



UZBEKISTAN



**“TURISTIK HUDUDLARNING
ZAMONAVIY KONTENTI:
muammolar va innovatsion yechimlar”**
xalqaro ilmiy-amaliy anjumani

International scientific and practical conference

**“MODERN CONTENT OF TOURIST
DESTINATIONS:
problems and innovative solutions”**



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

**“TURISTIK HUDUDLARNING ZAMONAVIY KONTENTI:
MUAMMOLAR VA INNOVATSION YECHIMLAR”**

**mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjumani
TEZISLAR TO‘PLAMI
Buxoro shahri 2023-yil 16-iyun**

**СБОРНИК ТЕЗИСОВ
международной научно-практической конференции на тему
«СОВРЕМЕННЫЙ КОНТЕНТ ТУРИСТИЧЕСКИХ ТЕРРИТОРИЙ:
ПРОБЛЕМЫ И ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ»**

г. Бухара, 16 июня 2023 года

**International scientific and practical conference on the topic
"MODERN CONTENT OF TOURIST DESTIANTIONS: PROBLEMS AND
INNOVATIVE SOLUTIONS"
JUNE 16, 2023**

exceptional acumen and effective solutions. With a robust service support system and innovative approaches to co-create distinctive programs for the organizers, TCEB is redefining the MICE landscape to maintain Thailand's impact as a top Asian business destination. Established by Royal Decree in 2002, the government agency is tasked with promoting and developing the business tourism sector in Thailand. Since 2004, TCEB has successfully established the country as Asia's largest business events hub, by providing amenable service support for MICE programs. Today, TCEB is heeding the government's economic 'Thailand 4.0' policy, and targeting 10 key industries to align with international interests and be future-ready.

TCEB will be one's reliable partner in all aspects of its business events in the Kingdom. Thailand is not only a unique destination at the HEART of ASEAN and an unparalleled business hub at the HEART of both the emerging Asian region and the global marketplace, but also a thriving hub, where passionate people offer seamless service from the HEART, and with an unforgettable smile. These 3 elements form the overarching objective of this campaign: to capture the essence of Thailand's unique position as a preferred global business events destination. The Thailand CONNECT...Our Heart Your World builds on the strong legacy of the three fundamental pillars of Thailand's MICE industry including (1) Destinations (2) Businesses and (3) People, by showcasing the best of all three elements.

TCEB's main objectives are to promote meetings, incentive travel, conventions and exhibitions (MICE), and to develop this collective industry in order to make Thailand a regional hub for MICE events.

In my opinion to develop M.I.C.E industry in Uzbekistan it is required to establish Uzbekistan Convention & Exhibition Bureau (UzCEB) to promote destination for business tourism purpose and increase attractiveness of destination for tourists. This aim was targeted by President of Uzbekistan in his decree №135 dated 26.04.2023 "ON ADDITIONAL MEASURES TO RAPIDLY DEVELOP THE TOURISM OF THE REPUBLIC AND FURTHER INCREASE THE NUMBER OF LOCAL AND FOREIGN TOURISTS" In appendix 4 A- which is named - on the comprehensive use of resources and opportunities in the field of tourism, as well as on the rapid resolution of existing problems in 2023, in chapter -"Developing new types of tourism and further increasing the attractiveness of Uzbekistan based on them" it was indicated importance of developing M.I.C.E tourism as one of new type of tourism in Uzbekistan and my article it is discussed experience of Thailand by establishing Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB).

References

1. Introduction to MICE industry Rosenborg, G. C. (2015).
2. A Guide to Meetings, Conventions, and Events. Chicago: Professional Convention Management Association (PCMA). Weber K., (2001)
3. Meeting planners' use and evaluation of convention and visitor bureau Vol. 22 pp. 599-606 Zhang H.Q., Leung V., and Qu H., (2007)
4. Introduction to MICE Industry". Property and copyrighted by Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization) 2016

*Axrorova Nilufar Uktamovna,
Tayanch doktorant, "Ipak yo'li" turizm va madaniy
meros xalqaro universiteti*

DUNYO MIQYOSIDA TALABA VA YOSH SAYYOHLARNING OQIMIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR

Annotatsiya: Butun dunyo bo'ylab sayohat qilish madaniyati shakllangani sari sayyohlarning yoshi ham yosharib bormoqda. Asosan, turistik maqsadda tashrif buyuruvchilar orasida yoshlarning ko'payishi turizmning kelajagi ham porloq ekanligidan dalolat beradi.

