

***“Таълим, иқтисодиёт ва туризм соҳаларида
стратегик ислоҳотларни амалга ошириш
муаммолари ва ечимлари” мавзусидаги халқаро
илмий-амалий конференция***

***International Scientific and Practical
conference on “Problems and solutions for implementing
strategic reforms in education, economy and tourism ”***

***Международная научно-практическая
конференция на тему “Проблемы и пути решения
реализации стратегических реформ
в образовании, экономике и туризме”***

**МАҚОЛАЛАР ТЎПЛАМИ
CONFERENCE PROCEEDINGS
СБОРНИК СТАТЕЙ**



“Таълим, иқтисодиёт ва туризм соҳаларида стратегик ислоҳотларни амалга ошириш муаммолари ва ечимлари” мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция мақолалар тўплами. 2019 йил 20 феврал. -Бухоро: 2019.

Мазкур тўпланда 2019 йил 20 феврал куни Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи ва Бухоро давлат университети Туризм кафедраси билан ҳамкорликда ўтказилган “Таълим, иқтисодиёт ва туризм соҳаларида стратегик ислоҳотларни амалга ошириш муаммолари ва ечимлари” мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференциянинг мақолалари акс эттирилган.

Анжуман тўпамидан Олий ва ўрта махсус, касб-ҳунар таълими, умумтаълим мактаб ўқитувчилари, катта илмий ходим, мустақил тадқиқотчи ва изланувчилар, магистр ва бакалавр талабалари, ўрта махсус, касб-ҳунар таълими ўқувчилари фойдаланишлари мумкин.

Масъул муҳаррирлар:

Б.С.Исомов – Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи, и.ф.н., доцент

С.С.Хўжаев – Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи директори

Д.Ш.Явмутов – Бухоро давлат университети, и.ф.н., доцент

Ташкилий қўмита:

1. Б.Н. Наврўз-зода – БухДУ Туризм кафедраси профессори, и.ф.д.
2. А.Т. Жўраев – БухДУ Туризм факултети декани, и.ф.н., доцент.
3. Ҳ.Р.Ҳамроев – БухДУ Туризм кафедраси, и.ф.н., доцент.
4. С.У.Тожиева – БухДУ Туризм кафедраси мудир, и.ф.н., доцент.
5. М.М.Таирова – БухДУ Иқтисодиёт кафедраси доценти, и.ф.н.
6. М.Ҳ.Қиличов – БухДУ Халқаро алоқалар бўлими бошлиғи
7. О.К.Хуррамов – БухДУ Туризм кафедраси катта ўқитувчиси
8. Э.А.Фарманов – БухДУ Туризм кафедраси ўқитувчиси
9. М.М.Аслонов – Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи директор ўринбосари
10. Қ.Х.Бобомуродов – Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи директор ўринбосари

Мазкур тўпламга киритилган мақолаларнинг мазмуни, ундаги статистик маълумотлар, саналарнинг тўғрилигига ҳамда танқидий фикр-мулоҳазаларга муаллифларнинг шахсан ўзлари масъулдир.

- Qurolli kuchlarda, milliy xavfsizlik xizmati va ichki ishlar organlari va qo'shinlarida xizmatni o'tayotgan shuningdek, muqobil xizmatni o'tayotgan fuqarolar;
- ishlab chiqarishdan ajralgan holda ta'lim olayotgan fuqarolar;
- qonun hujjatlariga muvofiq, faoliyat olib borayotgan jamoat birlashmalari va diniy muassasalarda ishlayotgan fuqarolar.

Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi «Mehnat Kodeksi»ga muvofiq, quyidagi sabablarga ko'ra, vaqtinchalik ish joyida bo'lmagan fuqarolarning ish joyi saqlanib qoladi va ular quyidagi holatlarda ish bilan ta'minlangan, deb hisoblanadilar:

- davlat va jamiyat vazifalarini bajarayotgan vaqtda;
- ish beruvchi va mehnat jamoasi manfaatlariga oid vazifalarni bajarganda;
- jamiyat manfaatlariga doir xarakamlar qilganda.

