

***“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.

mulohazalar asosida donni yetishtirishga eng yaxshi moslashadigan tumanlar aniqlanadi. Vazirlik ularning ixtisoslashuvini o'zgartirish to'g'risida qaror qabul qiladi va buning uchun u tumanlarni don yetishtirishga ko'chirish rejasini ishlab chiqadi. Tuman rahbarlari toshpiriq olgach, qarorni ishlab chiqarishga tatbiq etish uchun har tomonlama tayyorgarlik ko'radi. Bu yerda asosiy maqsad va vazifa respublika uchun zarur bo'lgan don mahsulotini yetishtirishdir. muammoni aniqlash, vaziyatni va muammoning kelib chiqish sabablarini aniqlashdan boshlanadi.

Vaziyatni aniqlash deganda muammoning kelib chiqish sabablarini tahlil qilish tushuniladi. Qachon vujudga keldi, qancha vaqt bo'ldi, tez-tez takrorlanib turadimi? Muammo asosan, mavjud bo'lgan holatning bo'lishi lozim bo'lgan holatga mos tushmaslik, noaniqlik, sabab va oqibatning aniq bo'lmasligi, bir necha muqobilning mavjudlik standartlardagi noaniqliklar. Vaziyatni tahlil qilish va muammoni aniqlash jarayoni. Muammo quyidagicha tushuncha va tasnifga ega. O'z vaqtida hal qilishdagi zarurlik darajasi, yechish imkoniyati umuman olganda yechimga ega emas. Mazkur sharoitda yechib bo'lmayadi, yechish mumkin. Tarkibiy tuzilishi: tarkiban aniq, bo'laklab-maydalab o'rganish imkoniyati bor. Tarkiban o'rtacha aniqlikda, faqat asosiy qismlarini o'zaro bog'lanishda o'rganish imkoniyati bor. Tarkiban bo'sh va faqat sifat nuqtai nazaridan o'rganish mumkin. Muammoning kelib chiqish sabablari. Chizmadan ko'rinib turibdiki, muammolar, ya'ni ko'zlanmagan holatlar, oldimizga qo'yilgan maqsadning yechimi bo'yicha bo'ladigan harakatlar, ayrim standartlarda mavjud mezonlarning noaniqliklari va nihoyat yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan tasodifiy xatolar tufayli vujudga kelishi mumkin.

Bu muammolarning yechimi qaror modelini ishlab chiqish bilan bog'liq. Qaror modelini ishlab chiqish va maqbul variantni ajratib olish esa mezonlarni tanlash bilan bevosita bog'liq. Mezonlarni tanlash vazifalarning har xil variantlarini muhokama qilish, ularning kuchli va zaif tomonlarini aniqlashdan boshlanadi. Bu masalani hal qilishda taklif qilingan variantlarni iqtisodiy tahlil qilish muhim ahamiyatga ega. Berilgan variantlarni tahlil qilishda matematik, grafik, mantiqiy va boshqa usullar qo'llaniladi. Tanlab olingan variantning maqsadga muvofiqligi va afzalligi iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy, texnik va boshqa mezonlar bo'yicha umumiy tarzda baholanadi.

Adabiyotlar:

- 1.Sharifxo'jaev M. va b. Menejment. T. 2001. 179 b.
- 2.Menedjment: Kratkiy kurs / Avt, - sost. M.I. Basakov. – 3-e., ispr. I dop. – M: «Dashkov i K», 2010. – 46 s.
- 3.Ivan'kov A.E., Ivan'kova M.A. Menedjment: uchebniy minimum. –M.: «Yurisprudensiya», 2011.-22s.

ELEKTRON BIZNESDA MARKETING TADQIQOTLARI AHAMIYATI

Elmurodova S.R., BuxDU, 4-kurs talaba

Ilmiy rahbar: Xurramov O.K.