Mazkur maqolada yosh sayyohlarning sayohat qilishiga turtki bo'luvchi va to'sqinlik qiluvchi omillar haqida gap boradi.

Kalit so'zlar: talaba va yosh sayohatchilar, yoshlar turizmi, turistik omillar.

Yoshlar turizmi turizm dunyosining eng istiqbolli sohalaridan biri sifatida e'tirof etilgan bo'lib, uning tendensiyasi talaba va yoshlar sayohatlarining ortib borayotgani bilan turizmni rivojlantirish uchun yuqori salohiyatga ega. Shubhasiz, ko'plab imkoniyatlar va omillarni hisobga olgan holda, yosh sayohatchilar orasida bo'sh vaqtlari va dam olish kunlarida sayohat qilish yoki yangi joylarga tashrif buyurish istagi yuqori o'rinda turadi. Transport, arzon va shinam yotoqxonalar, onlayn bronlash tizimlari va turli maqsadlarda rivojlanishi eng yuqori cho'qqiga ko'tarilayotgani sababli sayohat qilish yoshlar uchun odatiy holga aylandi. Ammo yoshlar turizmini sezilarli darajada rivojlantirishda muhim rol o'ynagan alohida omillar mavjud. Yosh sayohatchilar sonining ko'payishi turizmning yuqori rivojlanish sur'atlarini ko'rsatishi mumkin, ammo bu hozirgi holat alohida motivatsion omillardan kelib chiqadi.

Pastdagi chizmadan ko'rinib turibdiki, transportning arzon narxlari yoshlarni yangi manzillariga yaqinlashtirishga muvaffaq bo'ldi, ya'ni yoshlar kam budjet bilan ham oson sayohat qilish imkoniyatiga ega bo'lishlari mumkin. Shuningdek, Rough Guide va Lonely Planet kabi sayohat qo'llanmalari ularga boshqa vositachilar uchun pul sarflamasdan sayohat qilishlariga yordam beradi. Qisqa muddatli mehnat shartnomalari tufayli ular sayohat qilish uchun yetarli vaqt ajratishlari mumkin.



1-chizma. Yoshlar turizmini rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar. Manba: Global Report Power of Youth Travel 2016.

Umuman olganda, aholi sonining ko'payishi, ularning daromadlari, jamg'armalari, muayyan mintaqaga boriladigan joyning siyosati, infratuzilmasi butun turizm tendensiyalarining nafaqat barcha jabhalarda, balki yoshlar turizmi segmentida ham gullab-yashnashiga ta'sir qilishi mumkin. Aniqroq yondashganda, talabalar va yoshlar sayohatlarining asosiy motivatsiyasi va omillarini hisobga olish kerak.

Yoshlar sayohatiga ikki xil omil ta'sir qiladi (Richards Greg, Wilson Julie, 2003):

a) yoshlar sayohatini rivojlantirishga yordam beradigan omillar ikkiga bo'linadi: *odatiy omillar* (demografik, daromadlar, turistik mahsulot uchun xarajatlar va tariflar, turistik taklif, urbanizatsiya, dam olish, texnik taraqqiyot) va *o'ziga xos omillar* (ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlar va moliyaviy xususiyatlar, oila resurslari, bilim yetishmasligi);

b) faoliyatning uzluksiz rivojlanishiga *to'sqinlik qiluvchi omillar*, masalan, cheklangan pul resurslari va oilaning ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlari, bo'sh vaqtning

yetishmasligi, turistik muassasalarning takliflari bo'yicha ma'lumotning yetishmasligi, til to'siqlari va boshqalar.

1-jadval. Omillar tarkibi.

