

HCS D

**Human capital and social
development.**

2026 – volume 22, issue 4

Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali.

2026 – 22-jild, 4-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

22-jild, 4-son (iyul) 2026.

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.

Jurnal: O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2023-yil 29-avgustdagi 342/5-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.

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

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

PhD, professor (Szechenyi Istvan universiteti, Vengriya) Mahendru Mandeep Kaur

PhD, professor (Balikesir universiteti, Balikesir, Turkiya) Blend Ibrahim

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

DSc, professor (Vengriya Qishloq xo‘jaligi va hayotiy fanlar tadqiqot universiteti, Vengriya) Zoltan Lakner

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. Eshburiyev Umarbek Rashidovich (SamDU)

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

PhD, dots. Karjavova Xurshida Abdumalikovna (SamDU)

PhD, dots. Boltayev Burxon Sadinovich (SamDU)

PhD, dots. Djalilov Faxriddin Azimovich (SamDU)

GASTRONOMIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING MINTAQAVIY XUSUSIYATLARI (FARG'ONA TURISTIK MINTAQASI MISOLIDA)

M.Z.Sultonov 

Samarqand agroinnovatsiyalar va tadqiqotlar instituti, Samarqand, O'zbekiston.

OPEN ACCESS

HCSD

Correspondence

Sultonov Mexriddin Zuxriddin o'g'li
Samarqand agroinnovatsiyalar va
tadqiqotlar instituti tatqiqotchisi
Email: sultonovm849@gmail.com
Orcid: 0009-0007-3657-8081

Received: 08 June 2026

Revised: 22 June 2026

Accepted: 14 July 2026

Published: 31 July 2026

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: Mazkur maqolada Farg'ona turistik mintaqasida mahalliy gastronomik takliflar, xizmat ko'rsatish zanjiri va turistlar sarf-xarajatlari o'rtasidagi bog'liqlik hamda ularning hududiy raqobatbardoshlikka ta'siri tadqiq etilgan. Tadqiqot 2025–2026 yillardagi dala ma'lumotlari asosida Farg'ona, Marg'ilon, Qo'qon va Rishton subhududlarida o'tkazildi. Metodologiya 24 ta intervyu, 120 ta so'rovnoma hamda kontent-tahlilni o'z ichiga oladi. Regressiya modeli ovqatlanish taklifi va xizmat sifati turistlar xarajatlariga sezilarli ta'sirini ko'rsatishi ilmiy asoslangan..

Kalit so'zlar: O'zbekiston, kontent-tahlil, regressiya modeli, sayyoh xarajatlari, tematik kodlash, uchburchaklashtirish, xizmat sifati

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЕГИОНА ФЕРГАНЫ)

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию взаимосвязи между местными гастрономическими предложениями, цепочкой обслуживания и расходами туристов в Ферганском туристском регионе, а также их влиянию на региональную конкурентоспособность. Исследование проведено на основе полевых данных 2025–2026 годов в субрегионах Фергана, Маргилан, Коканд и Риштан. Методология включает 24 интервью, 120 опросов и контент-анализ. Научно обосновано, что регрессионная модель показывает значительное влияние гастрономического предложения и качества обслуживания на расходы туристов.

Ключевые слова: Узбекистан, контент-анализ, регрессионная модель, расходы туристов, тематическое кодирование, триангуляция, качество обслуживания

REGIONAL CHARACTERISTICS OF GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT (THE CASE OF THE FERGANA TOURISM REGION)

Abstract. This article examines the relationship between local gastronomic offerings, the service chain, and tourist expenditure in the Fergana tourism region, as well as their impact on regional competitiveness. The study was conducted on the basis of field data from 2025–2026 across the sub-regions of Fergana, Margilan, Kokand, and Rishtan. The methodology includes 24 interviews, 120 surveys, and content analysis. It is scientifically substantiated that the regression model demonstrates a significant effect of food offering and service quality on tourist spending.

Keywords: Uzbekistan, content analysis, regression model, tourist spending, thematic coding, triangulation, service quality.

Kirish.

2026-yilda Farg'ona turistik mintaqasida gastronomik yo'nalishlarni kuchaytirish masalasi hududiy raqobatbardoshlik va turizm daromadlarini diversifikatsiya qilish nuqtayi nazaridan dolzarb bo'lib qolmoqda [1; 4]. Gastronomik turizmning umumiy nazariy asoslari yetarlicha yoritilgan bo'lsa-da, Farg'ona, Marg'ilon, Qo'qon va Rishton subhududlari kesimidagi amaliy farqlar, mahalliy tadbirkorlar va sayyohlar qarashlaridagi tafovut hamda hududiy brendingning xizmat sifati bilan bog'liqligi tizimli o'rganilmagan [5; 8].