Internetda marketing faoliyati samaradorligini baholash kompaniya marketing maqsadi bo'lgan narsani baholash muximdir. Strategik vazifa savdo markasini ilgari surish deb belgilangan bo'lsa, bannerga javob berganlar soni emas, maqsadli auditorii tomonidan kurilgan uning namoyishlari sonini hisoblash muximdir. Maqsad sotuvchiarni oshirish bo'lsa, kompaniya samaradorligi utish mikdorining siz taklif etaetgan tovarlarga qiziqkan odamlarga banner ko'rsatilishi mikdoriga nisbat kabi ko'pol baholanishi mumkin. Siz taklif etayotgan tovarlarga qiziqkan server tashrifchilarning foizini so'rov yordamida baholash mumkin. Reklama kompaniyasi samaradorligi to'g'risidagi ma'lumotlarni turli yo'llar bilan olish mumkin, uning shakllanish hisobot chukurligi, aniqligi va batafsilligi kuyilgan talablarga bog'liq bo'ladi. Tahlil usullari orasida quyidagilarni ajratish mumkin.

- texnologik manitoring tomonidan statistiq ma'lumotlar tuplanish va tahlili (hisoblagichlar, log fayllar, panel o'rganishlari, Spy LOA tizimi);
- internet foydalanuvchilari orasidagi sostiologik so'rovnomalar;
- reklama kompaniyalaridan oldin va keyin «fokus guruhlar» o'tkazilishi;
- reklama kompaniyasi davomida va uning tugashi bilan sotuvlar dinamikasini baholash.

Baholashning birinchi ob'ekti – saytga kiruvchanlik. Uning grafigi reklama kompaniyasi o'tish davrida, hamda undan keyingi ma'lum davr ichida odatda shunday ko'rinishda bo'ladi. Reklama kompaniyasi davomidagi o'tish davri undan keyingi davrga nisbatan tez kechadi. O'rtada, lekin reklama kompaniyasiga nisbatan o'rtacha kiruvchanlikning darajasi ancha yuqori bo'ladi. Bunday grafik kompaniya tashrifchilarni jalb etish masalasini muvaffaqiyatli hal etganini anglatadi. Bunday kiruvchanlik samaradorlikni ulchashning adekvoy vositasi emasligini tushunish muxim. Shunga qaramay, u sayt axvolini baholash vositasidir.

Baholashning keyingi ob'ekti – trafik sifati, ya'ni maqsadli tanlashga quyilgan, reklama maydonchasidagi auditoriya adekvatligi darajasi trafik sifatida reklama joylashtirilgan saytlarda tahlil kilinadi, bunda firmaning reklama kompaniyasiga ma'lumotning boshqa manbalari ham jiddiy xissa qo'shishi mumkin, ularda reklama joylashtirilmagan bo'lsa ham. Ayniqsa bu reytinglar va kataloglarni izlash mashinalariga tegishli, chunki izlash mashinalaridan kelgan tashrifchilar orasida boshqa tashrifchilarga nisbatan xaridorlar sezilarli ko'proq.

Trafik sifatini aniqlash reklama kompaniyasi tahlilini majburiy qismi emas, lekin keyingi reklama akstiyalarini o'tkazish uchun zarur. Virtual do'kon uchun trafik sifati mezonini oddiy: buyurtma sahifasigacha kancha ko'p kiruvchilar etib borsa, trafik sifati shunchalik yaxshi ma'lum vaqtdan keyin saytga kaytuvchi foydalanuvchilarni hisobga olgan holda, bunday foydalanuvchilar foizi 60 % gacha etish mumkin. Kontent loyihalar uchun trafik sifati ikki ko'rsatkichlar bilan belgilanadi. Kaytishlar foiz va o'rganishlar chukurligi bilan. Xar bir alohida holda, sifatning kaysi ko'rsatkichi kata rol uynashni aniqlash uchun resursning eksport baholashni o'tkazish kerak. Trafikni tahlil qilishning usulologik eng oddiy texnologiyasi xitlar sonining tashrifchilar soniga nisbati kabi hisoblanuvchi tashrifchilarning shartli faolligini hisoblashdir. Aniqroq usul – ma'lum, manbadan kelgan tashrifchilar marshrutlarini o'rganishdir. Uchinchi usul – ma'lum saytdan kelgan tashrifchilar yo'llarini aniqlash, bunda ularning borgan vaqt oraliqida saytga kaytishlari hisobiga olinadi.

