

BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA TURISTIK BIZNESNI AMALGA OSHIRISHNI TASHKIL QILISH

Rajabova Moxinur Zubaydullayevna

Osiyo xalqaro universiteti magistranti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11206896>

Annotatsiya. Ushbu Turizm sohasi bozor tizimidagi boshqa har qanday iqtisodiyot tarmog' i kabi alohida segment hisoblanadi. Turizm sohasi rivojlanish strategiyasi to'g'risida.

Kalit so'zlar: muzeyida arxeologiya ashyolari ko'rgazma-ekspozitsiyalari hamda arxeologiya tadqiqotlari bazasini tashkil etish to'g'risidagi takliflari infratuzilmasi, turizm, turistik xizmatlar, turistik resurslar, turistik diqqatga sazovor joylar, ichki va tashqi turizm.

ORGANIZING THE IMPLEMENTATION OF THE TOURISM BUSINESS IN THE CONDITIONS OF THE MARKET ECONOMY

Abstract. This field of tourism is a separate segment, like any other branch of the economy in the market system. About the tourism development strategy.

Key words: infrastructure, tourism, tourist services, tourist resources, tourist attractions, internal and external tourism.

ОРГАНИЗАЦИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Данный сектор туризма представляет собой отдельный сегмент рыночной системы, как и любой другой сектор экономики. О стратегии развития туризма.

Ключевые слова: инфраструктура, туризм, туристические услуги, туристские ресурсы, туристические достопримечательности, внутренний и внешний туризм.

O'zbekiston turizmi sanoatida hali ham ovqatlanish bilan bog'liq masalalar muammoligicha qolmoqda. Masalan, Yevropaliklar standart usullarda tayyorlangan oddiy va xushta'm taomlarni ma'qul ko'radilar. Buning uchun esa, xorijiy mamlakatlardagi mehmonxona komplekslarida foydalaniladigan maxsus asbob-uskunalar va tegishli taom texnologiyalarini o'rnatish zarur. Mamlakatimizdagi mahalliy mehmonxonalar 20-25 ga yaqin taomlarni taklif qilishi mumkin. Biroq, harbiy andozalar bo'yicha faoliyat ko'rsatayotgan turistik komplekslar 200 ga yaqin taomlarni taklif qilish imkoniyatiga ega. Bu muammoni hal etilishining birdan-bir yo'li shaxsiy restoranlar va kafelar sonini oshirish va ulardagi xizmat ko'rsatish sifatini jahon andozalariga mos ravishda tashkil etishdir. O'zbekistonga xorijiy davlatlardan tashrif buyurgan turistlar bilan muloqot qilinganda, ularning 25 % i ovqatlanish xizmatlaridan qanoatlanganliklarini bildirishdi, 41 % i esa taomlar sifatiga baho berishni o'zlariga ma'qul topishmadi. Bunday muammoni hal etish uchun xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatadigan umumiy ovqatlanish ob'yektlarini sertifikatlash va nazorat qilish juda katta ahamiyatga egadir.

Bundan tashqari, turistlar mahalliy taomning o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida reklama propektlari orqali xabar topishlari kerak. Shuni alohida ta'kidlab o'tish joizki, so'rovda ishtirok etgan xorijiy turistlarning 73 % ovqatlanish punktlarining xizmat ko'rsatishi to'g'risida to'liq ma'lumotga ega bo'lmaganliklaridan shikoyat qildilar. Ma'lumki, turistlarga qisqa vaqt ichida belgilangan joyga yetib borish zarur hisoblanadi. "O'zbekturizm" Turistlarning aksariyati esa,

cheklangan imkoniyatlar bilan shahar va shaharlararo transportlardan foydalanishga majbur bo'lishgan. Ko'rinib turganidek, bu borada ham xususiy turistik korxonalariga katta ehtiyoj sezilmoqda. Respublikada avtomobillarni turistlarga ijaraga berish xizmati ham yaxshi yo'lga qo'yilmagan. Axir O'zbekistonda ishlab chiqarilayotgan Neksiya, Tiko, Matiz va Lasetti mashinalari har qanday avtoturizm ishqibozlarining barcha talablariga javob beradi. Buning uchun joylarda maxsus ixtisoslashgan shaxsiy markazlarni tashkil etish zarur. Bu markazlar bevosita turistlarga barcha diqqatga sazovor joylar ko'rsatilgan yo'l kartalari bilan avtomobillarni taqdim etishlari, shuningdek, biron bir muammo yuz berganda turistlar bilan o'z vaqtida bog'lana olish maqsadida uyali aloqa xizmatlarini taklif etishlari kerak. Turizm sohasi bozor tizimidagi boshqa har qanday iqtisodiyot tarmog'i kabi alohida segment hisoblanadi. Shuning uchun ham turizm faoliyatini talab va taklif omillarining o'zaro bog'liq tizim sifatida ko'rib chiqish nihoyatda muhim ahamiyat kasb etadi. Ma'umki, talab va taklif omillari bozor munosabatlari sharoitida xususiy mulkchilik munosabatlarini har jihatdan rivojlanishini belgilab beruvchi asosiy tayanch hisoblanishadi.

