

# HCS D

**Human capital and social  
development.**

**2025 – volume 14, issue 2**

Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali.

**2025 – 14-jild, 2-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**

**14-jild, 2-son (aprel) 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 tarqqiyotini 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](http://www.hcsd.samdu.uz).

**E-mail:** [muhridinrabbimov@gmail.com](mailto: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)

## KICHIK VA O'RTA TURISTIK KOMPANIYALAR UCHUN BRENDNI YARATISH VA RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.

B.B.Bakhodirov , T.S.Nuriddinov 

Toshkent axborot va texnologiyalari universiteti Samarqand filiali, Samarqand, O'zbekiston.

OPEN ACCESS

HCSD

### Correspondence

**Bunyod BakhodirovBaxtiyorovich**

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi  
Toshkent axborot va texnologiyalari  
universiteti Samarqand filiali assistenti

Email: [bunyodxon701@gmail.com](mailto:bunyodxon701@gmail.com)

Tel: +998995904242

**Nuriddinov Tohir Salohiddin o'g'li**

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi  
Toshkent axborot va texnologiyalari  
universiteti Samarqand filiali 4-bosqich  
talabasi.

Email: [tnuriddinov77@gmail.com](mailto:tnuriddinov77@gmail.com)

Tel: +998 949070418

Received: 17 March 2025

Revised: 21 March 2025

Accepted: 16 April 2025

Published: 30 April 2025

**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/>

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada kichik va o'rta turistik kompaniyalar uchun brend yaratish va rivojlantirishning ahamiyati, istiqbollari hamda mavjud qiyinchiliklari batafsil tahlil qilindi. Turizm sohasi doirasida kichik va o'rta kompaniyalar uchun brendning muvaffaqiyatli tashkil etilishi raqobatbardoshlikni oshirish va bozorda mustahkam o'rin egallash uchun zarurdir. Maqolada brendning raqobatbardoshlikni oshirishdagi roli, marketing strategiyalarining samaradorligi, shuningdek, resurslar cheklangan sharoitlarda yuzaga keladigan muammolar, masalan, moliyaviy va inson resurslari cheklovlari hamda ularni hal qilish uchun takliflar va tavsiyalar ko'rsatilgan.

**Kalit so'zlar:** Kichik va o'rta biznes, turistik kompaniyalar, brend yaratish, brend rivojlantirish, marketing strategiyasi, innovatsion yondashuvlar, raqobatbardoshlik, turizm bozori, resurslar cheklovi.

### PROSPECTS FOR BRAND CREATION AND DEVELOPMENT FOR SMALL AND MEDIUM TOURIST COMPANIES.

**Annotation:** This article provides a detailed analysis of the importance, prospects, and challenges of creating and developing a brand for small and medium-sized tourism companies. In the tourism sector, the successful establishment of a brand for small and medium-sized companies is essential for increasing competitiveness and securing a strong position in the market. The article discusses the role of branding in enhancing competitiveness, the effectiveness of marketing strategies, as well as the issues arising from limited resources, such as financial and human resource constraints, and offers suggestions and recommendations for overcoming these challenges.

**Keywords:** Small and medium-sized businesses, tourism companies, brand creation, brand development, marketing strategy, innovative approaches, competitiveness, tourism market, resource constraints.

### ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ БРЕНДА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ.

**Аннотация:** В статье подробно анализируются важность, перспективы и проблемы создания и развития бренда для малых и средних туристических компаний. В туристической отрасли успешное создание бренда для малых и средних компаний необходимо для повышения конкурентоспособности и закрепления прочных позиций на рынке. В статье рассматриваются роль бренда в повышении конкурентоспособности, эффективность маркетинговых стратегий, а также проблемы, возникающие при ограниченных ресурсах, таких как финансовые и человеческие ресурсы, и предлагаются предложения и рекомендации по их преодолению.

**Ключевые слова:** Малый и средний бизнес, туристические компании, создание бренда, развитие бренда, маркетинговая стратегия, инновационные подходы, конкурентоспособность, туристический рынок, ограниченность ресурсов.