Uzoq muddatli munosabatlar zamonaviy marketingi jihatidan doimiy auditoriyani baholash foydali – ma'lum davriylikda aniq tarmoqli resursga kiruvchi tashrifchilar. Qo'llanuvchi usulikaga karab, sayt mavzusi va uning yangilashib turishi tezligiga karab turli oralikda saytga kaytuvchi foydalanuvchilarning bir necha guruhini ajratish lozim. Doimiy auditoriyaning o'sishi – saytning muvoffaqiyatli rivojlanishining yaxshi ko'rsatkichi, shu jumladan reklama kompaniyasini ytkazish paytida ham doimiy auditoriyaning o'sishi ayniqsa sotuvlar hajmi yoki kayd etish soniga ega bo'lmagan aniq indiqatorlari bo'lmagan kontent – loyihalar yoki servislari uchun kurgazmali namunadir. Doimiy auditoriya o'sishining reklama kompaniyasi bilan nisbati doimiy auditoriya qatoriga bir foydalanuvchini jalb etish narxini beradi. Bu, o'z navbatida butun korxona rentabelligini ko'rsatadi.

Reklama kompaniyasi natijasida brend o'rining o'zgarishini kuzatib aniqlash ham muximdir. An'anaviy fokus – guruhlardan tashkari, bunda brend o'sishining texnologik monitoringini zamonaviy Internetning o'z imkoniyatlaridan foydalanib o'tkazish mumkin. Savdo markasining ahamiyatli ko'rsatkichi type – ih trafik kattaligidir. (ya'ni brauzer manzil satridan sayt manzilini bevosita tergan yoki unga zakladka bo'yicha kelgan tashrifchilar soni), Reklama kompaniyasi davomida bu ko'rsatkich doimiy usib borada va ba'zi loyihalar uchun butun tashrifchilar orasida 80 yoki undan ham ortiq foizni tashkil etadi. Eng avvalo yirik , kataloglar, tarmoq servislari, elektron pochta, ommabop yangilik resurslari va internetga kirishning boshqa nuqtalari resurslari bo'ladi.

Navbatdagi muxim ko'rsatkich - stitatalanish indeksidir, izlanayotgan resursga boshqa saytlarda yuborilishlar soni bu ko'rsatkich ilmiy doiralarda olimning barcha asarlari ahamiyatining shartli darajasini hisoblashda qo'llanadi. Internetda stitatalarni indeksini Yandex, Google, Rambler izlash mashinalari hisoblaydi. U shuningdek muvofiq sozlanishlarda Spylog.ru kabi katalogda ham aks ettiriladi. Stitatalanish indeksi egiluvchan emas, va uni kamida bir oy oldin hisoblash tavsiya etiladi.

Savdo markasi rusumi harakatining keyingi ko'rsatkichi so'ralishning o'zgarrishidir, ya'ni izlash mashinalarida foydalanuvchilar tomonidan nomi kiritiluvchi savdo markasi bo'lgan so'rovlar

soni. Ayniqsa bu ko'rsatkich ilgari ma'lum bo'lmagan savdo markalarga yaxshi ishlaydi. Shunga qaramay, ko'pincha gap trafikni – tarmoq resursga kiruvchanlikni oshirish masalasi to'g'risida boradi. Istalgan trafikni olish veb saytlarning xar kuni keskin usib borishda oson ish emas.

Trafikni oshirishning sinalgan va ishonchli usullari sifatida mutaxassislar quyidagilarni tavsiya etadi:

1. Yaxshi manzil nomini tanlash. Oson eslab kolinuvchi manzil nomini kayd etish. Oldin uning yaxshi eshutilishini tekshirib kurish lozim. Aytilish osonligiga ahamiyat beriladi.

2. Tarqatma materiallarni nashr etish.

Tashrifchilarga bepul tarqatmalarni taklif etib ularning email manzillaridan foydalash, bepul yangiliklar yoki yuborishlar – hozirgi va bo'lajak mijozlar bilan doimiy muloqotda bo'lishga imkon beradi. Axborot byulletenlaridagi makolalar yordamida mijozlar ta'limi bilan shug'ullanish, o'kuvchilarga kimmatli va o'rinli ma'lumotni taklif kilish juda ahamiyatli.

3. Makolalar yozish. Makolalarni yozib ularni boshqa tarqatishlarda nashr etish orqali ishonch va mashxurlikka erishiladi, sohaning eksperti sifatida tan olinadi.