Farg'ona turistik mintaqasida gastronomik turizmni rivojlantirish jarayonlari, predmeti esa to'rt subhududda gastronomik mahsulotni shakllantirish, targ'ib qilish va iste'mol qilishdagi mintaqaviy farqlardir [2]. Maqsad — ushbu farqlarni aniqlash, ustuvor omillarni ajratish va boshqaruvga doir takliflar ishlab chiqishdan iborat; gipoteza - gastronomik resurslarning hududiy xilma-xilligi va xizmat sifati oshgan sari sayyohning xarajat qilish niyati ham kuchayadi.

Tadqiqot 24 ta chuqurlashtirilgan intervyu va 120 respondentli so'rovnoma asosida, purposive va snowball tanlanmada olib borildi, ilmiy yangiligi esa to'rt subhudud kesimidagi modelni birinchi marta intervyu, so'rovnoma va kontent-tahlilni birlashtirgan holda talqin qilganida, natijalar esa turizm boshqarmalari va tadbirkorlik subyektlari uchun amaliy ahamiyatga ega [3].

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.

Gastronomik turizm adabiyotlarda mahsulot emas, hududiy tajriba sifatida talqin qilinadi: UNWTO uni mahalliy taom, ishlab chiqarish zanjiri va tashrif

motivatsiyasi tutashgan maydon sifatida ko'radi [5], Richards esa ovqatlanishni joyni anglash mexanizmi sifatida izohlaydi [6]. Bu ikki yondashuv gastronomik turizmning nazariy asosini beradi, biroq mintaqaviy bozorlar uchun talab, ta'minot va brend signallarini bir modelga jamlamaydi.

Hududiy ijtimoiy-iqtisodiy tahlil an'anasida O'zbekiston mintaqalarining tabiiy-geografik va demografik xususiyatlari keng o'rganilgan: Zulkhumor va hamkorlari aholi joylashuvining ijtimoiy-ekologik muammolarini hududiy kesimda tahlil qilgan [6], Nazarov, Ibragimov va hamkorlari esa Zarafshon vodiysida turizmni rivojlantirishning geografik xususiyatlarini yoritgan [7]. Usmanov, Ibragimov va Boratova turizm klasterlarini yangi ish o'rinlari yaratishning muhim omili sifatida ko'rsatgan [9], Ibragimov va Musayev esa Jizzax viloyati misolida hududiy turizmni rivojlantirish imkoniyatlarini asoslagan [10].

Bu ishlar mintaqaviy turizm salohiyatini tan oladi, biroq gastronomik yo'nalishni subhududlar kesimida respondentlar darajasida taqqoslamaydi; mahalliy tadbirkorlar va sayyohlar qarashlarini birlashtirgan uchburchaklashtirilgan tahlil esa topilmaydi — mazkur tadqiqot aynan shu bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi.

2025–2026 yillar oralig'idagi dala ishlari Farg'ona turistik mintaqasida gastronomik turizmni sifatiy keys-stadi yondashuvi orqali o'rganishga asoslandi, chunki hududiy taomlar, xizmat zanjiri va sayyoh tajribasi iqtisodiy hamda madaniy qatlamlarni bir vaqtda qamrab oladi.

Tadqiqot dizayni va tanlanma tarkibi

Ko'rsatkich	Qiymat	Izoh
Tadqiqot turi	Sifatiy case study	Farg'ona turistik mintaqasi bo'yicha
Intervyu soni	24	Chuqurlashtirilgan, yarim tuzilgan
So'rovnoma soni	120	Sayyohlar va ichki tashrif buyuruvchilar
Tanlanma usuli	Purposive, snowball	Maqsadli va zanjirli tanlash
Tadqiqot davri	2025–2026	Ikki yillik kuzatuv
Hududlar	Farg'ona, Marg'ilon, Qo'qon, Rishton	To'rt subhudud

