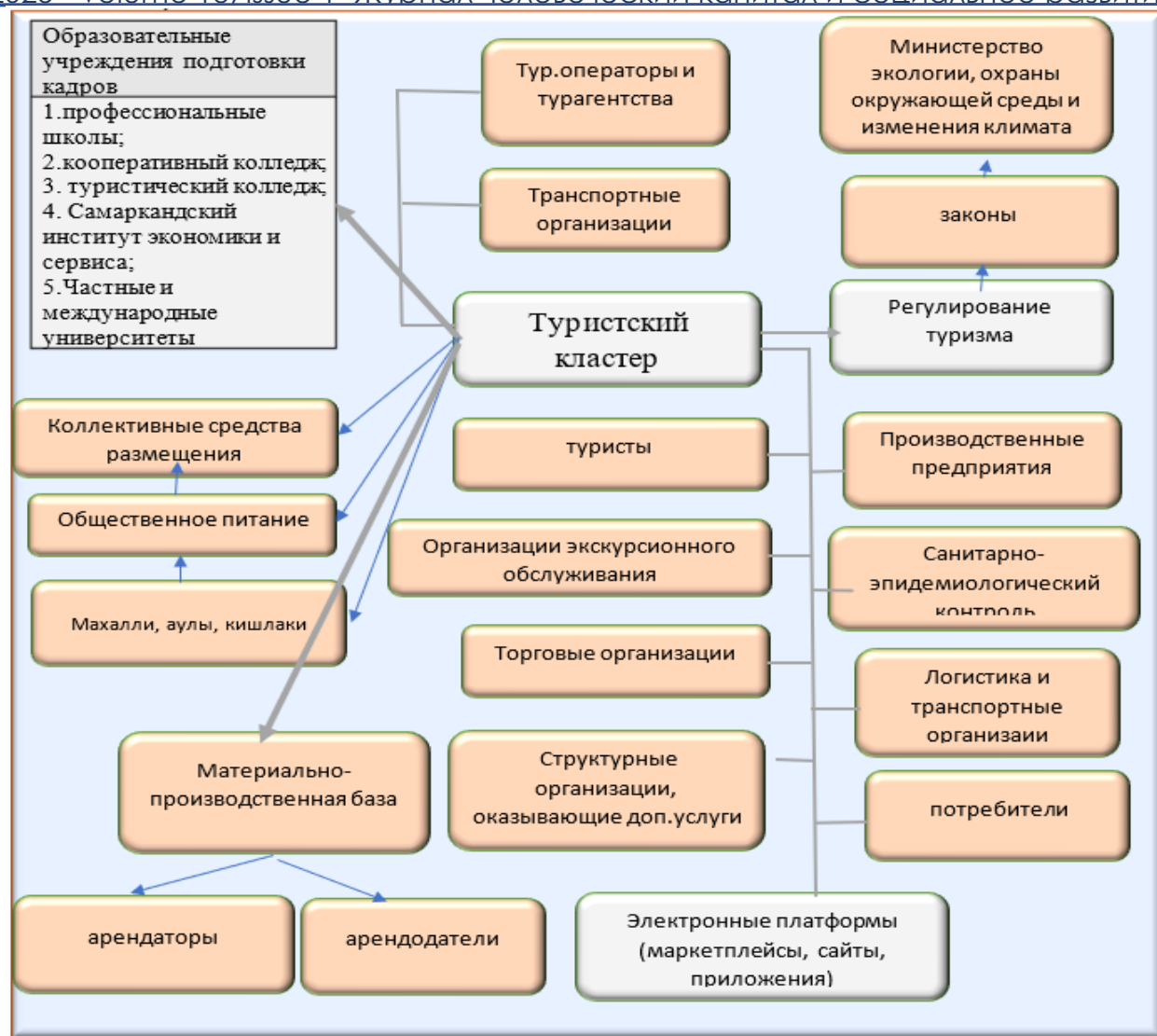


Рис.1. Модель туристского кластера с элементами цифрового сервиса

Начиная с туристских участников на основе операторов, формирующих саморегулирования.