Aholini hisobga olishning amaliy ehtiyoji ish bilan ta'minlashning turlarini ajratib ko'rsatish zarurligi nazarda tutadi. Masalan, to'liq, oqilona va erkin tanlangan ish bilan ta'minlash bo'ladi. To'liq ish bilan ta'minlash—bu kasbga oid mehnat bilan ta'minlash bo'lib, ushaxsga daromad keltiradi va o'zi, hamda, oilasining munosib turmush kechirishga sharoit yaratadi. Aholini ish bilan oqilona ta'minlash ishchi kuchiga talab va taklif o'rtasidagi muvozanatiga erishishni bildiradi.

Erkin tanlangan ish bilan ta'minlash shuni nazarda tutadiki, o'zining mehnat qilishga bo'lgan qobiliyatiga (ish kuchiga) egalik qilish huquqi faqat uning egasiga, ya'ni xodimning o'ziga tegishli. Mazkur tamoyil har bir xodimning ish tanlashida to'g'ri yo'l tutishini, har qanday ma'muriy tarzda ishga jalb qilishni taqiqlashni kafolatlaydi. Ish bilan ta'minlash munosabatlarini iqtisodiy, ijtimoiy va demografik jarayonlar taqozo etadi. Uning iqtisodiy mazmunini xodim uchun o'z mehnati bilan o'ziga munosib tarzda yashashni ta'minlash, ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligining o'sishiga yordam berish imkoniyatida o'z ifodasini topadi. Ijtimoiy mazmun shaxsning tarkib topishi va rivojlanishida ifodalanadi. Demografik mazmun ish bilan ta'minlash aholining yosh va jinsiy xususiyatlari, uning tarkibi va boshqalar bilan bog'liqligini aks ettiradi.

Aholini hisobga olishning amaliy ehtiyoji ish bilan ta'minlashning turlarini ajratib ko'rsatish zarurligi nazarda tutadi. Masalan, to'liq, oqilona va erkin tanlangan ish bilan ta'minlash bo'ladi. To'liq ish bilan ta'minlash—bu kasbga oid mehnat bilan ta'minlash bo'lib, ushaxsga daromad keltiradi va o'zi, hamda, oilasining munosib turmush kechirishga sharoit yaratadi. Aholini ish bilan oqilona ta'minlash ishchi kuchiga talab va taklif o'rtasidagi muvozanatiga erishishni bildiradi. Erkin tanlangan ish bilan ta'minlash shuni nazarda tutadiki, o'zining mehnat qilishga bo'lgan qobiliyatiga (ish kuchiga) egalik qilish huquqi faqat uning egasiga, ya'ni xodimning o'ziga tegishli. Mazkur tamoyil har bir xodimning ish tanlashida to'g'ri yo'l tutishini, har qanday ma'muriy tarzda ishga jalb qilishni taqiqlashni kafolatlaydi. Ish bilan ta'minlash munosabatlarini iqtisodiy, ijtimoiy va demografik jarayonlar taqozo etadi. Uning iqtisodiy mazmunini xodim uchun o'z mehnati bilan o'ziga munosib tarzda yashashni ta'minlash, ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligining o'sishiga yordam berish imkoniyatida o'z ifodasini topadi. Ijtimoiy mazmun shaxsning tarkib topishi va rivojlanishida ifodalanadi. Demografik mazmun ish bilan ta'minlash aholining yosh va jinsiy xususiyatlari, uning tarkibi va boshqalar bilan bog'liqligini aks ettiradi.

REKLAMA KOMMUNIKATSIYASINING AHAMIYATI VA ASOSIY ELEMENTLARI

Axmedov A.A., BuxDU, 4-kurs talaba

Ilmiy rahbar: Dilmonov Q.B.

