ISSN 3030-3672

HCSD

Human capital and social development.

2024 – volume 10, issue 4

Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali.

2024 – 10-jild, 4-son

www.hcsd.samdu.uz

Samarqand_2024

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

10-jild, 4-son (oktabr) 2024.
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.
E-mail: ikromnasimov2020@gmail.com

«INSON KAPITALI VA IJTIMOIY 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: f-m.f.n., dots. Xushvaqtov Hakim Abdilhakovich
Kotib: PhD., dots., Korjavova Xurshida Abdulmalikovna
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
i.f.d., prof. Нехода Евгения Владимировна (Россия)
i.f.d., prof. Xolmo‘minov Shayzoq Raxmatovich (TDIU)
i.f.d., prof. Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich (SamISI)
i.f.d., prof. Muxammedov Murod Muxammedovich (SamISI)
i.f.d., prof. Arabov Nurali Uralovich (SamDU)
i.f.d., prof. Safarov Baxodirxon Shaxriyorovich (SamDU)
i.f.d., prof. Nasimov Dilmurod Abdulloyevich (SamDU)
i.f.n., prof. Aslanova Dilbar Xasanovna (SamISI)
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. Kushatov Rustam Xaydarovich (SamDU)
i.f.n., dots. Porsayev Ganidjan Muxamedovich (SamDU)
i.f.n., dots. Alibekova Saodat Lapasovna (SamDU)
PhD, dots. Nasimov Ikrom Xusanovich (SamDU)
PhD, dots. Ernazarov Ortiq Eshnazarovich (SamDU)
PhD, dots. Ulug‘murodova Nodira Berdimuradovna (SamDU)
PhD, dots. Sharifov Shuhrat Saidahmadovich (SamDU)
PhD, dots. Maxmudova Mohinur Ravshanbekovna (SamDU)
PhD, dots. Bakayev Ziyovuddin Toshbolta o‘g‘li (SamDU)

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ.

Д.К.Усманова ., Д.Н.Умиркулов

Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti., Samarqand, O‘zbekiston

OPEN ACCESS
HCSD

Correspondence
Usmonova Dilafruz Karshiyevna
Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti dotsenti.
Tel: +998 90 600 08 88
Email: dilafruzusmanova@mail.ru

Umirkulov Dilshod Nurillaevich
Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti 2-bosqich magistranti.
Tel: *+998 93 228 00 50*
Email: dilshodumurkulov@mail.ru

Received:18 September 2024
Revised: 29 September 2024
Accepted: 21 October 2024
Published: 31 October 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. Отмечая возрастания роли электронной торговли в глобальных экономических показателях целесообразно исследование концептуальных подходов к исследованию электронной торговли. Нами проведен ретроспективный анализ электронной торговли, который позволит выявить основные социально-экономические предпосылки, способствующие возникновению, развитию и трансформации электронной торговли.

Ключевые термины: электронная коммерция, электронная торговля, B2B, B2C. B2G, SMM, Big Data

CONCEPTUAL APPROACHES TO THE RESEARCH OF ELECTRONIC COMMERCE

Annotation. Noting the increasing role of electronic commerce in global economic indicators, it is advisable to study conceptual approaches to the study of electronic commerce. We have carried out a retrospective analysis of e-commerce, which will allow us to identify the main socio-economic prerequisites that contribute to the emergence, development and transformation of e-commerce.

Key terms: e-commerce, e-commerce, B2B, B2C. B2G, SMM, Big Data

ELEKTRON TIJORAT TADQIQOTLARIGA KONSEPTUAL YONDASHLASHLAR

Annotatsiya. Jahon iqtisodiy ko‘rsatkichlarida elektron tijoratning roli ortib borayotganini qayd etib, elektron tijoratni o‘rganishga kontseptual yondashuvlarni o‘rganish maqsadga muvofiqdir. Biz elektron tijoratning retrospektiv tahlilini o‘tkazdik, bu elektron tijoratning paydo bo‘lishi, rivojlanishi va transformatsiyasiga hissa qo‘shadigan asosiy ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitlarni aniqlash imkonini beradi.