Har qanday mamlakatdagi turistik xizmatlar bozorida xususiy turistik firmalar mavjud talab va ehtiyojlarni atroflicha hisobga olmay turib, o'z xizmatlari taklifini kutilganidek amalga oshirisha olmaydi. Ko'rinib turganidek, xususiy turistik firmalar bozordagi talab va taklif omillarini to'liq hisobga olgan holda harakat qilganda, ularning Respublika turizm iqtisodiyotiga ijobiy ta'siri bo'lishi mumkin. Shu nuqtai nazardan olib qaraganda, biz xususiy turistik firmalarning turizm iqtisodiyotini rivojlantirishda tutgan o'rni to'g'risida to'xtalib o'tishdan oldin talab va taklif omillari xususida ayrim fikr va mulohazalarimizni bildirib o'tmoqchimiz. Talab omillari o'zida asosan xalqaro (hududiy) va ichki (milliy) turistik bozorlarni namoyon etadi.

Bunday bozorlarda chet ellik sayyohlar bilan birgalikda mahalliy aholi ham turistik diqqatga sazovor joylar, ob'yektlar va turistik xizmatlardan keng miqyosda foydalanishadi. Taklif omillari bo'lsa o'z ichiga chet ellik sayyohlarni jalb etishi mumkin bo'lgan turistik diqqatga sazovorliklar va turli xil faoliyat turlari (milliy hunarmandchilik, musiqa va mahalliy xalq urf-odatlar-yu marosimlari), mamlakatga tashrif buyurgan sayyohlarni joylashtirish vositalari, shuningdek boshqa turistik ob'yektlar va xizmatlarni oladi. Shu o'rinda shuni ta'kidlab o'tish joizki, turizm sohasidagi ekspert mutaxassislarining ta'kidlashlaricha diqqatga sazovorliklar deganda tematik xiyobonlar, hayvonot bog'lari, botanika bog'lar va akvariumlar kabi tabiiy, madaniy va maxsus ob'yektlar, shuningdek ushbu ob'yektlar bilan bog'liq bo'lgan barcha faoliyat turlari tushuniladi. Xalqaro turizm tashkiloti (XTT) tasnifiga muvofiq ravishda tashrif buyurgan sayyohlarni joylashtirish vositalariga turli xil shakldagi mehmonxonalar, motellar, mehmonxona tipidagi uylar, shaxsiy xonadonlar va boshqa turdagi turistlar to'xtaydigan ob'yektlar tegishli bo'ladi. Umuman olganda barcha turistik xizmatlar va ob'yektlardan samarali foydalanish uchun zamon talablariga to'liq javob bera oladigan turizm infratuzilmasini shakllantirish talab etiladi.

Bunday infratuzilma o'z ichiga transport (havo [transporti](#), avtomobil yo'llari transporti, temir yo'l transporti, suv transporti va boshqalar) xizmatini, suv va elektr ta'minoti, kanalizatsiya va telekommunikatsiya kabi sohalarni qamrab olishi kerak. Hozirgi kunga kelib, dunyodagi ko'plab mamlakatlar o'zlarining turizmni rivojlantirish bo'yicha strategiyalarida sanitar-ekologik omilga ham infratuzilma rivojini ta'minlovchi omil sifatida baho berishmoqda. Chunki, zamonaviy turizmni atrof-muhitning muhofazalanishi va ekologik tozaliksiz tasavvur etish qiyin.

Ana shunday jihatlarga ega infratuzilmaning jahon andozalariga mos ravishda rivojlanishi, ya'ni turistlarga imkon qadar sifatli xizmat ko'rsatishning tashkil etilishi har jihatdan xususiy firmalarning samarali faoliyat ko'rsatishiga bog'liq bo'ladi. Ekspert mutaxassislarining baholashlaricha barcha talab va taklif omillari turistik mahsulotni shakllantiradi. 4-jadvaldan ko'rinib turganidek, xalqaro turizm talabi, ya'ni O'zbekiston bo'yicha sayohat qiluvchi chet ellik sayyohlarning talabi umumiy turistik mahsulotning beshdan bir qismini tashkil etsa, ichki talab, ya'ni mamlakatimiz bo'yicha sayohat qiluvchi mahalliy turistlar uchdan bir qismidan ko'prog'ini tashkil etadi. Turistik mahsulotning qolgan qismi turli xil diqqatga sazovor vositalar va turizm ob'yektlari joylashgan hududlarda istiqomat qiluvchi mahalliy aholi tomonidan iste'mol qilinadi.