Bozor munosabatlari sohasida kommunikatsiya deyilganda, umumiy ma'noda, murojaatni ma'lumot manbaidan uni qabul qiluvchiga muayyan kanal orqali uzatish anglashiladi. Shundan kelib chiqib, reklamaga (haqli ravishda) reklama beruvchi va potentsial iste'molchi o'rtasidagi aloqalarning maxsus sohasi sifatida baho berish mumkin.

Reklama kommunikatsiyasi uning boshqa turlaridan, umuman olganda, hech nimasi bilan

farqlanmaydi. Reklama kommunikatsiyasining o'ziga xos jihatlari ko'proq reklama bajaradigan vazifalar bilan belgilanadi: iste'molchiga ta'sir etish orqali axborot yo'llovchining muayyan marketing vazifalarini amalga oshiradi.

Reklama kommunikatsiyasi sxemasining asosiy unsurlari haqida qisqacha to'xtalib o'tamiz. Birinchi navbatda diqqat markazida doim reklama axborotini qabul qiluvchi (adresat)ning turishini takidlash lozim. Boshqa barcha unsurlarning asosiy belgilari - kodlashtirishdan tortib to aks aloqagacha - murojaat qaratilgan auditoriyaning xususiyatlari bilan tavsiflanadi (yoki tavsiflanishi kerak).

Axborot yo'llovchi (komunikator) - reklama murojaatini adresatga yuboruvchi tomondir. Reklama kommunikatsiyasida kodlashtirish deyilganda matnlar, ramzlar va obrazlar ko'rinishida adresatga uzatilayotgan ma'lumotning kommunikatsiya g'oyasini tasavvurga jo qilish jarayoni tushuniladi.

Reklama axborotlarini yo'llashda uning eng maqbul kanalidan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Kommunikatsiya kanali jo'natilayotgan signalni kodlashtirishdan boshlab uni adresat qabul qilib olgunga qadar kechadigan kommunikatsiya jarayonining barcha ishtirokchilari va ma'lumot tashuvchilarni birlashtiradi. Reklama kommunikatsiyasida qabul qiluvchi muayyan kishilar - reklama qaratilgan auditoriyadir. Odatda reklama qaratilgan auditoriya tushunchasi komunikator firmaning maqsadi qaratilgan bozor tushunchasiga mos keladi. Biroq ba'zi hollarda ushbu tushunchalar orasida sezilarli farqlar vujudga kelishi mumkin. Aks javob qabul qiluvchilarning murojaat bilan aloqaga kirishuvlari natijasida yuzaga keladigan javob harakatlari majmuini tashkil etadi. Tabiiyki, komunikator reklama xabarini qabul qiluvchidan reklama qilinayotgan tovarni xarid qilishini kutadi. Aks aloqa aks javobning qabul qiluvchi tomonidan yo'llovchi e'tiboriga taqdim etilayotgan qismini tashkil etadi. Aks aloqa elementlari sifatida qabul qiluvchilarning komunikatorga qo'shimcha ma'lumot uchun murojaati, reklama qilinayotgan tovarni ishlatib ko'rish, uning ko'plab o'xshash markalar ichidan tanib olinishi, esda saqlanib qolishi va boshqalar ko'rib chiqilishi mumkin. Psixologik to'siqlar kommunikatsiya jarayonida ishtirok etuvchi kishilarning atrof borliqni turli darajada idrok etishlari natijasida yuzaga keladi.

Aynan bir xil signallar har xil odamlarda turlicha hissiyotlarni uyg'otishi mumkin. Semantik to'siqlar qabul qiluvchi tomonidan ancha erkin talqin etiluvchi ba'zi tushunchalarning ko'p ma'noliligi natijasida paydo bo'ladi.

Masalan, kichkina buyurtma, aytaylik, bir firma uchun jamlovchi qismlar, boshqa firma (mahalliy ta'mirlash ustaxonasi) uchun juda katta hisoblanadi.