**Kirish (Introduction)**

Bugungi davrda turizm iqtisodiyotning muhim sektorlaridan biri hisoblanib, mamlakatga xorijiy valyuta keltirish, ish o'rinlarini yaratish va mahalliy biznesni rivojlantirishga xizmat qiladi. U infratuzilmani rivojlantirish, mintaqaviy iqtisodiyotni faollashtirish va ichki ishlab chiqarishni qo'llab – quvvatlashda muhim ahamiyatga ega. Shuningdek, turizm madaniy almashinuvni kuchaytirib, milliy iqtisodiyotdagi o'sishga sezirarli hissa qo'shadi.

Zamonaviy turizm bozorida esa raqobatdoshlikni ta'minlash uchun o'z brendini yaratish va uni rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Brend - bu kompaniya nomi, slogani, logosi, ranglari, simvollari, stili va boshqa vizual atributlari hisoblanadi. Brendni ishlab chiqishdan asosiy maqsad, doimiy mijozlarga ega bo'lish, bozorda sezilarli farqni va qiymatni hosil qilish hisoblanadi. To'g'ri brend yarata olish barcha sohalarda bo'lganidek kichik va o'rta turistik kompaniyalarda ham dolzarb muammolaridan biri hisoblanadi.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili (Literature review)**

Kichik va o'rta turistik kompaniyalarda brend yaratish va uni rivojlantirish istiqbollari to'g'risida olimlarning tadqiqotlari natijasida yozilgan asarlarida ko'rishimiz mumkin. Philip Kotlerning *"Marketing for Hospitality and Tourism"* (1996) asari turizm va mehmondo'stlik sohasida marketing strategiyalariga bag'ishlangan. Kevin Lane Keller esa *"Strategic Brand Management"* (1998) asarida brendni yaratish va rivojlantirishning nazariy va amaliy asoslarini bayon etadi.

John Swarbrooke *"Sustainable Tourism Management"* (1999) kitobida

turizmni barqaror rivojlantirish yondashuvlarini yoritgan bo'lsa, Nigel Morgan va Annette Pritchard *"Destination Branding: Creating the Unique Proposition"* (2002) asarida turistik joylarning o'ziga xos brendini yaratish bo'yicha innovatsion g'oyalarni taklif qiladilar. Simon Anholtning *"Competitive Identity"* (2007) asari esa milliy va hududiy brendlarni boshqarish strategiyalariga bag'ishlangan.

**Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology)**

Tadqiqot jarayonida kichik va o'rta turistik kompaniyalar uchun brend yaratish va rivojlantirish jarayonlari sifatli va miqdoriy yondashuv asosida o'rganildi. Tadqiqot davomida birlamchi ma'lumotlar (intervyular va so'rovnomalar) va ikkilamchi manbalar (ilmiy maqolalar va hisobotlar) asosida kompaniyalar faoliyati tahlil qilindi. Tavsifiy va tahliliy dizayn yondashuvlari qo'llanilib, brend strategiyalarining samaradorligi va mijozlarning qaror qabul qilish jarayonlariga ta'siri o'rganildi. Ma'lumotlarni tahlil qilish uchun statistik dasturlar (SPSS, Excel) va tematik tahlil usullari qo'llanildi.

Bunda tahlil jarayonlari xalqaro turizm sohasini rivojlantirish maqsadida qabul qilingan tashkilotlar va shartnomalar: *"Global Code of Ethics for Tourism"* (1999), *European Tourism Manifesto for Growth and Jobs* (2016), *OECD Tourism Trends and Policies* (2022), Paris Agreement (2015)ning tamoyillariga asoslangan holda amalga oshirildi.

**Taxlil va natijalar (Analysis and results)**

Brend va'dasi, farqlash, shaxsiyat va imidj iste'molchilarning o'tmish tajribasiga, shuningdek, onlayn va oflayn

aloqa vositalari o'rtasida mos kelishi kerak. Brendni doimiy ravishda etkazish uchun branding strategiyasi vaqt o'tishi bilan barqaror darajadagi qo'llab-quvvatlashni talab qiladi, bu brend strategiyasining izchilligi deb nomlanadi. (Berthon va boshq., 2008). Barqarorlik - bu brendning vaqt o'tishi bilan doimiy ravishda yetkazilishini ta'minlash jarayoni bo'lib, brend aloqalarining samaradorligini oshirish kabi ko'plab afzalliklarni keltiradi. Kichik va o'rta turistik kompaniyalarining brend yaratish va rivojlantirish istiqbollarini keng ko'lamda tahlil qilish maqsadida avvalo korxonlarning brend yartish tahliliga asoslanamiz.