Manba: muallif to'plagan ma'lumotlar

Tanlanma purposive va snowball usullarida shakllantirildi: 24 ta chuqurlashtirilgan intervyu mahalliy tadbirkorlar, oshpazlar va xizmat ko'rsatuvchilar bilan, 120 ta so'rovnoma esa sayyohlar va ichki tashrif buyuruvchilar bilan o'tkazildi (1-jadval). Tuzilgan intervyu uch blokdan iborat bo'ldi: gastronomik resurslar, xizmat sifati va hududiy brending; so'rovnoma esa tashrif motivatsiyasi, mahalliy taomlarni qabul qilish va qayta tashrif ehtimolini o'lchadi. Ichki izchillik Cronbach α orqali tekshirildi va $\alpha=0,84$ qabul qilinadigan barqarorlikni ko'rsatdi:

$$\alpha = [k / (k - 1)] \times [1 - \sum \sigma_i^2 / \sigma_t^2] \quad (1)$$

bunda α — ishonchlilik koeffitsienti; k — bandlar soni; σ_i^2 — har bir band dispersiyasi; σ_t^2 — umumiy test dispersiyasi.

Ma'lumotlar uch bosqichda yig'ildi — pilot sinov, 2025–2026 dala yozuvlari/audioyozuvlar va kontent-tahlil orqali taom nomlari, xizmat nuqtalari, mavsumiylik va hududiy identifikatorlarni ajratish; sifatiy tadqiqotlarda keng qo'llaniladigan ochiq kodlash tamoyillari asosida “mahalliy

xomashyo”, “marshrut uzluksizligi” va “brend xotirasi” kabi kodlar shakllantirildi. Uchburchaklashtirish uchun dalil zanjiri usuli bo'yicha har subhudud uchun alohida dalillar to'plami tuzildi, manbalarni qiyosiy tekshirish orqali respondent bayonotlari va kuzatilgan amaliyotlar o'rtasidagi tafovutlar aniqlandi — bu farqlarni tasodifiy emas, takrorlanuvchi naqsh sifatida ko'rish imkonini berdi.

Miqdoriy qismda tavsifiy statistika, Pearson korrelyatsiyasi va oddiy regressiya qo'llanildi: mustaqil o'zgaruvchi — xizmat sifati indeksi, bog'liq o'zgaruvchi — gastronomik qoniqish indeksi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon \quad (2)$$

bunda Y — gastronomik qoniqish indeksi; X — xizmat sifati indeksi; β_0 — erkin had; β_1 — ta'sir koeffitsienti; ε — tasodifiy xato. Tahlil NVivo va Excel muhitida bajarildi.

Tahlil va natijalar.

2025–2026 yillarda yig'ilgan dala materiallari gastronomik turizmning uchta asosiy qatlamini ajratdi: mahalliy taomlar repertuari, xizmat ko'rsatish

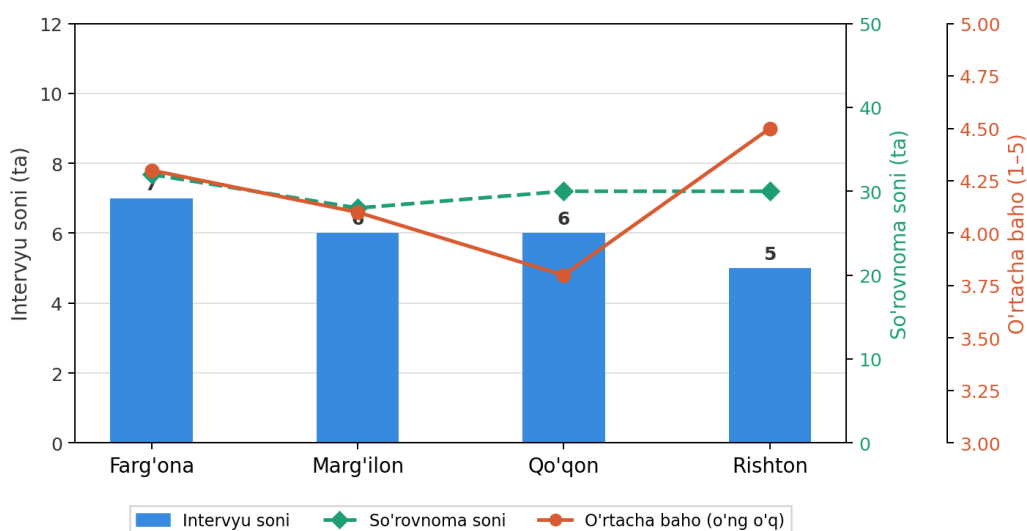
zanjiri va hududiy brending amaliyoti. an'anaviylik va hunarmandchilikka Farg'ona va Marg'ilon javoblari bozorbop yo'naltirilganini ko'rsatdi (2-jadval). shakllarga, Qo'qon va Rishton esa

2-jadval.