Bozor munosabatlari taraqqiyotining ilk bosqichlarida, farovon bozor ("sotuvchi bozor") sharoitlarida, eng ko'p foydaga erishish tovarning taklif ko'lamini oddiy kengaytirish orqali ta'minlanadi. O'z navbatida bu ishlab chiqarishni tez sur'atda rivojlantirish zaruriyati va talabini keltirib chiqaradi va buning natijasida ishlab chiqarilayotgan va sotilayotgan tovar miqdori oshadi. Bu asosiy tamoyillarning barchasi ishlab chiqarishni takomillashtirish kontsepsiyasiga mos keladi. Mazkur kontsepsiya tizimida reklama unchalik ahamiyatga ega emas, chunki tovar taqchilligi sharoitida ishlab chiqaruvchi iste'molchi bilan tijorat aloqalarini yo'lga qo'yish ehtiyojini sezmaydi.

Bozor munosabatlarini rivojlantirishda sifat jihatidan yangi bosqichga qadam tashlash "xaridor bozori"ga o'tish vaqtida, ya'ni, taklif talabdan ustun turgan sharoitda kuzatiladi. Bozorning ushbu turi xaridorga tanlash imkoniyatini beradi. Bunday vaziyatda sotish muammosi birdan keskinlashadi.

Tovarni takomillashtirish kontsepsiyasining mohiyati ishlab chiqarilayotgan tovarning sifat ko'rsatkichlarini yaxshilash hisobiga raqobatdagi ustunlikni ta'minlashdan iboratdir. Bu kontsepsiya tizimida ham reklamaga ikkinchi darajali, yordamchi o'rin ajratilgan. Bunda iste'molchining o'zi yuqori sifatli tovarlarni ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi bilan aloqa o'rnatishdan manfaatdor ekanligi nazarda tutiladi.

Tijorat sa'y-harakatlarini jadallashtirish kontsepsiyasi, aksincha, reklamaga markaziy o'rinlardan birini ajratadi. Tadbirkorlik faoliyatining asosiy kuchi tovarni xaridorga "o'tkazish, tiqishtirish"ga sarflanadi. Bozor faoliyatini boshqarishda mazkur yo'nalishga aloqador to'g'ridan to'g'ri sotish, sotishga undovchi vositalarni ko'paytirish bilan bir qatorda tajovuzkor reklama ham tovarning