Yangi korxonalarning (NV-new ventures) muvaffaqiyatsizlik darajasi yuqori, ularning 40% ga yaqini birinchi yilida va 10 yil ichida 90% gacha muvaffaqiyatsizlikka uchraydi. Tadqiqotchilarning fikriga ko'ra, dastlabki sotuvlarni jalb qilish, bozor ulushini ta'minlash va kuchli brend identifikatorini o'rnatish qobiliyatsizligi yuqori muvaffaqiyatsizlikka olib keladigan asosiy omillardir. Sanoat hisobotlari shuni ko'rsatadiki, NV menejerlarining qariyb 70 foizi o'zlarining eng muhim marketing muammosi NV brendini yaratishdir (Cox, 2022), Brendlash jiddiy muammo sifatida tan olinishiga qaramay, uning ahamiyati qulay obro'-e'tiborni rivojlantirish va mijozlarni jalb qilish va ushlab turishga yordam berishdan iborat. Ijobiy brend imidjini erta shakllantirish, shuningdek, NVlarga qulay brend idrokini yaratish orqali qonuniylik muammolarini yengishga yordam beradi. tan olingan afzalliklarga qaramay, brend ko'pincha faqat yirik, yaxshi tashkil etilgan korxonalarga tegishli deb qabul

qilinadi. Mavjud tadqiqotlar NVlarda brandingga oydinlik kiritgan bo'lsa-da, NV brendining imidjini rivojlantirishga ta'sir qiluvchi omillar va NV brendining imidjining erta sotuvlar va bozor ulushi o'sishiga yordam beradigan darajada cheklangan adabiyotlar mavjud.

Umumiy konsensus shundan iboratki, muvaffaqiyatli branding kaliti kompaniyaning marketing strategiyasida yotadi. Shunga qaramay, NV kontekstida ularning marketing strategiyalari bo'yicha tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ular tadbirkorlik marketingi (EM - entrepreneurial marketing) deb ataladigan alohida yondashuvni qo'llaydilar. (Stokes, 2000). Ushbu adabiyot NVlarning o'ziga xos qobiliyatlarini, jumladan, innovatsionlik, faollik va tavakkalchilikka moyilligini tan oladi, ular birgalikda tadbirkorlik yo'nalishi (EO - entrepreneurial orientation) deb ataladi. Bundan tashqari, NVlar bozorga yo'naltirilganligi (MO - market orientation) bilan bog'liq bo'lgan marketing imkoniyatlarini namoyish etadi, masalan: bozor ma'lumotlarini yaratish va tarqatish, mijozlarning yaqinligi va sezgirligi. Ushbu yondashuv EM tabiatini haddan tashqari soddalashtiradi va EO va MO o'rtasidagi sinergiyadan foydalanishning mumkin bo'lgan afzalliklarini e'tiborsiz qoldiradi. Chunki adabiyotlar bir yo'nalishga (masalan, EO) boshqasi (masalan, MO) hisobidan urg'u berish NVlar uchun samarasiz natijalarga olib kelishi mumkinligi haqida ogohlantiradi. Hatto EMni EO va MO ning o'zaro ta'siri sifatida o'rganadigan tadqiqotlarda ham (masalan, Ahmadi va O'Cass, 2016; Crick va boshq., 2021), EO va MO o'rtasidagi izchillik yoki muvozanat darajasidan kelib chiqadigan qo'shimcha imtiyozlar umuman e'tibordan chetda

qolmoqda. Bu tadbirkorlar EO va MO imkoniyatlarini qanday konfiguratsiya qilayotgani va bunday konfiguratsiyalar optimal natijalarga erishish uchun platformani qanchalik taqdim etishini tushuntirib bo'lmaydi.