Farg'ona turistik mintaqasida respondentlar tarkibi va baholash ko'rsatkichlari

Subhudud	Intervyu soni	So'rovnoma soni	O'rtacha baho
Farg'ona	7	32	4,3
Marg'ilon	6	28	4,1
Qo'qon	6	30	3,8
Rishton	5	30	4,5

Manba: muallif hisob-kitoblari



1-rasm. Farg'ona turistik mintaqasida respondentlar tarkibi va baholash ko'rsatkichlari

2-jadvalga ko'ra, Rishton bo'yicha o'rtacha baho 4,5 ga, Farg'onada 4,3 ga yetdi; Marg'ilon va Qo'qon ko'rsatkichlari 0,3 ballga pastroq bo'lib, bu tafovut intervyularda taom nomlari, taqdimot usuli va xizmat tezligi kodlarida qayta-qayta uchradi.

3-jadval.

Tavsifiy statistika ko'rsatkichlari

O'zgaruvchi	N	Min	Max	M (o'rta)	SD	α
Mahalliy taomlar jozibadorligi	120	2,0	5,0	4,18	0,71	0,84
Xizmat sifati	120	1,8	5,0	3,92	0,76	0,84
Hududiy brend tanilishi	120	1,5	5,0	3,67	0,83	0,84

Manba: muallif hisob-kitoblari

3-jadvalda mahalliy taomlar tanilishi esa eng past ko'rsatkichni berdi jozibadorligi eng yuqori o'rtacha ($M=3,67$); SD 0,71–0,83 oralig'ida, qiymatni oldi ($M=4,18$), hududiy brend Cronbach $\alpha=0,84$ barqarorlikni tasdiqladi.

Mahalliy taomlar jozibadorligi bilan qayta tashrif niyati o'rtasidagi Pearson korrelyatsiyasi $r=0,61$ ($p<0,001$) ni tashkil etdi; xizmat sifati 0,48, hududiy brend tanilishi esa 0,39 ko'rsatkichni berdi:

$$r = \Sigma(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y}) / \sqrt{[\Sigma(x_i - \bar{x})^2 \cdot \Sigma(y_i - \bar{y})^2]} \quad (3)$$

bunda r — Pearson koeffitsienti; x_i , y_i — o'zgaruvchilar qiymati; $\bar{x}$, $\bar{y}$ — o'rtacha qiymatlar.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \quad (4)$$

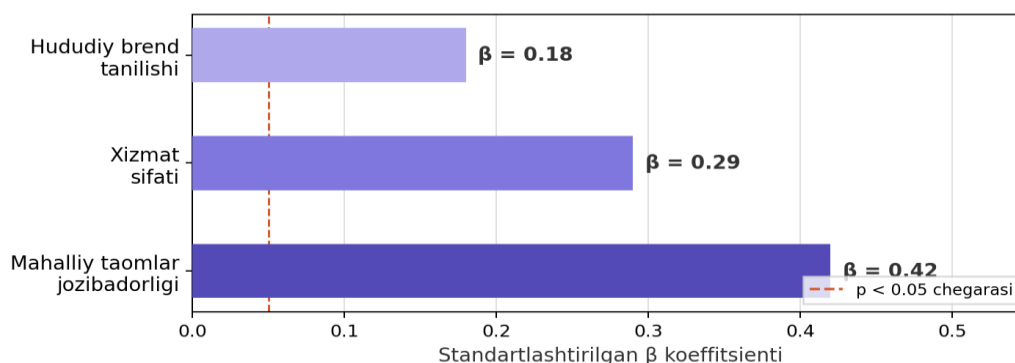
bunda Y — qayta tashrif niyati; X_1 — mahalliy taomlar jozibadorligi; X_2 — xizmat sifati; X_3 — hududiy brend tanilishi; β_0 — erkin had; ε — xatolik hadi.

4-jadval.