Umumiy omillar	Maxsus omillar
• demografik • daromadlar • turistik mahsulot narxlar va tariflari • turizm taklifi • urbanizatsiya • bo'sh vaqt • texnik taraqqiyot va boshqalar	• oilaning ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlari • oilaning moliyaviy imkoniyatlari • yetarlicha axborotning mavjud emasligi va boshqalar

Manba: Xalqaro talabalar sayohatlari konfederatsiyasi (ISTC –The International Student Travel Confederation)

Yoshlar sayohatiga ta'sir etuvchi asosiy omil bu *demografik omil* hisoblanadi, bularga asosan aholi dinamikasi, shuningdek, uning tarkibi, kasb-hunari va boshqa xususiyatlari bo'yicha o'zgarishlar kiradi. Aholining o'zi turistik taklifning rivojlanishi uchun asosiy manba bo'lishi mumkin, ammo hozirgi turistik takliflarning zamonning tezkor rivojlanishiga javobi hatto iqtisodiy rivojlangan hududlarda ham sekin deb qaraladi, chunki bunday rivojlanishga tezkor javob uchun muntazam ravishda o'rganish va mos turistik taklif shakllantirish uchun ko'proq vaqt kerak bo'ladi.

Yoshlar dunyo aholisining 30-35 foizini tashkil qiladi va bu qatlamda bo'sh vaqt ko'proq, turistik sayyohlarning katta qismini tashkil qiladi. Ushbu segment ajdodlaridan ko'ra erta yoshlaridan sayohat qilishni juda xohlaydigan yoshlardan iborat. Bundan tashqari, ular guruhlarda yoki yakka tartibda sayohat qilishlari mumkin, shuningdek, boshqalarga tanish bo'lmagan yoki kamroq ma'lum joylarni kashf qilishda yordam berishlari mumkin (Richards, Greg 2007).

Yoshlarning *daromadlari* turizmga bo'lgan asosiy talab bo'lib, daromadlarning o'sishi turizm xarajatlarining oshishiga olib keladi. Aholi daromadlari oshishi mamlakatning moliyaviy va ijtimoiy o'sish darajasini hamda bilvosita tarzda turizm imkoniyatlarining ham oshishini ko'rsatadi. Shunday qilib, aholi daromadlarining o'sishi moliyaviy o'sish natijasi sifatida qaraladi, eng muhimi, yalpi ichki mahsulot mintaqadagi turizm salohiyati bilan birga aholi iste'moliga bevosita ta'sir qiladi. Yosh avlod sayohatga, yangi joylarni boshdan kechirishga, yangi sarguzashtlarga jalb qilinganligi sababli, moliyaviy ahvoli cheklangan bo'lsa ham, ularning budjet darajasi ularning yashash muddati, masofa, tanlangan xizmat, tashkiliy yoki uyushmagan bo'yicha tanloviga ta'sir qilishi mumkin. Muayyan vaqt davomida pulni tejash natijasida ushbu kam budjetdan kelib chiqib, xarajatlarni ikir-jikir hisoblagan holda o'z sayohatlarini tartibga soladilar. Ular oldindan jamg'arishni boshlaydilar, garchi ular odatda o'z ta'tillarida uzoq sayohatlarga chiqishsa ham, ular boshqa turdagi turistlarga qaraganda kamroq pul sarflashadi, chunki ular eng arzon yotoqxonaga murojaat qilishadi, manzilga borish uchun eng arzon transport usullarini qidiradilar. Qolaversa, ular qaysidir ma'noda o'z budjetlarini o'z oilalari yoki qarindoshlaridan qarz olish orqali to'ldirishlari mumkin, bu esa sayohatchi yoshlar daromadining yana bir xususiyatidir.