туристский продукт, маршрут и программу, транспортных организаций, общепита, гостиничного сектора вплоть до махаллей, которые активно участвуют в обслуживании туристов. Туристский кластер имеет социальный, институциональный, экономический эффекты не только для региональной экономики, но и страны в целом. Институциональный эффект кластера по мнению О.В.Королевой заключается в организационном единстве, создающее институциональную среду для эффективного сотрудничества

Нами разработана функциональная модель туристского кластера с элементами цифрового сервиса (рис. 1).

Туристский кластер учитывает все те трансформации, которые стремительно происходят в туризме: восстановление допандемийного уровня туризма, индивидуализированный подход в создании туристского продукта, цифровизация бизнес-процессов в туризме открывает новые сегменты и площадки для потребителей, усиление конкуренции на рынке

организованного туризма приводит к поиску инновационных путей создания конкурентных преимуществ посредством внедрения цифровых сервисов в туризм

Диверсификация туристского продукта может быть вертикальной и горизонтальной. Вертикальная диверсификация предполагает создание туристского продукта отдельной дестинации или территориальной единицы. Горизонтальная предполагает вовлечение ресурсов нескольких дестинаций. К примеру в Узбекистане туроператоры применяют практику

горизонтальной диверсификации, когда посещают самые значимые исторические места такие как Самарканд, Бухара, Хива. При этом горизонтальная диверсификация приводит к большим транспортным расходам туристов, рассеивает средства по региональным бюджетам. Безусловно это обусловлено ограниченными ресурсами регионов. Диверсификация туристского продукта включает в себя ресурсы различного уровня. На следующем рисунке представлены уровни туристского продукта, создаваемого в процессе диверсификации (Рис.1.1.).