Tayanch iboralar: elektron tijorat, elektron tijorat, B2B, B2C. B2G, SMM, Big Data.

Актуальность темы исследования. В условиях трансформации экономики, сопровождающейся усилением цифровизации всех бизнес-процессов, расширением масштабов виртуальной торговли, информационные технологии становятся неотъемлемой частью повышения конкурентоспособности и обеспечения устойчивого развития современных организаций как в

рамках одной страны, так и на глобальном уровне.

С помощью цифровых технологий формируется новое пространство для экономических отношений: происходит стремительное сокращение жизненного цикла большинства сетевых товаров, стираются коммуникационные границы, возникают виртуальные коллективы, открываются возможности для агентов, которые неконкурентоспособны вне его пределов. Примечательно, что развитие электронной торговли порождает противоречивые процессы.

Анализ. С одной стороны, обеспечение более свободного доступа к информации позволяет выйти на ранее недоступные рынки практически любой фирме. Наиболее показательным в этом отношении является пример организации электронной торговли на селе в Китае, где небольшие семейные предприятия, выпускающие товары народного потребления, успешно продвигают свою продукцию на мировой рынок с помощью интернет-аукционов, интернет-витрин, магазинов электронной торговли. Тем самым они стали не только опорой малого и среднего бизнеса, но и существенно укрепили конкурентные позиции китайской продукции на мировом рынке. Подобный формат организации электронной торговли имеет синергетический эффект, заключающийся в организации подсобного хозяйства, подключение к ресторанному бизнесу и системе супермаркетов, которые позволяют гармонично работать и распределять прибыль и рабочие места.

С другой стороны, развитие электронной торговли в последние годы тесно связанно с глобализацией экономики. Так, стремительное увеличение объемов мировой торговли, мобильности капитала и его концентрации произошло в 90-е годы XX в., когда расширилось использование ИКТ, а электронная торговля превратилась в ежедневную хозяйственную практику крупнейших корпораций. Данные, представленные на диаграмме 1, демонстрируют ежегодный рост в среднем на 6 процентов.

Рис.1. Динамика объема элекронной коммерциив мире.

Отмечая возрастания роли электронной торговли в глобальных экономических показателях целесообразно исследование концептуальных подходов к исследованию электронной торговли. Нами проведен ретроспективный анализ электронной торговли, который позволит выявить основные социально-экономические предпосылки, способствующие возникновению, развитию и трансформации электронной торговли. Безусловно, электронная торговля являясь составным элементов электронной коммерции, первоначально не имела отличий от нее в интерпретации. По мере развития и расширения, усложнения электронной коммерции, электронная торговля стала особый видом бизнеса, вытесняя традиционную торговля и врастая в реальную экономику.

Таблица 1.

Ретроспективный анализ развития электронной торговли

Период	**Социально-экономические предпосылки**	**Модель отношений**	**Интерпретация**	**Специфика технологий обмена**
Конец 70-х годов XXI века	Общество потребителей, стремление к гедонизму, рост доходов населения, нехватка времени на закуп товаров, Teleshopping, стремление совершать покупки на расстоянии	Первоначальные попытки организации розничной торговли (доставку товаров первой необходимости в розничной торговле) B2C (бизнес для потребителя)	Описание процесса проведения трансакция в электронном виде	Электронный обмен данными (EDI) и электронного перевода средств(EFT)
Середина 80-х годов XXI века	Онлайн-корзина, онлайн-чеки, развитие платежных Интернет-систем, формирование неценовой конкуренции, горизонтальная и вертикальная диверсификация товаров, услуг	B2B Продажа дорогих предметов с помощью виртуальных чеков	Обмен товарами с использованием электронных способов расчета	Появление дебетовых и кредитовых карт для оплаты услуг и товаров, банкоматы, электронные чеки
1990-е годы	Диверсификация онлайн услуг, банковских услуг, развитие высокотехнологичного производства, кредитных отношений, рост конкурентоспособности банковских учреждений	B2B в банковской сфере (онлайн-банки, веб-сайты, Amazon, eBay, онлайн версия торгового общества «от человека к человеку»)	покупка или продажа товаров и услуг посредством интернета, зачастую осуществляемая через интернет-магазины или онлайн-сервисы.	протокол шифрования SSL как часть веб-безопасности, и версия 3.0 стандарт веб-серверов
2000-е годы	Расширение возможностей смарт-фонов, разновидностей высокотехнологичной продукции	B2G, C2G (возможность оплаты госуслуг с помощью	Электронная торговля — доставка продуктов и услуг	Обмен через социальные сети,