4 Yuborilishlar bilan almashishni o'xshash saytlarga yuborilishlar qo'yish. Kontaktlar, mijozlar, sotuvchilar tarmog'ini yaratish orqali mukofotni e'lon qilib, uni olish uchun nima qilish kerakligini tushuntish kerak.. Mukofot oluvchi barcha «sayt»larga yo'naltiriladi. Maxsus «yutish uchun biz bilan bog'laning» konteksti orqali yuborilishlarning rag'batlantirilishiga erishiladi.

5. Imzo qilish/yozuv qilish. Imzo-pochta tizimingiz bilan yuboriluvchi xar bir e-mail xabar oxiriga qo'shiluvchi matn bloki. Bu tashrif kartochkasining Internet – versiyasi. Doimo imzoni qo'ying.

6. Maslahat berish. Saytda maslahatlar ruknini yaratish lozim. Bepul maslahat- Internetning eng ommabop bepul resursi va sizni o'z sohangizdagi xabardorligingizni ko'rsatish imkoni bilan ta'minlaydi. Maslahatlar rukniga qo'shimcha sifatida eksport kabi o'z obruingizni oshirish uchun e-mail yordamida o'qkuv markazi yaratiladi. Mashg'ulotlar vaqtida bog'langan aloqa orqali potensial mijozlar bilan munosabatlar kengaytiriladi.

7. Bepul xizmat taqdim etish. Tashrifchilarni kaytishga majbur qilishning yaxshi usullaridan bir bepul xizmatni taklif etish. Bunday xizmatlar ko'rsatilish masalasi hal etilishida, bir marta o'rnatilgan dastur keyinchalik mustaqil ishlay oladiganlarini ko'rib chikiladi.

8. Hamkorlik dasturlarini taklif etib boshqa saytlar bilan hamkorlik kilish – hamkorlik dasturlari bu o'zaro yutukli vaziyat.

9. Betaraflik dasturlarni rivojlantirish. Yo'naltirilgan tarmoq xaridorlari uchun on-line klublar yoki betaraflik dasturlarini boshqa turlarini yaratish orqali mijozlar betarafligini rivojlantiriladi.. Betaraf, mijozlaringizga kayd etish shaklini to'ldirish evaziga bepul sovg'a yoki chegirma kuponini taklif etiladi. Shunday kilib siz mijozlaringiz kimligini bilib olasiz va marketing harakatlaringizni yaxshirok sozlay olasiz.

10. Off – layn reklamadan foydalanish. Futbolka yoki kepkaga veb sayt to'g'risidagi ma'lumotni joylashtish mumkin, e-mail va veb – manzilni yopishtirmalarga joylashtirib, mashinalarning bamperi yoki kayd etish rakamiga yopishtirish mumkin.

Ushbu tavsiyalarga quyidagi ahamiyatli harakatlarni qo'shish mumkin.

- ❖ izlash mashinalaridan yaxshi ko'rinishni ta'minlash.
- ❖ serverga yuborilishidan foydalangan tashrifchilar uchun uning birinchi sahifasidan boshlab qulay sharoitlar yaratish.
- ❖ sahifani izlangan axborot piramidasi prinstipiga ko'ra tuzish (eng ahamiyatli ma'lumot oldinda joylashtiriladi).
- ❖ serverga takroran tashriflarni rag'batlantirish.
- ❖ server mazmunini doimiy to'ldirish va yangilash, bu xakda xabar berish.

Va nixoyat eng muximi Internet marketing ishida firmada bosh rolni kompyuter texnologiyalari bo'yicha tor mutaxassislar emas, aynan marketologlar o'ynashi muximdir

An'anaviy reklamadan foydalanishdagiga karaganda Internetda e'tiborni tortish murakkabrok. Internetda reklamaga yuqori talablar kuyiladi: arzon, dinamik, interfaol va jalb

etuvchi, bo'lishi kerak. Bu talablarga javob beruvchi reklamani yaratish JAVA –animastiya, HTML VRM2 tili kabi yangi vositalar ishlab chiqilishini talab etadi.