sotilishini ta'minlashga xizmat qiladi. "Reklama savdoning dvigatelidir" degan iboraning paydo bo'lishi masalaning aynan shu tomoni bilan bog'liq.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Хуррамов О. Особенности использования маркетинговых инструментов в социальных медиа // *Alatoo Academic Studies*. – 2016. – №. 2. – С. 236-249.
2. Inoyatova S., Khamidov O., Nigmonov A. Evaluation of Online Hotel Booking Services in Uzbekistan // *International conference on Eurasian economies*. – 2018. – С. 20-28.
3. Sobirov B. et al. Rates of Tourism Competitiveness under the Categorical Apparatus of Tourism Industry through Theoretical Bases of Formation, Analyses of Uzbekistan // *J Tourism Hospit*. – 2016. – Т. 5. – №. 256. – С. 2167-0269.
4. Bakhtiyorovich D. K., Shuhratovich H. S. An important factor in economic prosperity // *World science*. – 2016. – Т. 2. – №. 5 (9). – С. 18-21.
5. Davlatov S., Dilmonov K. Impact of investment in education on economic growth // *2nd Student Conference of MDIS Tashkent*. – 2017. – С. 7.
6. Kayumovich K. O., Ablaqulovich I. G., Matlubovich T. O. Agrarian reforms in Uzbekistan: resources and results // *Trends in Economics and Management for 21th Century: inter. conf.* – 2012.
7. Дилмонов К. Б. Важности интернета в сфере индустрии туризма // *Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России*. – 2017. – С. 216-222.
8. Sobirov B. B. et al. The role of social media, user generated platforms and. – 2015.
9. Hamidov O. H. Improving the management mechanism for the development of ecotourism in Uzbekistan // *Doctor of Science (DSc) diss. abstracts. Samarkand*. – 2017.
10. Inoyatova S., Khamidov O., Nigmonov A. Evaluation of Online Hotel Booking Services in Uzbekistan // *International conference on Eurasian economies*. – 2018. – С. 20-28.
11. Dilmonov K. B. Tourism-the effective industry of the country's economy // *Конференциум АСОУ: сборник научных трудов и материалов научно-практических конференций*. – Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области Академия социального управления, 2018. – №. 1. – С. 99-102.
12. Тохиров Ж. Р. Применение информационных систем и технологий в сельском хозяйстве // *Аграрная наука-сельскому хозяйству*. – 2016. – С. 297-298.
13. Тухсанов Б. З., Дилмонов К. Б. Наиболее важные вопросы развития экологического туризма // *Актуальные научные исследования в современном мире*. – 2016. – №. 5-3. – С. 13-16.
14. Djuraeva Z. T., Mahmudova N. U., Khurramov O. K. Definitions, principles and main features of ecotourism // *Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования*. – 2016. – С. 783-789.
15. Tokhirov J. R. Role of information systems and technologies in agrarian industrial complex // *Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования*. – 2016. – С. 3575-3579.
16. Kayumovich K. O., Ablaqulovich I. G., Matlubovich T. O. Role of using global network in sphere of service and tourism // *Trends in Economics and Management for 21th Century: inter. conf.* – 2012.

ЗНАЧЕНИЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ ЛИЗИНГА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Болтаева Ш.Б., стар. преподаватель БухГУ

В то время как в нашей стране формируются рыночные отношения в области производства в сельском хозяйстве являющимся основной отраслью народного хозяйства в углублении экономических реформ сфере обслуживания тоже произошли положительные

МУНДАРИЖА / CONTENT / СОДЕРЖАНИЕ

FEATURES OF INCREASING INTERNATIONAL TOURISTS IN UZBEKISTAN <i>Jurayev A.T. Dean of Tourism faculty, Bukhara State University</i>	3
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЮЖНО КОРЕЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ <i>Явмутов Д.Ш., БухГУ, к.э.н., доцент</i>	5
L'IMPACT INDIRECT DU TOURISME : UNE ANALYSE ECONOMIQUE <i>TED AFL, par le Professeur François VELLAS Université de Toulouse</i> <i>3ème réunion des Ministres du Tourisme du T20 FRANCE, Paris,</i>	7
ЎЗБЕКИСТОНДА ЕРНИ ХУСУСИЙ МУЛККА АЙЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ <i>Ҳамроев Ҳ.Р., БухДУ, доцент</i>	8
LA NAISSANCE DE L'ENTREPRISE EN OUZBÉKISTAN ET EN RUSSIE <i>Ivan Samson, Université de Versailles Saint-Quentin, Versailles (UVSQ)</i>	10
ТУРИЗМНИНГ БАРҚАРОР ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШ МОДЕЛИ <i>Навруз-Зода Б.Н., БухДУ, профессор, и.ф.д.</i>	11
CRITÈRES THÉORIQUES ET PRATIQUES DE L'INVESTISSEMENT ET DE LA CROISSANCE <i>Alban Richard, Université de Versailles Saint-Quentin, Versailles (UVSQ)</i>	13
ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ <i>Комилов С.Д. Российско-Таджикский славянский университет, Д.Э.Н.</i> <i>Файзуллаев М.К. Докторант Московского государственного университета</i>	16
ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ВА УЛАРНИ КОРХОНАЛАР ФАОЛИЯТИГА ТАТБИК ЭТИШ МАСАЛАЛАРИ <i>Таuroва М.М. БухДУ, Иқтисодиёт кафедраси доценти</i> <i>Қодирова Н., талаба, БухДУ</i>	19
ANALYSE DE LA MISE EN ŒUVRE DES RÉFORMES ÉCONOMIQUES EN OUZBÉKISTAN ET EN RUSSIE <i>Isomov B.S., Collège de boukhara d'économie bancaire</i>	20
МИНТАҚАВИЙ МЕҲМОНХОНА ИНДУСТРИЯСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА КИЧИК БИЗНЕСНИНГ О'РНИ <i>Tadjiyeva S.U., i.f.n., dotsent</i>	26
КОМПЬУТЕР ТАРМОҚЛАРИДА АХБОРОТЛАРНИ НИМОЙАЛАШ <i>Хо'jayev S.S., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji direktori</i>	28
THE EDUCATION SYSTEM OF UZBEKISTAN <i>Lee Pyong Chol, University of Young Lee, Professor</i> <i>Narziyeva D., Bukhara state University Department of economics</i>	31
ТА'ЛИМ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ ЭТАКЧИ МЕХАНИЗМИ СИФАТИДА ЗАМОНАВИЙ ТАЛАБА <i>Otayev Sh., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	32
ХИЗМАТЛАР СОҲАСИДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИГИНИНГ АҲАМИЯТИ <i>Тохиров Ж.Р., БухДУ, Туризм кафедраси ўқитувчиси</i>	33
E-MAIL MARKETING МОҲИЯТИ ВА АҲАМИЯТИ <i>Saidova F.K., BuxDU, o`qituvchi</i> <i>Yodgorov O.Yo., BuxDU, 4-kurs talaba</i>	36