	(ноут-буки, планшеты, лаптопы, смарт часы)	мобильных приложений)	с помощью проводных или беспроводных цифровых сетей. Новая сфера экономики полностью изменила розничную торговлю, превратившись в реальную угрозу традиционным торговым центрам и магазинам.	мобильные приложения
Настоящее время	стремительный рост числа интернет-пользователей; увеличение влияния социальных сетей; активное развитие систем электронных платежей; переход основных игроков рынка к новым технологическим платформам, стирание границ между товаром и услугой, доля которых в экономике растет, пандемия обусловила стремительное развитие электронной торговли.	Развитие SMM технологий расширяет отношения по моделям B2B, B2C, B2G, C2B, C2C, C2G	Электронная торговля шире понятия интернет-торговли, поскольку включает не только продажу через интернет, но и взаимодействие через другие информационно-коммуникационные, информационные и социальные сети, а также основана на более широком спектре бизнес-моделей	Провайдеры цифровых технология, кластеризация бизнеса, коммерциализация поисковиков, искусственный интеллект, Big Data, SMM технологии расширяют границы продвижения, дистрибьюции, электронные торговые площадки

В зарубежной литературе развитие электронной торговли связывают с электронной передачей информации (EDI), который возник еще в 60-е годы XX века. Причем первые операции электронной торговли осуществлялись в сфере транспорта и торговли с целью создания удобств в реализации авиабилетов посредством безбумажных офисов. Однако бурное развитие электронной торговли в современной интерпретации приходится на начало 90-х годов, когда интернет технологии вошли как в социальные, так и экономические отношения общества. Рассмотрим более подробно основные экономические, социальные, правовые, географические, технологические предпосылки развития электронной торговли.

Экономические предпосылки. Развитие электронной торговли безусловно связано с экономическим бумом 90-х в развитых странах, когда потребитель обладая растущими доходами стремиться к созданию более комфортных условий для отдыха, не затрачивая самое ценное – время на закуп и шоппинги, В тоже время маркетологи в целях продвижения товаров и услуг разрабатывают неценовые методы повышения конкурентоспособности организации посредством программ стимулирования продаж, услуг доставки и программ лояльности. В соответствии с теорией Абрахама Маслоу, рост доходов обуславливает большое удовлетворение потребностей, обществу потребителей хочется распределять время более выгодно и приятно. Для этого создаются интернет площадки, ускоряющие процессы выбора, покупки, доставки и платежей. Причем благодаря все растущему

объему электронного товарооборота, совершенствуются и обновляются услуги электронной торговли, что обусловлено стремлением крупных торговых платформ переманить потребителей в онлайн процессы.

Социальные предпосылки. Активизации электронной торговли способствовал новый феномен современного общества социальные сети. Появление социальных сетей стало предпосылкой для переустановки так называемого «материального сектора экономики» в соотношении с принципами устройства сети. Постепенно конструктивность ресурсов позволила не только пользоваться мультимедийными функциями, но и совершать покупки с помощью новых информационных технологий. Электронная торговля в социальных сетях – это не модный тренд: социальные сети уже становятся ключевым инструментом продвижения бизнеса. В связи с этим активно формируется рынок агентских услуг в этом сегменте. А крупные компании создают собственные команды по маркетингу в социальных медиа. Социальные сети – это эффективные каналы коммуникаций. Развитие технологических платформ, методов продвижения товаров и услуг, персонифицированного подхода к изучению спроса на рынке с одной стороны расширяют влияние социальных сетей на общество, с другой стороны решают проблему выбора с помощью электронной торговли.