Ushbu tahlillar asosida kichik va o'rta turistiz kompaniyalarning brend yaratish va rivojlantirishdagi tajribalar quyidagilardir:

#### **Maqsadli auditoriyani aniqlash:**

Mijozlarning talablarini o'rganish va ularga mos xizmatlarni taklif etish brendni muvaffaqiyatli yaratishning muhim bosqichlaridan biri bo'lgan.

**Brend identifikatsiyasi:** Jozibador logotip, shior va vizual komponentlar yaratilib, kompaniyaning farqlanuvchanligi ta'minlangan. Mahalliy madaniyat va qadriyatlarga asoslangan yondashuv mijozlar e'tiborini jalb qilgan.

#### **Raqamli marketing strategiyalari:**

Ijtimoiy tarmoqlar, SEO va kontent marketing brendni global miqyosda tanitishda samarali usul sifatida qo'llanilgan.

#### **Hamkorlik va innovatsiyalar:**

Paketli xizmatlar, virtual ekskursiyalar va mikro-influencerlarni jalb qilish orqali xizmatlar boyitilgan va mijozlar ishonchi ortgan.

Ushbu yondashuvlar kompaniyalarga raqobatda ustunlikni qo'lga kiritish, brend tan olinuvchanligini oshirish va mijozlar bazasini kengaytirishda yordam bergan. Qiyinchiliklar resurs cheklovlari va raqobatning yuqoriligi bilan bog'liq bo'lsa-da, innovatsion va moslashuvchan strategiyalar orqali muammolar samarali hal qilindi.

#### **Xulosa va takliflar (Conclusion and Recommendations)**

Kichik va o'rta turistik kompaniyalar uchun brend yaratish va

rivojlantirish bozor talablariga moslashish va raqobatbardoshlikni oshirishning muhim tarkibiy qismidir. Shu vaqtgacha olingan tajribalar shuni ko'rsatadiki, brendni samarali boshqarish maqsadli auditoriyani aniqlash, mijoz ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqish va raqamli marketing vositalaridan foydalanishni talab qiladi. Kompaniyalar mahalliy madaniyatni aks ettiruvchi elementlarni brendga singdirish orqali mijozlar e'tiborini jalb qilgan. Raqamli platformalardagi faoliyat, jumladan, ijtimoiy tarmoqlar va kontent marketing, yangi mijozlarni jalb qilishda va xizmatlarni kengroq auditoriyaga yetkazishda muhim rol o'ynagan. Innovatsiyalarni qo'llash va hamkorlik aloqalarini mustahkamlash kompaniyalar uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratgan.

- Mahalliy va xalqaro bozor talablari asosida maxsus ekskursiyalar, ekologik turizm, va gastronomik sayohatlar kabi xizmatlarni rivojlantirish kerak.

- Virtual va kengaytirilgan reallik xizmatlari orqali sayohat oldidan mijozlar uchun tajribaviy tanishuvni taqdim etish. Bu ularda qiziqish uyg'otadi va ishonchni oshiradi.

- TikTok, Instagram va YouTube kabi platformalarda faol targ'ibot olib borish, maxsus reklama kampaniyalari va maqsadli auditoriya uchun jozibador kontent yaratish muhim.

- Mijozlar tomonidan bildirilgan fikrlar va takliflarni o'rganib, xizmatlarni uzluksiz yaxshilash mexanizmini yo'lga qo'yish.

- Mahalliy mehmonxonalar, restoranlar va transport xizmatlari bilan hamkorlikni mustahkamlash. Xalqaro turistik agentliklar bilan aloqalarni

kengaytirish orqali global bozorga uchun barqaror o'sishni ta'minlash, chiqish. mijozlar bazasini kengaytirish va

- Turistik xizmatlarni targ'ib qilish ularning uzoq muddatli sodiqligini va yangi hamkorlik imkoniyatlarini oshirishga yordam beradi. Shu bilan topish uchun xalqaro ko'rgazmalarga birga, innovatsion va moslashuvchan faol qatnashish lozim. strategiyalar raqobatda ustunlikni qo'lga

Ushbu takliflarni amalga oshirish kiritishga xizmat qiladi.  
kichik va o'rta turistik kompaniyalar

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. "Building Strong Brands" David A. Aaker.
2. "How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design" Marty Neumeier.
3. "Marketing for Hospitality and Tourism" Philip Kotler, John Bowen, James Makens.
4. "Strategic Brand Management" Kevin Lane Keller.
5. "Small and Medium Enterprises in the Tourism Industry: A Focus on Branding" Journal of Travel Research.
6. "Digital Branding for Tourism Businesses" Journal of Destination Marketing & Management
7. Bakhodirov B. Improving the market of insurance services through digital technologies //INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 8.036. – 2022. – T. 11. – №. 06. – C. 80-86.