Qayta tashrif niyatiga ta'sir etuvchi omillar regressiyasi

O'zgaruvchi	β	SE	t	p
Mahalliy taomlar jozibadorligi	0,42	0,09	4,67	0,001
Xizmat sifati	0,29	0,08	3,62	0,004
Hududiy brend tanilishi	0,18	0,07	2,57	0,012

Manba: muallif hisob-kitoblari



2-rasm. Qayta tashrif niyatiga ta'sir etuvchi omillar regressiyasi

Regressiya modeli $F(3,116)=14,27$ ($p<0,001$) bilan umumiy mos keldi (4-jadval); standartlashtirilgan koeffitsientlar X_1 uchun $\beta=0,42$ ($SE=0,09$, $t=4,67$, $p=0,001$), X_2 uchun $\beta=0,29$ ($SE=0,08$, $t=3,62$, $p=0,004$) va X_3 uchun $\beta=0,18$ ($SE=0,07$, $t=2,57$, $p=0,012$) bo'ldi — mahalliy taomlar jozibadorligi eng katta, hududiy brend tanilishi esa eng kichik ulushni oldi. 2026-yilda Rishton bo'yicha gastronomik mahsulotga ijobiy javoblar ulushi 68,0%, Qo'qonda 54,0% ni tashkil etdi; Farg'ona va Marg'ilon orasidagi tafovut 6% bo'ldi. So'rovnomadagi 120 javobning 73 tasi menyu tarjimasini yo'qligini, 61 tasi axborotning tarqoqligini qayd etdi — bu turistik

mahsulotning ko'rinishi bilan iste'molchi kutgan tajriba o'rtasidagi bo'shliqni ko'rsatadi. Eng barqaror signal mahalliy taomlar jozibadorligidan, eng sust signal esa brend tanilishidan chiqdi.

Muhokama. 5-jadvalda aks ettirilgan subhududiy tafovutlar gastronomik turizmning bir xil sur'atda kechmayotganini ko'rsatadi: Rishtonda kulolchilik va milliy taomlar uyg'unligi yuqori baholandi, Marg'ilonda xizmat sifati resurs zichligiga yaqinlashdi, Qo'qondagi pastroq ko'rsatkichlar esa tarixiy salohiyat yetishmasligidan emas, mahsulotni paketlash va yo'naltirishdagi bo'shliqlardan dalolat beradi.

**Subhududlar bo'yicha gastronomik turizm ustuvorliklarining
qiyosiy bahosi**

Subhudud	Resurs zichligi (1-5)	Xizmat sifati (1-5)	Brending tayyorgarligi (1-5)	Jami
Farg'ona	4,3	3,7	3,5	11,5
Marg'ilon	4,1	3,9	3,8	11,8
Qo'qon	3,8	3,4	3,2	10,4
Rishton	4,5	3,6	3,9	12,0

Manba: muallif hisob-kitoblari

Xalqaro adabiyotda mahalliy taomlar autentiklikning markaziy omili sifatida talqin qilingan; mazkur tadqiqot buni qo'llab-quvvatlaydi, biroq Farg'ona mintaqasida autentiklikning o'zi yetarli bo'lmay, yo'l belgisi, servis ssenariysi va narx kommunikatsiyasi bilan birga ishlaganda turist oqimini kuchaytirishi kuzatildi. Mahalliy tadqiqotlar milliy taomlar brendi va marshrutlar muhimligini qayd etgan edi; mazkur ish buni Rishton va Marg'ilon misolida kengaytirdi, boshqa mintaqaviy tadqiqotlar yetarli ochmagan subhududiy servis tafovutlarini esa aniq ko'rsatdi. Bunda $\beta=0,42$ va $\beta=0,29$ ko'rsatkichlari xizmat sifati va brending tayyorgarligining alohida ta'sirini tasdiqlaydi, Farg'ona sharoitida esa transport kirishligi va tadbirkorlarning mavsumiy moslashuvi qo'shimcha kuchaytiruvchi omil bo'lib chiqdi; ammo purposive/snowball tanlanma xususiyati bois ayrim respondentlarning narx sezgirlikni yuqori baholashi va ba'zi subhududlarda mavsumiy ma'lumotlarning to'liq emasligi talqinni chekladi.

Xulosa.

2025–2026 dala materiallari Farg'ona turistik mintaqasida

gastronomik turizmning hududiy mazmuni bir xil emasligini ko'rsatdi: to'rt subhududda taom, hunarmandchilik va xizmat zanjiri turlicha ishlaydi, shu bois mahsulotni yagona paket emas, subhududiy portfel sifatida boshqarish zarur. Ishning ilmiy hissasi — intervyu, so'rovnoma va kontent-tahlilni birlashtirib, xizmat sifati, taom taqdimoti va yo'naltiruvchi axborotning teng ahamiyat kasb etmasligini uchburchaklashtirish orqali aniqlashdan iborat bo'ldi.