Tovar taqdimoti – Internet vositalari bilan mahsulotni ko'rsatish. Oddiy savdoda xaridor, odatda, tovarni ko'rish va uning afzalliklarini baholash mumkin. Internetda tovarni ko'rsatish uchun multimedaning barcha imkoniyatlaridan foydalaniladi: videoroliklar, tovush, o'lchamli obrazlar va animastiya. Axborot xizmatlari toifasiga kiruvchi tovarlar katta inkilobga ega, chunki ular to'g'risida kompyuter vositalari yordamida bosma nashrlar yordamidagidan ko'ra ko'proq va qiziqarliroq aytib berish mumkin. Tovarni yaxshi taqdim etish bu nafaqat mijoz e'tiborini jalb etishni anglatadi balki taklif etilayotgan tovar va sotuvchiga ishonch hosil kildirish, xaridorga o'zini tovar egasidek xis etish imkonini berish.

Operastiyalarni o'tkazish- xaridni tez va xavfsiz o'tkazish. Buyurtmaning bajarilishi elektron pochta orqali xabar berish bilan beradi va maxsus sayt yordamida kuzatib borila olishi kerak..Sotuvdan keyingi quvvatlash –mijozga xaridorni kayd etish jarayonida ham ,undan keyin ham ko'rsatiladigan yordam .Mijoz sotuvchi kompaniya bilan elektron pochta orqali va sayt yordamida ,onlayn tartibida bo'lsa yana ham yaxshi muloqot qilishi imkoniga ega bo'lishi kerak .

Munosabatlarni tuzish –mijozlarga markaga bog'lanishni va yangi xaridlar uchun kaytishga intilishni rivojlantirish .Mijoz afzalliklari va didlarini bilishiga asoslangan tovarni ilgari surish texnologiyasi xaridorni unga kerakli mahsulotlar va xizmatlar to'g'risida o'z vaqtida xabardor kili shorqali yangi xaridlar qilishga intilish chakirishga imkon beradi. Bunday munosabatlarni rivojlantirishda video anjumanlar kata rol uynashi mumkin.

Elektron biznes va u bozor ishtirokchilariga beradigan afzalliklar istiqbolligini hisobga olib, mavjud xatarlar va muammolarni uno'tib kuymaslik kerak.

Interfaol chakana savdo, aslida, ikki kompyuter o'rtasidagi tranzakstiyadir, bunda iste'molchi sotuvchini ko'ra olmaydi.WWW chikim va savdoni amalga oshirish uchun tusik savdoni oddiy usullarda tashkil etishdagiga karaganda ancha pastligi tufayli, mas'uliyatsiz va tovlamachi firmalar paydo bo'lishi ehtimoli ancha yuqori. Bu ikkala omil iste'molchilarning Internetda chakana sotuvchilarga nisbatan ishonchsizligining paydo bo'lishiga kuchli ta'sir etadi. Bundan tashkari iste'molchilarda muxim ma'lumotlarni, masalan, kredit kartochkalari rakamlarini o'zatisht uchun Interenetdan foydalanishda ma'lum psihologik tusik mavjud bo'lib, bu Internetdan bunday ma'lumotlarning o'zatishtida birov ularni olib egasiga zarar keltirish to'g'risidagi fikrlar natijasidir.

Xaridorlar forumi-ancha jiddiy narsa. Bugun xar kaysi do'kon ham o'zlarida uni ochishga tavakkal kilmaydi. Elektron biznes rivojini ta'minlab turuvchi omillarga quyidagilar ham kiradi:

- mavjud aloqa vositalarining yuqori bo'lmagan utuvchanlik kobiliyati;
- insonlarning banklar va biznes to'zilmalariga ko'pincha oklangan ishonchsizligi;
- marketing faoliyatida Internetdan foydalanish bo'yicha mutaxassislarning ochik etishmovchiligi, bu elektron biznes sohasida xizmatlarning past sifatiga olib keladi.
- ko'pchilik biznes saytlarining betartibliigi va axborot ortiqcha yuklangani;
- xaridorlarga jismoniy tovarlarni etkazib berishga ixtisoslashuvchi firmalarning etarli bo'lmagani,

-sotuvdan keyin xizmat ko'rsatish, utilizastiya uchun tovarlarni qabul qilish va sifatsiz tovar kaytarilish tizimining rivojlanmaganligi

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. 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.
2. 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. – T. 5. – №. 256. – C. 2167-0269.