Narxlar va tariflar – transport, turar joy, oziq-ovqat va ichimliklar, dam olish yoki ko'ngilochar kabi turizm tarkibiy qismlari orqali turizmning rivojlanishiga sabab bo'lishi mumkin bo'lgan yana bir omilni ko'rsatadi. Yuqori narxlarni belgilash ko'plab sayyohlarni, ayniqsa, yoshlarni sayohat qilishdan cheklashga olib keladi. Shuningdek, o'z navbatida, past narxlar yuqori talabni, uzoq vaqt tunab qolishni imkonini beradi. Shunga qaramay, past narxning salbiy tomoni turistik xizmatlarning sifati pastligini ko'rsatishi ham mumkin. Ammo talabalar va yoshlar uchun turli xil vaucherlar va to'liq chiptalarni yaratish O'zbekistonda yosh sayohatchilar sonining ko'payishiga turtki bo'lishi mumkin.

Turistik taklif – yoshlar turizmini rivojlantirishning yana bir omilidir, ya'ni turistik muassasalarning turistik paketlari har tomonlama yosh sayohatchilarning xohish-istaklarini qondira olsa, bu yo'nalishda turistik oqimning yuqori darajasini ko'rish mumkin. Ushbu shartga

erishish uchun turoperatorlar bozorning yetuklashishi va tajribali sayohatchilar o'zlarining turistik tashuvchilarining yangi bosqichiga kirishishlari sababli yosh sayyohlar talablarini qondirish uchun yangi mahsulotlarni ishlab chiqishlari kerak. Yoshlar turizmining ahamiyatini inobatga olib, imtiyozli turpaketlarni shakllantirish O'zbekistonda ajralmas vazifalardan biridir. O'zbekistondagi asosiy to'siqlardan biri turoperatorlar tomonidan maktab o'quvchilariga dam olish kunlari sayohat qilish uchun takliflarning yo'qligidir. Shunday qilib, bozorni kerakli turlar bilan ta'minlash haqiqatan ham ushbu turdagi turizmni rivojlantirishga yordam beradi.

Bo'sh vaqt sayohatchilarning turistik joyda qolish muddatiga ta'sir qiladi. Uzoq muddatli ta'tillar, haq to'lanadigan ta'tillar, dam olish kunlari va xalqaro, milliy yoki diniy bayramlar bo'sh vaqt va sayohatga chiqish uchun sababdir. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, odamlarning bo'sh vaqtining qariyb 30 foizi turistik maqsadda sarflanadi, bu hozirgi vaqtda boshqa dam olish turlari, masalan, sport va uyda o'tkaziladigan mashg'ulotlar bilan raqobatlashadi.

Yoshlar turizmining ahamiyatini inobatga olib, imtiyozli turpaketlarni shakllantirish O'zbekistonda ajralmas vazifalardan biridir. O'zbekistondagi asosiy to'siqlardan biri turoperatorlar tomonidan maktab o'quvchilariga dam olish kunlari sayohat qilish uchun takliflarning yo'qligidir. Shunday qilib, bozorni kerakli turlar bilan ta'minlash haqiqatan ham ushbu turdagi turizmni rivojlantirishga yordam beradi deb o'ylaymiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Wearing, S., and Neil, J. (2001). Expanding Sustainable Tourism's Conceptualization: Ecotourism, Volunteerism and Serious Leisure. In S.F. McCool and R.N. Moisey, eds. *Tourism, Recreation and Sustainability, Linking Culture and the Environment*, pp.233-255. New York: CABI Publishing.
2. Axrorova, N. (2023). O'zbekistonda yoshlar turizmini rivojlantirish yo'llari. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ* (buxdu. uz), 33(33).
3. Omonova, N. R., & Isokova, G. S. (2022). The significance of interactive methods in teaching in Higher Education. *Science and Education*, 3(12), 661-666.
4. Uktamovna, A. N. (2023). THE DIFFERENCES AND CHARACTERISTICS OF YOUNG TRAVELLERS. *International journal of advanced research in education, technology and management*, 2(5).
5. Akhrorova, N. (2023). THE ROLE OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM AND TRAVEL. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ* (buxdu. uz), 34(34).
6. Axrorova, N. (2021). The Conceptual Clarifications Of Youth Travel And Tourism In The Case Of Uzbekistan. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ* (buxdu. uz), 8(8).
7. Sayfullayeva M.S. (2023). Methodology of providing a balance between environmental and economical aspects of tourism: sustainable tourism experience. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ* (buxdu. uz). 120-123
8. Nilufar, O., & Hamroev, H. R. (2021, March). MEDICAL TOURISM: PROBLEMS AND POTENTIALS OF UZBEKISTAN. In *Euro-Asia Conferences* (Vol. 3, No. 1, pp. 34-37).
9. Zulhaimi, N., Halim, M. S. A., & Zawawi, M. M. A. (2018). The Motives of Volunteerism Involvement in the Tourism Sector. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(6), 290–304.
10. Axrorova, N. (2023). THE ROLE OF GEO INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ* (buxdu. uz), 33(33).
11. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54)), 43-45.
12. Sayfullayeva, M. S. (2022). Directions for the Practice of Sustainable Tourism for Ecotourism Destinations in Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(12), 98-109.