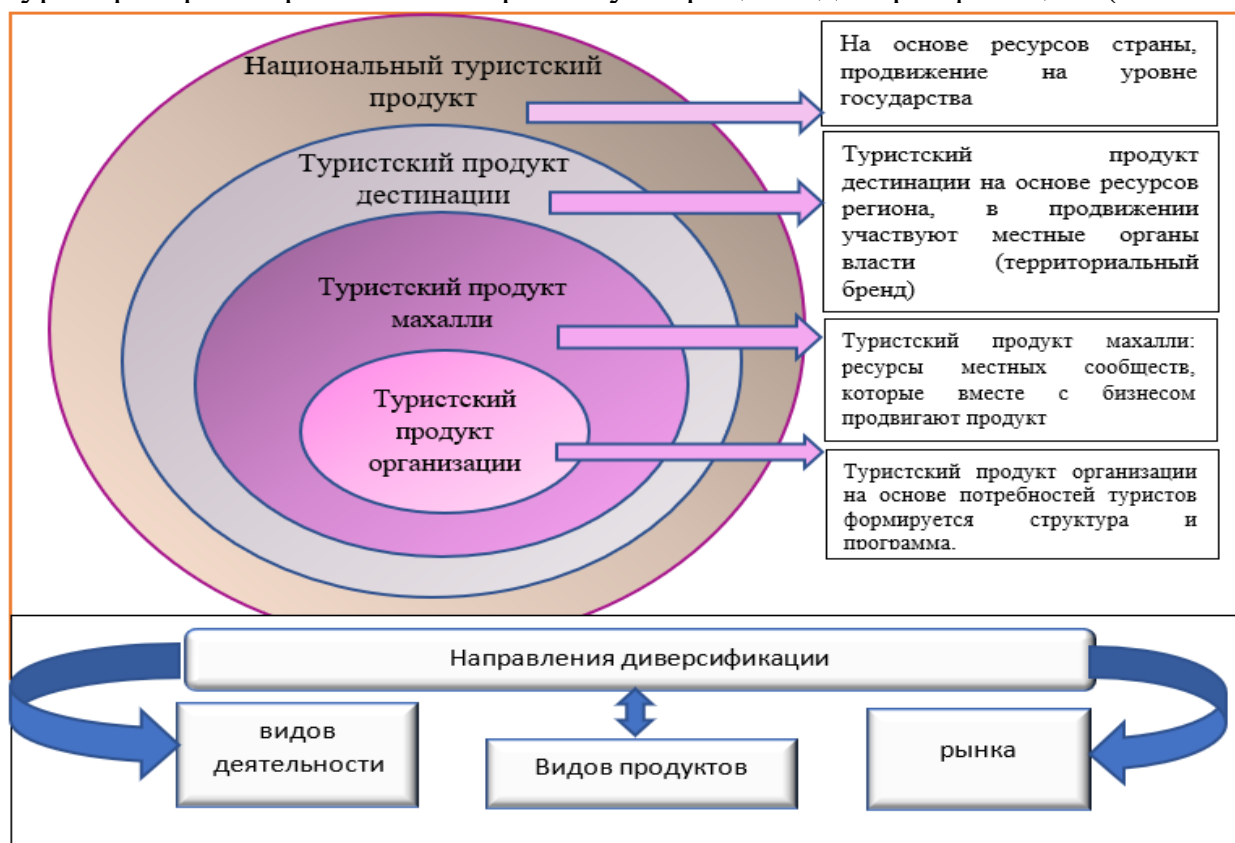


Рис.1.2. Направления диверсификации

В рамках исследования приоритетным является диверсификация туристского продукта, которая в научной литературе классифицируется по различным признакам: по туристским ресурсам, вовлекаемым в создание продукта на вертикальную и

горизонтальную; по создаваемым продуктом эффектам: синергетическая, латеральная; по страновой принадлежности: полистрановая, монострановая. Вертикальная диверсификация предполагает создание туристского продукта одной дестинации, что дает

возможность продвигать отдельный регион, который обладает конкурентными преимуществами по сравнению с другими регионами, способен удерживать туристов на длительный срок за счет уникальных туристских регионов. Горизонтальная диверсификация предполагает разнообразие за счет вовлечения ресурсов нескольких туристских центров, что является преобладающим направлением диверсификации туристских продуктов в Узбекистана. Данная диверсификация рассеивает расходы туристов на несколько регионов, приводит к большим транспортным затратам, однообразию продуктов и как следствие к разовым поездкам, поскольку турист за раз посещает все районы и не желает вновь посещать страну по однотипным программам. Кроме того для горизонтальной диверсификации необходимы гораздо большие капиталовложения на инфраструктуру регионов, значительная государственная поддержка в виде отдельных льгот и преференций для отдельных регионов, входящих в цепочку создания

стоимости туристского продукта. При этом необходимо учитывать жизненный цикл дестинации, который не может совпадать с циклом другой дестинации, входящий в турпродукт. Турист уже знакомый с одной дестинацией, но имеющий интерес посетить новую локацию в стране, не хочет терять время и деньги на посещение уже знакомого места в составе группы. Здесь безусловно надо дать возможность выбора замены элемента турпродукта на новый элемент на основе клиентоориентированного подхода. Продукт должен легко модифицироваться и собираться совместно с туристом, а туроператоров готов предложить различные альтернативы для выбора, что можно реализовать с помощью цифровых сервисов.