#### Internet saytlari

8. World Tourism Organization (UNWTO) [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
9. Tourism SME Toolkit [www.smetoolkit.org](http://www.smetoolkit.org)
10. Harvard Business Review – Branding Articles [www.hbr.org](http://www.hbr.org)

**CONTENTS**

|           |                                                                                                                                                                  |                |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>1</b>  | <b>XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA IJTIMOY-IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH OMILLARI.</b>                                                                       |                |
|           | Ulug'muradova Nodira Berdimuradovna                                                                                                                              | <b>4-9</b>     |
| <b>2</b>  | <b>HUDUDIY MEHNAT BOZORI EHTIYOJLARIGA MOS KELUVCHI KADRLARGA TAYYORLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI.</b>                                           |                |
|           | Xamidova Aziza Abdulfattoevna                                                                                                                                    | <b>10-17</b>   |
| <b>3</b>  | <b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ.</b>                                                                                              |                |
|           | Усманова Дилафруз Каршиевна, Бозорова Фарангиз Шерзод кизи                                                                                                       | <b>18-25</b>   |
| <b>4</b>  | <b>СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЯ, РОЛЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ.</b>                                                                                  |                |
|           | Джумаев Аскар Хайдарович                                                                                                                                         | <b>26-30</b>   |
| <b>5</b>  | <b>HUDUDIY TURIZM KLASTERLARIDA INNOVATSION YONDASHUVLAR VA DAVLAT BOSHQARUVI INTEGRATSIYASI.</b>                                                                |                |
|           | O'sarov Abdulla Davronqulovich                                                                                                                                   | <b>31-37</b>   |
| <b>6</b>  | <b>O'ZBEKISTONDA TURIZM BOZORINI RIVOJLANISHNING, TURIZM INDUSTRIYASINING IMKONIYATLARI VA AHAMYATI.</b>                                                         |                |
|           | Daminov Olimjon Nurmamat o'g'li                                                                                                                                  | <b>38-44</b>   |
| <b>7</b>  | <b>O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA TIJORAT BANKLARNING O'RNI.</b>                                                                 |                |
|           | Nasimov Ikrom Xusanovich, Axadov Sardor Sherzod o'g'li                                                                                                           | <b>45-48</b>   |
| <b>8</b>  | <b>ILG'OR XORIJIY TAJRIBA ASOSIDA TURIZM SOHASIDA KADRLAR TAYYORLASH VA MALAKA OSHIRISH TIZIMINING TAKOMILLASHUVI.</b>                                           |                |
|           | Xo'jaqulov Bobur Rustam o'g'li                                                                                                                                   | <b>49-55</b>   |
| <b>9</b>  | <b>XIZMAT KO'RSATISH SOHASI CHAKANA SAVDO KORXONALARIDA RAQOBAT STRATEGIYALARINI QO'LLASH.</b>                                                                   |                |
|           | Shuhrat Sharifov Saidahmadovich, Ravshanov Musojon Ravshan o'g'li                                                                                                | <b>56-62</b>   |