TA'LIMNI TAKOMILLASHTIRISHDA YANGI O'QITISH USULLARINI JORIY ETISHNING MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH <i>Qutliyeva M.G., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	39
PEDAGOGIK MAHORAT AMALIY VA NAZARIY ASOSLARI <i>Aslonov M.M., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji direktori</i>	41
KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKDA MARKETING TADBIRLARINING ANAMIYATI <i>Sulaymonova G.X., BuxDU, o'qituvchi</i> <i>Andayev J.J., BuxDU, 4-kurs talaba</i>	43
BANK MARKETINGI MOHIYATI VA ZARURLIGI <i>Atamuradova N., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	46
РОЛЬ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ <i>Умеджанова М., Бухарский колледж экономики и банка</i>	48
АЛОҚА ВА АХБОРОТЛАШТИРИШ ХИЗМАТЛАРИ БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИНИНГ МУАММОЛАРИ <i>Одилова F., Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи</i>	49
TA'LIM TIZIMIDA ISLOHOTLAR STRATEGIYASINING AMALGA OSHIRISH MUAMMOLARI <i>Norova X., Toshkent Texnika Universiteti</i>	51
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ И ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ В ТУРИЗМЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА БУХАРСКОГО РЕГИОНА <i>Азимов О.Х. - преподаватель, БухГУ</i>	52
БОЛА ТАРБИЯСИДА БОҒЧА ВА ОИЛА ҲАМКОРЛИГИНИНГ МОҲИЯТИ <i>Алқарова Ф., Т.Н. Қори Ниёзий номидаги Ўзбекистон педагогика фанлари илмий тадқиқот институти</i>	54
РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ УЗБЕКИСТАНА <i>Ходжаева Р.Х., Бухарский академический лицей</i>	55
ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИ МОҲИЯТИ ВА АСОСИЙ БЕЛГИЛАРИ <i>Болтаев Ш.Ш., БухДУ, Иқтисод кафедраси, катта ўқитувчиси</i>	57
BANKLARDA MARKETINGNI TASHKIL ETISH VA XIZMAT TURLARINI TAKOMILLASHTIRISH <i>Axmedova Yu. Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	58
КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК СОҲАСИДА МЕНЕЖМЕНТНИНГ САМАРАЛИ УСУЛЛАРИНИ ҚЎЛЛАШНИНГ АҲАМИЯТИ <i>Истамов А.А., БухДУ, 4-курс талаба</i>	59
РАҚОБАТНИНГ МОҲИЯТИ, ШАКЛЛАРИ ВА УСУЛЛАРИ <i>Дилмонов Қ.Б., БухДУ, катта ўқитувчи</i> <i>Шукуруллоев М.Ғ., БухДУ, 4-курс талаба</i>	62
MENEJMENTNING MUMTOZ STRATEGIC YO'NALISHLARI VA ULARDAN SAMARALIY FOYDALANISH <i>Zoxidova U., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	66
“TALAB, TAKLIF VA BOZOR MUVOZANATI” MAVZUSINI O'QITISHDA GRAFIKLI ORGANAYZERLARDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI <i>Toxirov J.R., o'qituvchi,</i> <i>Abdulahadov Jahongir talaba, BuxDU</i>	67
INNOVATSION MENEJMENTI ASOSLARINING SHAKLLANISHI VA TARIXIY ANAMIYATI <i>Nazarova M., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	70