3. Тохиров Ж. Р. Сущность и особенности аграрного туризма //Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования. – 2017. – С. 228-232.
4. Каххоров О., Адизов Б. Совершенствование структуры управления подготовкой экономических кадров в регионах //Экономика и инновационные технологии. – 2018. – №. 5. – С. 272-280.
5. Khamidov O. Improving management of ecological tourism development in Uzbekistan: Problems and solutions //Tashkent: Economics publishing house. – 2016.
6. Davlatov S., Dilmonov K. Impact of investment in education on economic growth //2nd Student Conference of MDIS Tashkent. – 2017. – С. 7.
7. Хамидов О. Х. Перспективы привлечения инвестиций в гостиничную индустрию //Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. – 2014. – №. 18. – С. 153-156.
8. Hamidov O. H. Improving the management mechanism for the development of ecotourism in Uzbekistan //Doctor of Science (DSc) diss. abstracts. Samarkand. – 2017.
9. Tokhirov J. R. The conceptual definition of ecotourism activities //Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования. – 2017. – С. 224-228.
10. Sobirov B. B. et al. The role of social media, user generated platforms and. – 2015.
11. Bakhtiyorovich D. K., Shuhratovich H. S. An important factor in economic prosperity //World science. – 2016. – Т. 2. – №. 5 (9). – С. 18-21.
12. Khamidov O. Sovershenstvovanie mekhanizma upravleniya razvitiem ekoturizma v Uzbekistane: avtoref. diss. d-ra. ekon. nauk. – 2017.
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. Tursunov O., Ibragimov G. Roles of investment and service system sector in agriculture //Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. – 2013. – №. 3. – С. 203-213.
15. Inoyatova S., Khamidov O., Nigmonov A. Evaluation of Online Hotel Booking Services in Uzbekistan //International conference on Eurasian economies. – 2018. – С. 20-28.
16. Tokhirov J. R., Khurramov O. K. Basic concepts, directions and forms of eco-tourism //Приоритетные направления развития современной науки молодых учёных аграриев. – 2016. – С. 544-548.
17. 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.
18. Тохиров Ж. Р. Возможности развития экотуризма в Узбекистане //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 445-448.
19. Sobirov B. B. et al. The role of social media, user generated platforms and crowd sourcing in the development of tourism destinations Journal of Hospitality Management and Tourism. – 2015.

СОЛИҚ ТИЗИМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ АСОСЛАРИ

Худойибердиева О.К., Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи

Замонавий талабларга жавоб берадиган солиқ тизими – иқтисодиётни жадал ривожлантириш, тадбиркорлик фаолияти учун қулай шароитлар яратиш, инвестиция муҳитини яхшилаш, ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатишни кенгайтиришнинг асосий шартларидан бири ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасини 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида солиқ солиш базасини кенгайтириш орқали солиқ маъмуриятчилигини соддалаштириш ва солиқ юкини камайтириш масалалари алоҳида

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>Явматов 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>Таирова 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
MINTAQAVIY MEHMONXONA INDUSTRIYASINI RIVOJLANTIRISHDA KICHIK BIZNESNING O'RNI <i>Tadjiyeva S.U., i.f.n., dotsent</i>	26
KOMPYUTER TARMOQLARIDA AXBOROTLARNI HIMOYALASH <i>Xo'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>Narzueva D., Bukhara state University Department of economics</i>	31
TA'LIM TEXNOLOGIYALARINI SHAKLLANTIRISHNING ETAKCHI MEKANIZMI SIFATIDA ZAMONAVIY TALABA <i>Otayev Sh., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	32
ХИЗМАТЛАР СОҲАСИДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИГИНИНГ АҲАМИЯТИ <i>Тоҳиров Ж.Р., БухДУ, Туризм кафедраси ўқитувчиси</i>	33
E-MAIL MARKETING MOHIYATI VA AHAMIYATI <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 MEXANIZMINI 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 AHAMIYATI <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 Ф., 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. Кори 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 САМАРАЛИИ 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>Шуқуриллоев 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
INNOVATION MENEJMENTI ASOSLARINING SHAKLLANISHII VA TARIXIY AHAMIYATI <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>Атамурадова Н.Т., Бухарский колледж экономики и банка</i>	83
O'ZBEKISTONDA 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,</i> <i>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>Худойибердиева О.К., Бухарский колледж экономики и банка</i>	97
“RAQOBATNING MOHIYATI, SHAKLLARI VA USULLARI” MAVZUSINI PEDAGOGIK LOYIHALASHTIRISH VA REJALASHTIRISH YO'LLARI <i>Toxirov J.R., o'qituvchi,</i> <i>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 AHAMİYATI VA ASOSIY ELEMENTLARI <i>Axmedov 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 ИМКОНΙΑТЛАРИНИ КЕНГАЙТИРИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ МОХИЯТИ <i>Имомова С., Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи</i>	125
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISH MANBAALARINI KO'PAYTIRISH YO'LLARI <i>Negmatova D., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	126
ҚИШЛОҚ ХҲЖАЛИГИ МАҲСУЛОТЛАРИ 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

ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ	
<i>Одилова Ф., Бухарский колледж экономики и банка</i>	139
O'ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH MUMMOLARI	
<i>Shodiyeva Sh., Buxoro turizm kolleji</i>	141
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI TA'LIM TIZIMI ISLOHOTLARI	
<i>Maxmudova N., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	142
BOZOR IQTISODIYOTI SHARITIDA AHOLI BANDLIGINI TA'MINLASH VA ISH O'RINLARI TASHKIL ETISH MUAMMOLARI	
<i>Halimova D., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	143
O'ZBEKISTON QUROLLI KUCHLARINING AMALIY XUSUSIYATLARI	
<i>Axmatov H., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	144
TA'LIM TIZIMINI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY XUSUSIYATLARI	
<i>Nazarova M., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	146
BOSHQARUV FAOLIYATIGA OID QARORLARNI QABUL QILISH MUAMMOLARI	
<i>Atamuradova N.T., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	148
ELEKTRON BIZNESDA MARKETING TADQIQOTLARI AHAMIYATI	
<i>Elmurodova S.R., BuxDU, 4-kurs talaba</i> <i>Ilmiy rahbar: Xurramov O.K.</i>	149
СОЛИҚ ТИЗИМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ АСОСЛАРИ	
<i>Худойибердиева О.К., Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи</i>	153
ISHSIZLIKNING PAYDO BO'LISH SABABLARI VA UNI OLDINI OLISH YO'LLARI	
<i>Qo'chqorov N., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	155
TARIXIY MAKTABLAR VA ULARNING MENEJMENTGA KO'RSATADIGAN TA'SIRI	
<i>Zoxidova U., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	156
BUXORO SHAHRIDA XIZMAT KO'RSATUVCHI KORXONALARNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI.	
<i>Toxirov J.R., o'qituvchi,</i> <i>Uzoqov R., talaba, BuxDU</i>	157
TURIZMDA MARKETING STRATEGIYALARINING ASOSIY KO'RINISHLARI	
<i>Aslonov M.V., BuxDU, 4-kurs talaba</i> <i>Ilmiy rahbar: Dilmonov Q.B.</i>	160
THE IMPORTANCE OF MARKETING IN ENSURING THE STABILITY OF BANKS	
<i>Abdurahmanova M., Namangan Engineering and Technology Institute</i>	161
AHOLINI BANDLIGINI TA'MINLASHDA MEHNAT BIRJASINING O'RNI	
<i>Shojonova F., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	163
ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ МОҲИЯТИ ВА ЖАЛБ ҚИЛИШ САБАБЛАРИ	
<i>Жўраев М.О., БухДУ, 4-курс талаба</i> <i>Илмий раҳбар: Дилмонов Қ.Б.</i>	164
МЕХМОНХОНАЛАР ТОМОНИДАН БИЗНЕСНИНГ САМАРАЛИ ХИСОБ ЮРИТИШ СИЁСАТИ ТАНЛАНИШИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ЖИҲАТЛАРИ	
<i>Ашурова М.Х., БухДУ, Туризм кафедраси, катта ўқитувчи</i>	167
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI MUDOFI TUZILMALARI VA ULARNING ASOSIY VAZIFALARI	
<i>Axmatov H., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	169