| <b>10</b> | <b>YANGI O'ZBEKISTONDA AHOLI O'SISH STATISTIKASINING AHAMIYATI VA PROGNOZ KO'RSATKICHLARI.</b>                                                                   |                |
|           | Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Sanakulova Iroda Abrorovna                                                                                                          | <b>63-68</b>   |
| <b>11</b> | <b>ISTE'MOLCHILARNI ELEKTRON TIJORATDAN FOYDALANISH TAJRIBASINI YAXSHILASH YO'LLARI.</b>                                                                         |                |
|           | Maxmudov Lazizbek Ubaydullo o'g'li                                                                                                                               | <b>69-78</b>   |
| <b>12</b> | <b>ZAMONAVIY MEHNAT BOZORI TALABLARIGA MOS KADRLAR TAYYORLASHNING TIZIMLI YONDASHUVI.</b>                                                                        |                |
|           | Qurbonov Sirojiddin Qurbonovich, Pardakulov Dalerjon Erkinovich                                                                                                  | <b>79-85</b>   |
| <b>13</b> | <b>O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKDA RAQAMLI MARKETING-TOVAR-XIZMATLARNI INTERNET ORQALI TARG'IB QILISH</b>                                  |                |
|           | Pazilidinov Muxiddin Maxammadin o'g'li                                                                                                                           | <b>86-94</b>   |
| <b>14</b> | <b>FARG'ONA VODIYSIDA AHOINI KAMBAG'ALLIKDAN CHIQUARISHDA EKOTURIZM IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISHDA AVTOMOBIL YO'LLARI TARMOG'INI RIVOJLANISHINING AHAMIYATI.</b> |                |
|           | R.M.Axmedov                                                                                                                                                      | <b>95-99</b>   |
| <b>15</b> | <b>AGROTURIZMNING SALOHİYATINI BAHOLASH USULLARI.</b>                                                                                                            |                |
|           | Jurakulova Sarvinoz Baxtiyor qizi                                                                                                                                | <b>100-104</b> |
| <b>16</b> | <b>EFFICIENCY OF DRUG PRODUCTION OF HUPERICUM PERFORATUM LEDEB IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY.</b>                                                               |                |
|           | Ernazarov Ortik Eshnazarovich, Musinov Zokir Rahmonovich                                                                                                         | <b>105-109</b> |
| <b>17</b> | <b>SAMARQAND VILOYATI KORXONALARINING MOLİYAVIY FAOLIYATI NATIJALARINI BAHOLASH.</b>                                                                             |                |
|           | Arziqulova Oybarchin Eshquvat qizi                                                                                                                               | <b>110-118</b> |
| <b>18</b> | <b>«YASHIL» IQTISODIY O'SISHNI TA'MIRLASHDA QAYTA TIKLANUVCHI ENERGIYA MANBALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH.</b>                                                    |                |
|           | Yuldashev Shamsiddin Qiyamiddinovich, Boliyeva Baxora Farxodovna                                                                                                 | <b>119-125</b> |
| <b>19</b> | <b>SAMARQAND VILOYATIDA INTERAKTIV TIBBIY XARITA JORIY QILISHNING IMKONIYATLARI.</b>                                                                             |                |
|           | Axrrova Munavvar Farxod qizi                                                                                                                                     | <b>126-131</b> |