ТУРИЗМ – ЛОКОМОТИВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ <i>Дедажанов Б., Каримжонов Р., Ташпулатов М.</i> <i>Наманганский инженерно-технологический институт</i>	71
TASHKILOTLARDA MEHNAT RESURSLARIDAN FOYDALANISH <i>Zohidova U.F., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	73
ИҚТИСОДИЙ МУВОЗАНАТЛИК, УНИ ТАЪМИНЛАШ ШАРТ ШАРОИТЛАРИ ВА АНИҚЛАШ УСУЛЛАРИ <i>Қодиров А.А., БухДУ, иқтисод кафедраси катта ўқитувчиси</i>	74
ТУРИЗМ СОҲАСИНИНГ ТАСНИФЛАНИШИ ВА ТУРЛАРИ <i>Ботиров Ш.Ш., БухДУ, 4-курс талаба</i> <i>Илмий раҳбар: Дилмонов Қ.Б.</i>	76
ТУРИСТСКАЯ РЕНТА КАК ФАКТОР САМОРАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ <i>Козырев В.М., МТИ - Россия</i>	79
ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА НА ПРОИЗВОДСТВЕ <i>Атамуродова Н.Т., Бухарский колледж экономики и банка</i>	83
О‘ЗБЕКISTONDA AMALGA OSHIRILAYOTGAN STRATEGIK IQTISODIY ISLOHOTLARNING ENG MUHIM USTUVOR YO‘NALISHLARI <i>Karimova X., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	85
ROLE OF MARKETING RESEARCHES IN STUDYING THE POSSIBILITIES OF MOUNTAIN AND FOOTHILL TERRITORIES <i>Madiyarov G., Ph.D., docent, Madiyarov O.G., student, Mamajonov J., student, Namangan Institute of Engineering and Technology</i>	86
INTERNET MARKETING-ZAMONAVIY MARKETINGNING SAMARALI VOSITASI SIFATIDA <i>Xurramov O.K., BuxDU, katta o‘qituvchi</i> <i>Qosimova H.J., BuxDU, 4-kurs talaba</i>	87
ЗИЁРАТ ТУРИЗМИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ ВА ТУРЛАРИ <i>Шарифова Ш.Ш., БухДУ, ўқитувчи</i> <i>Норқулов Ш.Н., БухДУ, 4-курс талаба</i>	92
HUDUDLARDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI <i>Toirova M.M., BuxDU, Iqtisodiyot kafedra katta o‘qituvchisi</i>	94
ВАЖНЕЙШИЕ УСЛОВИЯ УСКОРЕННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И УЛУЧШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ УЗБЕКИСТАНА <i>Худойбердиева О.К., Бухарский колледж экономики и банка</i>	97
“RAQOBATNING MONIYATI, SHAKLLARI VA USULLARI” MAVZUSINI PEDAGOGIK LOYIHALASHTIRISH VA REJALASHTIRISH YO‘LLARI <i>Toxirov J.R., o‘qituvchi, Negmatov M., talaba, BuxDU</i>	100
БОЗОР ИҚТИСОДИЁТИНИ ТАРТИБГА СОЛИШДА ДАВЛАТНИНГ ИҚТИСОДИЙ РОЛИ <i>Ашурова М.Х., БухДУ, Туризм кафедраси, катта ўқитувчи</i>	103
ICHKI TURIZMNING RIVOJLANTIRISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA UNING JAMIYAT HAYOTIGA TA‘SIRI <i>Xudoybaxshev H.H., BuxDU, 4-kurs talaba</i> <i>Ilmiy rahbar: Dilmonov Q.B.</i>	105