MEHNAT BOZORINI TARTIBGA SOLISHNING DOLZARBLIGI <i>Davlatova N., Buxoro iqtisodiyot va bank kolleji</i>	170
IJTIMOIIY MEDIA MARKETINGNING MAZMUN MOHIYATI <i>Saidova F.K., BuxDU, o'qituvchi</i> <i>Fazliddinov Sh.Sh., BuxDU, 4-kurs talaba</i>	171
ESSENCE AND FEATURES OF INNOVATIVE ACTIVITY <i>Mansurov D.Y., student of BSU</i>	174
МОЛИЯ БОЗОРИ МУАММО ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ <i>Имомова С., Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи</i>	177
IQTISODIYOTNI MODERNIZATSIYALASHDA INSON POTENSIALI VA INNOVATSIYALARNING O'RNI <i>Djurayeva D.D., BuxDU, Turizm kafedrası doktoranti</i> <i>Novakovskaya O.A., Sharq Sibir texnologiya universiteti, i.f.d., professor</i>	179
KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKDA MOBIL MARKETING IMKONIYATLARI VA FOYDALANISH AFZALLIGI <i>Xurramov O.K., BuxDU, katta o'qituvchi</i> <i>Sharipov P.Sh., BuxDU, 4-kurs talaba</i>	181
БИРЖАЛАР РИВОЖИ ВА ИҚТИСОДИЙ ЮКСАЛИШ МУАММОЛАРИ <i>Негматова Д., Бухоро иқтисодиёт ва банк коллежи</i>	183
СОЛИҚ ТИЗИМИНИ СОДДАЛАШТИРИШ ҲАМДА СОЛИҚ ЮКИНИ ЯНАДА КАМАЙТИРИШ – МАМЛАКАТИМИЗДА ИҚТИСОДИЙ ИСЛОҲОТЛАРНИ ЧУҚУРЛАШТИРИШНИНГ ЭНГ МУҲИМ УСТУВОР ЙЎНАЛИШЛАРИДАН БИРИ СИФАТИДА <i>Қодиров А.А., БухДУ, иқтисод кафедраси катта ўқитувчиси</i>	184
КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК СОҲАСИДА КАДРЛАРНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИНГ АҲАМИЯТИ <i>Жамолов Ш.Ш., БухДУ, 4-курс талаба</i>	186
ЎЗБЕКИСТОНДА ТАРКИБИЙ ЎЗГАРИШЛАРНИ ИЗЧИЛ АМАЛГА ОШИРИШДА ҚУЛАЙ ИНВЕСТИЦИЯ МУҲИТИНИНГ ЯРАТИЛИШИ <i>Болтаев Ш.Ш., БухДУ, Иқтисод кафедраси, катта ўқитувчиси</i>	187
INTERNET MARKETING TADQIQOTINING AFZAL JIHATLARI <i>Elmurodova S.R., BuxDU, 4-kurs talaba</i> <i>Ilmiy rahbar: Xurramov O.K.</i>	190
O'ZBEKISTONDA TURIZMNING TASHKIL QILISH DOLZARBLIGI <i>Shodiyeva SH. Buxoro turizm kolleji</i>	192
O'ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH MUAMMOLARI VA SOHANI RIVOJLANTIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI. <i>Qayimova Z.A., BuxDU Turizm fakulteti katta o'qituvchisi</i> <i>Cho'lliyeva M.S., BuxDU 4-kurs talabasi</i>	193
“ШОҲРАҲ”ДАН УНУМЛИ ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ <i>Ҳамроев Ҳ.Р., доцент, иқтисод фанлар номзоди, БухДУ</i>	196
“BOZOR IQTISODIYOTINING MAZMUNI VA AMAL QILISHI” MAVZUSINI MODULLI TA'LIM TEXNOLOGIYASI ORQALI O'QITISH IMKONIYATLARI <i>Toxirov J.R., o'qituvchi,</i> <i>Tolibov G', talaba, BuxDU</i>	198
МЕHМОНХОНА BИZNESИDА KADRLAR BOSHQARUVINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY XUSUSIYATLARI <i>Maxmudova N. O', BuxDU, katta o'qituvchi</i>	202
ИНВЕСТИЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ <i>Сайфуллаев О.О., Бухарский колледж экономики и банка</i>	205