В республике процессы диверсификации туристского продукта характеризуются ускорением и углублением специализации, концентрацией туристских ресурсов, синергическим эффектом, внедрением цифровых сервисов и использованием инновационных технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Abrate G., Bruno C., Erbetta F., Fraquelli G. Which Future for traditional travel agencies? A dynamic capabilities approach.- Available: <https://doi.org/10.1177/0047287519870250>. (September 20,2021).
2. Гуцев М. В. Диверсификация на высокотехнологичных предприятиях. – Текст: электронный // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2011. – №10 // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: [сайт]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/diversifikatsiya-na-vysokotekhnologichnyh-predpriyatiyah> (дата обращения: 20.02.2021).
3. Ермаков Г. В. Проблемы и перспективы диверсификации туристских продуктов регионов // Молодая наука. – 2019. – №1. – С. 16.
4. Коваленко М. Г. Диверсификация экономики региона и ее роль в преодолении внутрирегиональных различий. – Текст: электронный // Вестник

CONTENTS

1	XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA IJTIMOY-IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH OMILLARI.	
	O'rinov Yigitali Muratovich	4-14
2	O'ZBEKISTONDA ELEKTRON SAVDONING RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.	
	Xamrayeva Sayyora Nasimovna	15-23
3	XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI QISHLOQ JOYLARIDA RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY YO'NALISHLARI.	
	Taylakova Dilafruz Baymamatovna	24-31
4	O'ZBEKISTONDA MAISHIY XIZMATLAR KO'RSATISH SOHASIDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLASHTIRISHNING O'RNI.	
	Isxakova Sarvar Ayubovna	32-38
5	ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКА В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИИМАТЕЛЬСТВА.	
	Ахмедова Азиза Тохировна	39-45
6	IMPROVING THE USE OF MARKETING TOOLS IN THE DIGITALIZATION OF BANKING SERVICES.	
	Khojaev Aziz Avazkhonovich	46-52
7	BANK LIQUIDITY AND ITS TYPES.	
	Khodjaeva Feruza Avazhonovna	53-59
8	TA'LIM XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISH UCHUN ZAMONAVIY XUSUSIYATLAR VA SHAROITLAR MAZMUNI.	
	Ismoilova Feruza Kubaymurodovna	60-65
9	INSON RESURLARI ANALITIKASI (TAHLILI) FANNING PREDMETI VA OB'EKTI BO'YICHA MUHOZALAR.	
	M.Q.Pardaev, O.M.Pardaeva, S.A.Babanazarova	66-70
10	TADBIRKORLIK TUSHUNCHASINING MOHIYATI, TAVSIFI VA TASNIFLANISHINING NAZARIY JIHATLARI.	
	Z.K.Raximov, A.U.Zaripov	71-76
11	PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL TOURISM IN UZBEKISTAN	
	Nasreddinova Mehrangiz Shavkatovna, Usmanova Dilafruz Karshievna	77-83
12	O'ZBEKISTONDA KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.	
	Nasimov Ikrom Xusanovich	84-87
13	INNOVATION-INVESTISION FAOLLIK JARAYONLARINI EKONOMETRIK MODELASHTIRISH.	
	Abdullayeva Dilara Kuysunovna, Abdulhaqova Inoyat Musayevna	88-93
14	OLIY TA'LIM XIZMATLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASH METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH.	
	Ishankulova Farangis Azamovna	94-99
15	CHO'L-YAYLOVLARNI YAXSHILASHDA "MUDBALL" TEXNOLOGIYASI YORDAMIDA YUQORI SAMARADORLIKKA ERISHISH.	
	Muxiddinov Shohruh Xusniddinovich	100-104
16	РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ УЗБЕКИСТАНА НА МИКРОУРОВНЕ.	
	Абдукадырова Х.А	105-110
17	TURISTIK KOMPANIYALARDA MOLIVAVIY REJALASHTIRISHNING ASOSIY PRINSIPLARI VA YONDASHUVLARI.	
	Bakhodirov Bunyod Baxtiyorovich, Fattohov Mirshod Dilshod o'g'li	111-116
18	INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA AYOLLAR MEHNATINI TASHKIL ETISHNING DOLZARB MASALALARI.	
	Ulug'muradova Nodira Berdimuradovna, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Ernazarov Avazbek Akmal o'g'li	117-123
19	XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI, NAZARIY YONDASHUVLAR VA XIZMATLAR TASNIFI.	
	Pardayev Erkin Egamberdi o'g'li	124-137
20	INNOVATSION IQTISODIYOTDA KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA XALQARO TAJRIBALAR.	
	Boltayev Burxon Sadinovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Ernazarov Avazbek Akmal	138-143