13. Omonova, N. R. K., & Djurayeva, N. B. (2021). AN OVERVIEW OF HEALTH TOURISM WITHIN THE CONTEXT OF UZBEKISTAN'S TOURISM STRATEGY. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 1(11), 754-759.
14. Julie Jie Wen (2019). The Impact of Volunteer Tourism: Case Study of Meixian Team. *International Journal of Social Sciences*, Vol. VIII(1), pp. 81-94., 10.20472/SS.2019.8.1.007.
15. Akhrorova, N. U. (2022). Swot Analysis in Youth Tourism Development Strategies for Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(12), 26-33.
16. Chapman David. Director General. WYSE Travel Confederation 18 October 2016 | World Tourism Conference. New Horizons III Executive summary, Agobal study of the youth and student traveller. P. 5. 7. Global Report on The Power of Youth Travel. Affiliate members report. Volume thirteen.
17. Axrorova, N. (2023). YOUTH TOURISM AND COVID-19 PANDEMIC. *ЇЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 33(33).
18. Nilufar, O., & Hamroev, H. R. (2021, March). MEDICAL TOURISM: PROBLEMS AND POTENTIALS OF UZBEKISTAN. In *Euro-Asia Conferences (Vol. 3, No. 1, pp. 34-37)*.
19. Sayfullayeva M.S. (2023). The efficiency of digitalization in promoting sustainable tourism in Uzbekistan. *ЇЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*. 498-503.
20. Axrorova, N. (2023). TA'LIM SIFATINI YAXSHILASHDA XALQARO KREDIT MOBILIGINING ROLI. *ЇЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 33(33).

Bekzod Sherzodovich Sharipov

Ziyorat turizmi mutaxassisligi 1-kurs magistranti.

Nutfillo Salimovich Ibragimov

Turizm va mehmonxona xo'jaligi kafedrası mudiri

Buxoro Davlat Universiteti

INKLYUZIV TURISTIK HUDUD TARG'IBOTIDA VEB KONTENTLARINING O'RNİ

Annotatsiya: Ushbu ilmiy maqolada turizm xizmatlari va turistik hududlar targ'ibotida global tarmoqdan foydalanish imkoniyatlari tahlil qilinib, muallif tomonidan ishlab chiqilgan nogironligi bor insonlar uchun inklyuziv turizm kontentini yaratish bosqichlari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, inklyuziv turizm kontentining turistik hududga turistlarni jalb qilish modeli taklif qilingan hamda izlanishlar natijasida muhim xulosalar chiqarilib, aniq takliflar o'rta tashlangan.

Kalit so'zlar: internet tarmog'i, inklyuziv turizm, kontent, turistik destinatsiya, potensial turist, inklyuziv kontent, inklyuziv infratuzilma

Prezident Shavkat Mirziyoyev raisligida 2023-yilning 29-mart kuni mamlakatimiz turizm salohiyatini jadal rivojlantirish yuzasidan o'tkazilgan videoselektor yig'ilishida turizm salohiyatini oshirish bo'yicha yangi tizim joriy qilinishi ta'kidlandi. Viloyatlarga ularga birlashtirilgan 11 ta oliygoh bilan hamkorlikda ishlab, turizm obyektlari to'g'risidagi kontentni boyitish vazifasi yuklatildi. Jumladan, quyidagi vazifalarning ijrosi muhim ekanligi alohida qayd etib o'tildi:

— 31 ta tuman va ulardagi 143 ta turizm mahallasining tarixi, yodgorliklari va turistik obyektlari kontentini yaratish;

— ular asosida kamida 12 ta tilda turistik paketlar ishlab chiqish;

— turizm, iqtisodiyot, tarix, geografiya, servis, xorijiy tillar yo'nalishlarida o'qiyotgan talabalarning kamida 2 oylik amaliyoti shu tumanlarda tashkil etish.

Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra dunyo aholisining 15 foizini nogironligi bor insonlar tashkil etadi. Milliarddan ziyod nogironligi bor kishilar yer yuzida istiqomat qilishini inobatga olgan holda, insonlar nogironlikning turli ko'rinishlaridan aziyat

Kamolov. X.Z	Turistik hududlarning rivojlanishida transport xizmatlarining roli	81
Ruziyeva M.T., Abdullajonov A. T	O'zbekiston iqtisodiyotida mice turizmining mintaqaviy rivojlanishi va tutgan o'rni	83
Ruziyeva. M T., Shernazarov G'.Sh	O'zbekiston respublikasida turizm sohasida olib borilayotgan ishlar va ularning istiqbollari	85
Xodjayev. A.R	Raqamli marketing strategiyalarining o'zbekistonda turistlar xulq-atvoriga ta'sirini tahlil qilish yo'llari	88
Nimatov. I.X	Mehmondo'stlik industriyasida turistlarni motivlashtirish jarayonlarini boshqarishning xorij tajribasi va ulardan o'zbekistonda foydalanish imkoniyatlari	90
Салимова. С.Ф., Юсупова. С	Перспективы развития гидовой деятельности для страны	96
Karimov. E	Conceptual aspects of events in tourism: evolution and characteristics	98
Kuvandikov. A.R	Example of thailand convention and exhibition bureau (tceb) as a tool of increasing attractiveness of destination based on M.I.C.E tourism	100
Axrorova. N.U	Dunyo miqyosida talaba va yosh sayyohlarning oqimiga ta'sir qiluvchi omillar	103
Bekzod. Sh. Sh., Ibragimov.N.S	Inklyuziv turistik hudud targ'ibotida veb kontentlarning o'rni	107
Jafarova. Kh.Kh	Conservation and promotion of bukhara's historical center using digital technologies	113
Мукумова. Н.Н	Использование искусственного интеллекта в высшем образовании	115
Yorieva. D.O	Innovatsion marketingning bozor iqtisodiyotidagi o'rni	120
Содиқова. Н. Т	Тадбиркорлик соҳасини малакали кадрлар билан таъминлашнинг асосий йўналишлари	122
Таджиддинов. Д. Ш	Привлечение инвестиций в сферу туризма в Узбекистане	128
Radjabova. M. A	O'zbekiston hududlarida etnografik turizmni rivojlantirish imkoniyatlari	131
Ruzieva. Z. S., Khurramov. O. K	Ways to effectively use internet marketing opportunities in the development of tourism	134
Ro'ziyeva. Z. S	Turizmni rivojlantirishda internet marketing imkoniyatlaridan samarali foydalanish yo'llari	138
Murodjon. U. E., Iroda A. S	O'zbekiston turizm salohiyati iqtisodiyotning ertasi	143
Эргашева. А. Ф	Роль государственных привилегий в поддержке ремесел	146
Mahmudova. N. O'	Ta'lim turizmi xizmatlari bozorining xalqaro ko'lami	148
Muxtarov. Sh.K	Oliy ta'lim tizimini strategik boshqarishda xorijiy tajribalar va ularni o'zbekistonda qo'llash imkoniyatlari	152
O'roqova. D. B., Abdullayev.N. X	Tibbiy turizmning nazariy asoslari va asosiy yo'nalishlari	156
Abdullayeva. H. N., Nurnazarova R. N	Turizmga ta'lim, milliy urf-odatlar va xunarmandchilikni takomillashtirish omillari	159
Abdullayeva H	Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlikni rejalashtirishning nazariy-uslubiy asoslari	161