Правовые предпосылки. В 1980 году Организация экономического сотрудничества и развития принимает «Руководящие принципы, регулирующие неразглашение и трансграничные потоки личных данных». В 1990 году Международная торговая палата пересмотрела правила INCOTERMS с учетом развития безбумажных технологий передачи данных. К вопросам, над которыми работают международные организации на последующих этапах - действительность электронных договоров, атрибуция сообщений данных, определение времени и места отправления и получения сообщения данных. Предпринимаются конкретные шаги по созданию благоприятного режима электронной торговле. Закрепляются основные принципы электронной торговли: принцип недискриминации, принцип технологической нейтральности и принцип функциональной эквивалентности. Принцип недискриминации состоит в том, сообщение или договор не могут быть лишены действительности или исковой силы на том лишь основании, что они составлены в форме электронного сообщения. В 1996 году принят Типовой закон ЮНСИТРАЛ «Об электронной торговле». В 1996 году на Первой министерской конференции государств-участников ВТО принята Декларация о торговле в области информационных технологий, в 1998 году на Второй министерской конференции государств-участников ВТО – «Декларация о глобальной электронной торговле». На уровне Европейского союза разрабатывается несколько директив по вопросам

электронной передачи данных и электронной торговли: «Директива № 96/9/ЕС о правовой охране баз данных», «Директива № 99/93/ЕС об электронных подписях», «Директива № 2003/31/ЕС об электронной торговле». С 2007 года ОЭСР занимается вопросами электронной торговли, осуществляемой при помощи сетей мобильной связи и мобильных телефонов. В 2013 году состоялась Девятая министерская конференция ВТО, по итогам которой государства – участники подписали так называемый «Балийский пакет».

Географические предпосылки. Глобализация и информационная революция обусловило тот факт, что электронная торговля перестает быть прерогативой развитых стран. В 2011 г. мировой рынок интернет-торговли оценивался в 700 млрд долл, из которых 34% приходятся на США, 29 — на Европу, 27 — на Азию и 10% — на оставшиеся регионы. Главный вектор развития направлен в сторону Азии, где развиваются колоссальные по потенциалу внутреннего спроса рынки Китая, Индии, Таиланда и Малайзии. Эта тенденция связано с тем, что главный интернет-магазин Китая, “Alibaba”, входит в число крупнейших интернет-магазинов мира по числу обслуженных клиентов, уступая только американским “Amazon” и “Ebay”. Главная черта интернет-рынков всех развивающихся регионов — экстенсивность, т.е. увеличение объемов торговли за счет прироста числа покупателей, ищущих экономических выгод в интернете, в то время как в развитых странах наблюдается интенсивный путь развития, т.е. увеличение объема интернет торговли на одного покупателя благодаря кастомизации и социализации интернет-магазинов.

Соотношение сил в мировой географии отрасли претерпевает значительные изменения: старые центры — США и Европа — постепенно уступают свои позиции азиатским рынкам, находящимся на экстенсивном пути развития. Но США сохраняют роль глобального инновационного центра отрасли, из которого благодаря деятельности транснациональных корпораций нововведения распространяются по всему миру.

Технологические предпосылки. Онлайн-заказы и кастомизация выполняются с любых девайсов, причем бесшовно: с мобильных устройств, компьютера, планшета и даже телевизора. Согласно опросу HBR, 73% респондентов используют сразу несколько каналов во время совершения покупок.Ключевым каналом остается смартфон. Онлайн-сервисы, мобильные приложения и устройства интернета вещей продолжат активно собирать информацию о пользователях.