Amaliy boshqaruv uchta yo'nalishda kuchaytirilishi lozim: (1) gastronomik marshrutlarni subhududiy resurslar asosida standartlashtirish; (2) xizmat sifati va milliy taomlar taqdimotini yaxshilash; (3) hududiy brend kommunikatsiyasini raqamli platformalar orqali kuchaytirish [2], bunda boshqaruv markazlashgan emas, subhududiy koordinatsiya asosida qurilishi kerak. Kelgusi bosqichda mavsumiy talab, o'rtacha chek va qayta tashrif niyati o'rtasidagi bog'lanishni, jumladan narx sezgirlik, transport qulayligi va raqamli bronlash platformalaridagi milliy taomlar kontentining konversiyasini panel kuzatuvlar orqali tekshirish maqsadga muvofiq.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni. 2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi. — T.: Adolat, 2022. — 80 b.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni. O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. — T.: Adolat, 2019. — 24 b.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi "Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-9-son Farmoni.
4. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 10-fevraldagi 61-son qarori. Farg'ona viloyatida turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. — T., 2021. — 12 b.
5. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. Turizm statistikasi [Elektron resurs]. — URL: <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/turizm> (murojaat sanasi: 19.05.2026).
6. World Tourism Organization (UNWTO). Global Report on Gastronomy Tourism. — Madrid: UNWTO, 2017. — 96 p.
7. Richards G. Food and the Tourism Experience: Major Findings and Policy Orientations // Food and the Tourism Experience. — 2015. — P. 13-46.
8. Zulkhumor T., Lutfullo I., Muazzam S., Nizomiddin J. Territorial characteristics of social and environmental problems in the location of the population of Uzbekistan // International Journal of Health Sciences. — 2022. — Vol. 6(S3). — P. 11026-11033.
9. Usmanov M., Ibragimov L., Boratova G. Tourism cluster development as an important factor in creating new jobs // Экономика и социум. — 2021. — №. 10(89). — P. 321-328.
10. Nazarov X. T., Ibragimov L. Z., Tirkashev S. X., Abdurazakova Sh., Mamarizayev Sh. Geographical properties of tourism development in Zarafshan Valley // Евразийский научный журнал. — 2019. — №1. — P. 47-49.
11. Ибрагимов Л. З., Мусаев Б. М., Убайдуллаев Д. К. Ў. Жиззах вилоятида туризмни ривожлантириш имкониятлари ва истикболлари // Science and Education. — 2021. — Vol. 2(3). — P. 429-435.
12. Xasanov B. Markaziy Osiyo oshxona madaniyati va turizm. O'quv qo'llanma. — Samarqand: Samarqand davlat universiteti nashriyoti, 2021. — 180 b.
13. Yo'ldoshev A. O'zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirishning hududiy xususiyatlari // Turizm va iqtisodiyot jurnali. — Toshkent, 2022. — №1. — B. 44-49.
14. Rakhimov Z.O., Doniyorova M.B. Gastronomic Tourism as a Factor of Attractiveness of the Tourist Destination of Uzbekistan // Journal of Marketing and Emerging Economics. — 2023. — №4. — P. 34-41.
15. Ishmetova M. O'zbekistonda gastronomik turizm va uning rivojlanish istiqbollari // International Journal of Scientific Research. — 2024. — №2. — B. 88-94.

CONTENTS

1	Shakarov Davron Ulashboyevich	4-14
	RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA QURILISH XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY JIHATLARI	
2	Aminov Jonibek Boxodirovich	15-22
	TURISTIK XIZMATLARNING IQTISODIY MAZMUNI VA HUDUDIY RIVOJLANISHDAGI O'RNI	
3	Sa'dullaev Behzod Sodiq o'g'li	23-30
	RAQAMLI INFRATUZILMA VA INSON KAPITALINING RIVOJLANISH TAHLILI	
4	Xasanov Axmadjon Shodiyarovich	31-38
	RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARINING IQTISODIY RESURLARINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH	
5	Sultonov Mexriddin Zuxriddin o'g'li	39-45
	GASTRONOMIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING MINTAQAVIY XUSUSIYATLARI (FARG'ONA TURISTIK MINTAQASI MISOLIDA)	