	o'g'li.	
21	MEHNAT RESURLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI SANOAT KORXONALARIDA MEHNAT UNUMDORLIGI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH.	
	Xamidova Aziza Abdufattoyevna, Ismoilov Shuxratjon Siqiq o'g'li	144-148
22	NORASMIY ISH BILAN BANDLIKNING IQTISODIY-TAHLILY ASOSLARI VA UNING MEHNAT BOZORIGA TA'SIRI.	
	Qurbonov Sirojiddin Qurbonovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Uvaytov Sarvarjon Axadjon o'g'li	149-157
23	BARQAROR RIVOJLANUVCHAN MUHANDISLIK YO'NALISHIDA RAQOBATBARDOSH KADRLAR TAYYORLASHNING DOLZARBLIGI.	
	B.Sh.Usmonov, A.N.Nabiev	158-165
24	RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH VA UNING INNOVATSION O'ZGARISHLARI.	
	Boltayev Burxon Sadinovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Odilov Muhammad Olim o'g'li	166-172
25	XODIMLAR ISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING STRATEGIK ASOSLARI.	
	Qurbonov Sirojiddin Qurbonovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Nasirillayev Sevinchbek Doniyor o'g'li	173-177
26	BIZNESNING IJTIMOY MAS'ULIYATI: NAZARIY KONSEPSIYALAR VA MILLIY TAJRIBALAR.	
	Davlatov Nurbek Nug'monovich	178-183
27	TURIZM SOHASIDAGI INNOVATSION FAOLIYAT VA INNOVATSIYALARNI KOMPLEKS RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI.	
	Arabov Nurali Uralovich, Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Sanaqulov Baxrom Bektosh o'g'li	184-189
28	THE ROLE OF THE SERVICE SECTOR IN PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM.	
	Toshkhujayev Mustafokhon Abduvosi o'g'li	190-196
29	XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA MEHNAT RESURLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI TAHLILI.	
	Sultonov Sanjar Jahongir o'g'li	197-203
30	O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA TURIZM SOHASIDA INNOVATSION FAOLLIKNING MOHIYATI, MAZMUNI VA UNI OSHIRISH TAMOYILLARI.	
	Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Botirov Og'abek Jasurbek o'g'li	204-211
31	MAMLAKATIMIZDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI.	
	Otabek Azimov Islamovich	212-219
32	MAHALLALARDA KICHIK SA'NOAT, QISHLOQ XO'JALIGI VA XIZMAT KO'RSATISH OBYEKTLARINI TASHKIL ETISH NATIJASIDA AHOLI DAROMADLARINI OSHIRISH.	
	Mahqulov Rivojiddin Jaloliddinovich	220-228
33	INNOVATSIYANING IQTISODIYOTDAGI O'RNI.	
	F.Erkinova, B.K.Abdusamatov	229-235
34	TURIZMNING INSONPARVARLIK FUNKSIYASI.	
	Abduvaxidova Nargiza Akbardjonovna	236-240
35	XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH.	
	Z.K.Raximov	241-245
36	TO'SIQSIZ TURIZMNING XUSUSIYATLARI VA UNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI.	
	D.E.Umrzakova	246-254
37	XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASH YO'LLARI.	
	Kuldoshev Lazizjon Sharifovich	255-259
38	НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	
	Усманова Дилафруз Каршиевна	260-266
39	RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.	
	D.Sh.Hakimov, V.R.Tursunov	266-272
40	ELEKTRON TIJORAT SOHASIDA QO'LLANILADIGAN RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA ULARNING AHAMIYATI	
	Tashmatov Sharaf Urokboyevich	273-278