По мнению экспертов из Kensium Solutions, Big Data будет использована для создания сверх персонализированного опыта, причем не только для лояльных клиентов, но и для новых пользователей за счет прогностических систем. Современные инструменты для персонализации контента и предложений способны не только предлагать похожие товары — этим уже никого не удивишь, но и предсказывать желания клиента,

сравнивать его с похожими пользователями и персонифицировать под него целые страницы сайта или экраны мобильного приложения.

Заключение. Изучение социально-экономических предпосылок развития электронной торговли позволит выявить тренды на ближайшую перспективы и учесть их при разработке стратегии развития электронной торговли в Узбекистане с учетом положительного опыта ведущих стран мира, недопущением серьезных ошибок и проблем в новой для республики модели торговли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Mareš D. Vybrané právní aspekty elektronického obchodu. Disertační práce. Právnická fakulta Masarykovy univerzity. Brno, 2011. Todd P. E-commerce Law. Cavendish Publishing Limited, Great Britain, 2005. 168 Новое слово в науке и практике.
2. Ecommerce Sales Topped $1 Trillion for First Time in 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649
3. Laudon K. E-commerce: business, technology, society. New Jersey, 2012. 812 p.
4. Bringing e-commerce benefits to consumers. Brussels, 2012. 27 p.
5. Пояснительная записка Секретариата ЮНСИТРАЛ к Конвенции Организации Объединенных Наций об использовании электронных сообщений в международных договорах / ООН. – Нью-Йорк, 2007.

CONTENTS

1	**MEHNAT BOZORIDA INSON SALOHIYATINI BAHOLOVCHI KO'RSATKICHLAR VA OMILLAR.**	
	Mamayunus Qarshibaevich Pardaev, Sevara Abdinazarovna Babanazarova, Ozoda Mamayunusovna Pardaeva.	**4-9**
2	**RESPUBLIKAMIZ MAHALLA TIZIMIDA IJTIMOIY XIZMATLARNING O'RNI VA SAMARADORLIGI TAHLILI.**	
	Karjavova Xurshida Abdumalikovna.	**10-15**
3	**XO'JALIK VA TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARI TUSHUNCHALARINING NAZARIY MASALALARI VA ULARNING JAMIYATNI RIVOJLANIRISHDAGI ROLI.**	
	Mamayunus Qarshibaevich Pardaev, Obid Mamayunusovich Pardaev.	**16-22**
4	**OLIY TA'LIM TIZIMIDA KONSALTING XIZMATLARINI TASHKIL ETISH MASALALARI.**	
	Sauxanov Janibek Kaziyevich, Aliyev Paraxat Keunimjayevich, Qi'di'rniyazov Ajiniyaz Sherniyazovich.	**23-29**
5	**ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СТРУКТУРНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛСКОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.**	
	Axmedova Aziza Toxirovna.	**30-38**
6	**KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA MOLIYAVIY BOSHQARUV USULLARINING O'ZIGA XOS JIHATLARI.**	
	Maxmudov Jasurbek Ergashevich.	**39-46**
7	**INNOVATSION RIVOJLANISH SHAROITIDA SAMARQAND VILOYATIDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH HOLATI TAHLILI.**	
	Djalilov Faxriddin Azimovich.	**47-53**
8	**HUDUD IJTIMOIY-IQTISODIY RIVOJLANISHIGA MEHNAT BOZORIDA ISHCHI KUCHI RAQOBATBARDOSHLIGINING TA'SIRI.**	
	Qurbonov Sirojiddin Qurbonovich.	**54-63**
9	**TA'LIM XIZMATLARI BOZORIDA OLIY TA'LIM MUASSASALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASH USULLARI.**	
	Murodov Alisher Murodjon o'g'li.	**64-68**
10	**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ АГРОТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА.**	
	Jurakulova Sarvinoz Baxtiyor qizini.	**69-74**
11	**RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR SHAROITIDA YOSHLARNING MASOFAVIY ISHGA BO'LGAN TALAB.**	
	Tolliboyev Samad Tolliboy o'g'li, Hakimov Dilshod Shokir o'g'li.	**75-80**
12	**IQTISODIY RESURSLARDAN XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI.**	
	A.Sh.Xasanov.	**81-84**
13	**XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING TARMOQLAR BO'YICHA TARKIBIY TUZILISHINI OPTIMALLASHTIRISH YO'LLARI.**	
	Muxammedova Zarina Murodovna.	**85-91**
14	**TA'LIM VA O'QUV XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA O'QUV MARKAZLARINI AHAMIYATI.**	
	Ismoilova Feruza Kubaymurodovna.	**92-96**