|    |                                                                                                                          |         |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 20 | <b>O'ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA XORIJ TAJRIBASI.</b>                                              |         |
|    | Shuhrat Sharifov Saidahmadovich, Soxibov Farrux Ortikovich                                                               | 132-139 |
| 21 | <b>THE ROLE OF TRANSPORT LOGISTICS IN CIRCULAR ECONOMY.</b>                                                              |         |
|    | Urazov Komil Baxramovich, Orzukulova Zumrad Abdukholik kizi                                                              | 140-146 |
| 22 | <b>MINTAQADA KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHNING TARGETLASH MEXANIZIMLARI.</b>                                               |         |
|    | Baratov Javlon Norjigitovich                                                                                             | 147-153 |
| 23 | <b>KICHIK VA O'RTA TURISTIK KOMPANIYALAR UCHUN BRENDNI YARATISH VA RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.</b>                      |         |
|    | Bunyod BakhodirovBaxtiyorovich, Nuriddinov Tohir Salohiddin o'g'li                                                       | 154-158 |
| 24 | <b>O'ZBEKISTONDA INDUSTRIAL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH VA UNI AHOLINI ISH BILAN BANDLIGINI TA'MINLASHGA TA'SIRI.</b>   |         |
|    | Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li, Rashidov Shoxrux Zohid o'g'li                                                               | 159-164 |
| 25 | <b>O'ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINI JADAL RIVOJLANTIRISHDA ISTIQBOLLI LOYIHALARNING O'RNI.</b>                              |         |
|    | Ikramova Dilnoza Abduraxmanovna                                                                                          | 165-169 |
| 26 | <b>XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISH STRATEGIYALARI.</b>                                      |         |
|    | A'zamova Feruza Abduholiq qizi                                                                                           | 170-176 |
| 27 | <b>TURISTLAR XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHNING MEYORIY-HUQUQIY VA TASHKILIY-IQTISODIY JIHATLARI.</b>                          |         |
|    | Pardayev Botir Raxmatullayevich                                                                                          | 177-182 |
| 28 | <b>MODERN THEORETICAL CONCEPTS OF DEFINITION OF POVERTY.</b>                                                             |         |
|    | Nasimov Ikrom Khusanovich                                                                                                | 183-188 |
| 29 | <b>IQTISODIYOTNING INNOVATSION RIVOJLANISHI SHAROITIDA CHAKANA SAVDO KORXONALARI FAOLIYATINING ASOSIY YO'NALISHLARI.</b> |         |
|    | Abdullaeva Zulfiya Izzatovna                                                                                             | 189-198 |
| 30 | <b>TURIZM XIZMATLARI SIFATINI NAZARIY VA AMALIY JIHATDAN TAKOMILLASHTIRISH UCHUN INTEGRATIV YONDASHUV.</b>               |         |
|    | Kamolova Mohinur Iskandarovna                                                                                            | 199-203 |
| 31 | <b>RESPUBLIKADA OLIY TA'LIM MUASSASALARINING RIVOJLANISH HOLATI VA TENDENSIYALARI TAHLILI.</b>                           |         |
|    | Shuhrat Sharifov Saidahmadovich, Nazarov Ulmas Alisherovich                                                              | 204-209 |
| 32 | <b>TA'LIM XIZMATLARI BOZORI RIVOJLANISHIDA INTEGRATSIYA JARAYONLARI TADQIQOT OB'EKTI SIFATIDA.</b>                       |         |
|    | Ismoilova Feruza Kubaymurodovna                                                                                          | 210-215 |
| 33 | <b>KORXONALARDA XODIMLAR MOTIVATSIYASI VA MEHNATNI RAG'BATLANTIRISHNING RAQAMLI TENDENSIYALARI.</b>                      |         |
|    | Amirov Akmal Mexrojovich, Naimov Damir                                                                                   | 216-222 |
| 34 | <b>INSON RESURLARINI BOSHQARISHDA KORXONA XODIMLARINING XAVFSIZLIGI BILAN BOG'LIQ XAVFLARNI BAHOLASH USULLARI.</b>       |         |
|    | Abdualimov Ashraf Qurbonaliyevich                                                                                        | 223-229 |
| 35 | <b>INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA RAQAMLI PLATFORMALAR.</b>                                                          |         |
|    | Amriyeva Shaxzoda Shuxratovna                                                                                            | 230-236 |
| 36 | <b>FOREIGN EXPERIENCES IN DEVELOPING MEDICAL TOURISM.</b>                                                                |         |
|    | Sultonov Akobir                                                                                                          | 237-243 |
| 37 | <b>MAMLAKATIMIZDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA ENOTURIZM RESURLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH USULLARI.</b>             |         |
|    | Tursunov Xasan Xolmuminovich                                                                                             | 243-248 |
| 38 | <b>DEVELOPING THE TOURISM SECTOR THROUGH THE EFFECTIVE USE OF NATURAL TOURISM RESOURCES.</b>                             |         |
|    | Rabbimov Muxriddin Musoqul o'g'li                                                                                        | 249-253 |
| 39 | <b>O'ZBEKISTONDA XIZMATLAR SOHASIDA OILAVIY KORXONA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING PROGNOZ KO'RSATKICHLARI.</b>         |         |
|    | Togayeva Dilnoza Azamatovna                                                                                              | 254-258 |
| 40 | <b>TURIZM SOHASIDA HUDUDIY KLASSTERLAR VA ULARNING INNOVATSION RIVOJLANISHIDAGI ROLI</b>                                 |         |
|    | Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li                                                                                              | 259-263 |