AHOLINI ISH BILAN TA'MINLASHNING MOHIYATI <i>Qo'chqorov N., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	107
REKLAMA KOMMUNIKATSIYASINING AHAMIYATI VA ASOSIY ELEMENTLARI <i>Ahmedov A.A., BuxDU, 4-kurs talaba</i> <i>Ilmiy rahbar: Dilmonov Q.B.</i>	108
ЗНАЧЕНИЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ ЛИЗИНГА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ <i>Болтаева Ш.Б., стар. преподаватель БухГУ</i>	110
KREATIV (IJODIY) IQTISODIYOTDA RIVOJLANISH MUAMMOLARI <i>Jiyanov L., Buxoro muhandislik texnologiya instituti magistri</i> <i>Sharipov M., Buxoro viloyat statistika boshqarmasi bosh mutaxassisi</i>	112
AHOLINI ISH BILAN TA'MINLASH VA ISHSIZLIK MUAMMOLARI <i>Shojonova F., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	114
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI QUROLI KUCHLARI OLDIDAGI VAZIFALAR <i>Axmatov H., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	116
РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ <i>Болтаева М.Ш., старший преподаватель БухГУ</i>	117
ТА'LIM VA TADBIRKORLIK TIZIMLARINI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MASALALARI <i>Davlatova N., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	119
REKLAMA FAOLIYATI VA UNING ASOSIY XUSUSIYATLARI <i>Mavlonova A.I., BuxDU, 4-kurs talaba</i> <i>Ilmiy rahbar: Xurramov O.K.</i>	120
O'ZBEKISTONDA BANDLIK MUAMMOSI <i>Alimova Sh., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	124
ЛИЗИНГ ИМКОНИАТЛАРИНИ КЕНГАЙТИРИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ МОХИЯТИ <i>Имомова С., Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи</i>	125
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISH MANBAALARINI KO'RAYTIRISH YO'LLARI <i>Negmatova D., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	126
ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ МАХСУЛОТЛАРИ МАРКЕТИНГИ ХУСУСИЯТЛАРИ <i>Таuroва М.М., БухДУ, Иқтисодиёт кафедраси доценти</i> <i>Муротова Н.Ў., БухДУ, талаба</i>	128
HOZIRGI ZAMON PSIXOLOGIYA FANINING DOLZARB VAZIFALARI <i>Gadoyeva N., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	130
ZAMONAVIY O'QITISH JARAYONINI TASHKIL ETISH VA UNGA QO'YILGAN TALABLAR <i>Shukurova X., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	131
BUXGALTERLIK HISOBOTINI O'RGANISH MUAMMOLARI <i>Odilova F., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	132
INNOVATSIYA VA INNOVATSION FAOLIYAT <i>Djurayeva D.D., BuxDU, Turizm kafedrasida doktoranti</i>	134
TUROPATORLAR TOMONIDAN XIZMAT KO'RSATISHNI TASHKIL ETISHNING O'ZIGA XOS JIHATLARI <i>Sharifova Sh.Sh., BuxDU, Turizm kafedrasida o'qituvchisi</i>	135