15	**O‘ZBEKISTONNING TABIIY RESURSLARIDAN REKREATSIYADA FOYDALANISH.**	
	Urunova Nozima.	**98-104**
16	**YIRIK LOYIHA VA DASTURLARNI BOSHKARISHNI TASHKIL ETISH VA TAKOMILLASHTIRISH.**	
	Marupov Kabil Komilovich.	**105-110**
17	**TIBBIY XIZMATLAR KO‘RSATISH MEXANIZMLARINING XUSUSIYATLARI VA ULARNING TASNIFI.**	
	Umirov Islombek Furkatovich.	**111-115**
18	**ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА РОСТ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА.**	
	Normuradova Zulfiya Izatullayevna.	**116-120**
19	**XIZMAT KO‘RSATISH SOHASIDA INNOVATSION JARAYONLARNI JADALLASHTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.**	
	Muxammedova Zarina Murodovna.	**121-128**
20	**КОНЦЕПТУАЛНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ.**	
	Usmonova Dilafruz Karshiyevna, Umirkulov Dilshod Nurillaevich.	**129-135**
21	**SOG‘LIQNI SAQLASH TIZIMIDA XIZMAT KO‘RSATISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI VA KO‘RSATKICHLARI.**	
	Umirov Islombek Furkatovich.	**136-140**
22	**QURILISh SANOATI KORXONALARIDA RAQOBATBARDOShLIKNI BAHOLASh ISTIQBOLLARI.**	
	Buriyev Xakim Toshimovich.	**141-147**
23	**QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORIDA - VEKSELNI MUOMALAGA KIRITISHNING IQTISODIY AXAMIYATI.**	
	Z.D.Niyozov.	**148-156**
24	**IQTISODIY O‘SISH SUR’ATI VA TEXNOLOGIK DINAMIKASI.**	
	Boboqulov Sanjar Baxronkulovich.	**157-167**
25	**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA DEMOGRAFIK TENDENSIYALAR, YOSH TARKIBI PIRAMIDASI VA DEMOGRAFIK PROGNOZ.**	
	Adilova Go‘zal Abdazovna, Qoraboyev Nuriddin Pardaboy o‘g‘li.	**168-177**
26	**O‘ZBEKISTONDA GASTRONOMIK TURIZMNING IQTISODIY SALOHIYATI: EKONOMETRIK TAHLIL VA ISTIQBOLLI RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.**	
	B.A.Sultonov.	**178-185**
27	**CHAKANA SAVDO KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI TA’MINLASH ISTIQBOLLARI.**	
	Sultanova Nigina Utkurovna.	**186-189**
28	**IJTIMOIY-IQTISODIY SIYOSATGA OID NAZARIY QARASHLAR.**	
	Yuldashev Shamsiddin Kiyamiddinovich, Xalikova Lola Nazarovna.	**190-197**
29	**CHAKANA SAVDO KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMNING ROLI.**	
	Arabov Nurali Uralovich, Sultanova Nigina Utkurovna.	**198-204**
30	**RAQAMLI IQTISODIYOT RIVOJLANISHIDA BIZNES O‘SISHINI BOSHQARISH.**	
	Abdukaxorova Iroda Odiljon kizi.	**205-209**
31	**KORXONALARDA UZOQ MUDDATLI MOLIYAVIY REJALASHTIRISHNING O‘RNI VA ROLI.**	
	Kunuzoqova Zebiniso Mirpulatovna.	**210-215**