Ko'rinib turganidek, mamlakatimiz turizmi chet ellik sayyohlarning ehtiyojlarini qondirishga qaraganda mahalliy iqtisodiyotining ichki ehtiyojlarini qondirishga nisbatan ko'prog'ini yo'naltirilgan. Taklif omillari xususida to'xtalib o'tadigan bo'lsak, turistik mahsulotning uchdan bir qismini mamlakatimizga chet ellik va mahalliy turistlarni jalb etadigan diqqatga sazovor joylarni tashkil etadi. Mamlakatimizdagi tarixiy obidalar, viloyatlardagi turli xil milliy madaniyat sarchashmalari, tabiiy boyliklarimiz va boshqa shu kabilar turistlarni mamlakatimizga qiziqtiruvchi asosiy motivatsiya omil sifatida e'tirof etiladi. Turistik yo'nalishlarning paydo bo'lishi va shakllanish omillari har xil bo'lib, ularning asosiylari quyidagilardan iborat. Turizm sohasi uchun birinchi omil bu kadrlarning bilim va tajriba imkoniyati hisoblanadi (ishchi mutaxassis bo'lishi mumkin, lekin maxsus bilim va tajriba bo'lmasa turizmda ish ketmaydi), turmahsulotning soni va sifati, turizm rekreatsiya resurslariga, klimatik ob-havo sharoitlariga, tarixiy va arxeologik holda arxitektura joylarining sifat ko'rsatkichlariga, milliy o'yinlarning, bayramlarning va milliy tovarlarning soni va sifatiga, milliy taomlarning dunyo andozalariga javob berishiga, transport sifatiga va soniga qarab yo'nalishlar shakllanadi. Turistik yo'nalishlarni shakllantirishning asosiy omillarining umumlashtirilgan shakli bo'lib quyidagi guruhlar hisoblanadi: turistlarni qabul qiluvchi transportlar, mehmonxona va restorandagi joylar, kadrlarning soni va sifati, turistlarga ko'rsatiladigan turmahsulotlar soni va sifati, turmahsulotlarni reklama qilish soni va sifati. Turizmda yo'nalishlarning ijtimoiy va iqtisodiy o'sishiga quyidagi guruh omillar ta'sir qiladi:

-siyosiy omillar, ikki davlat o'rtasidagi munosabat, shartnomalar, tovar va turist almashish va davlatda barqarorlik;

-iqtisodiy omillar, turistik tashkilotlar, [infratuzilmaning sifati](#), iqtisodiy yengilliklar, moliyaviy investitsiyalar, bank ssudalari;

-tabiiy omillar, tarixiy va arxeologik inshootlar, daryo, dengiz va ko'llar, yer osti davolovchi suvlar, tog'lardagi chiroyli manzaralar;

-ilmiy-texnikaviy omillar, zamonaviy xizmat ko'rsatish yo'llari va usullari, yangicha texnika va texnologiyalar, ilmiy tajribalar;

REFERENCES

1. Alisher, S. (2024). ACTUAL PROBLEMS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN. *Gospodarka i Innovacje.*, 46, 366-372.

2. Shadiyev, A. K. (2023). Stages of Development of The Digital Economy in Uzbekistan and Future Plans. *Best Journal of Innovation in Science, Research and Development*, 2(12), 333-340.
3. Шадиев, А. Х., & Давронов, И. О. (2020). Роль развития персонала в повышении эффективности услуг и его влияния на экономику. *Вопросы науки и образования*, (6 (90)), 15-17.
4. Шадиев, А. Х. (2020). Способы улучшения структуры управления в туризме. *Вопросы науки и образования*, (7 (91)), 29-31.
5. Bazarova, M. S., & Khudaiberdiyeva, O. Q. (2022). IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 464-467).
6. Supievnaya, V. M. (2023). EFFECTIVENESS OF USING PR-ADVERTISING SERVICES IN THE PROCESS OF PRODUCT DELIVERY ON THE EXAMPLE OF BUKHARA REGION.
7. Supievnaya, V. M. (2023). MARKETING MANAGEMENT STRATEGY'S IMPORTANCE AND MODERN CONCEPT. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 381-386.
8. Supiyevna, V. M. (2023). TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA PERSONALNI BOSHQARISHNING O 'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 409-414.
9. Supiyevna, V. M. (2024). TIZIMIDA BANK FINANCIAL SERVICE NUMBER: DEVELOPMENT AND OLD TURGAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 379-385.
10. Базарова, М. С., Шарипова, М., & Нуруллоев, О. (2021). “РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ” ДА АҲОЛИНИНГ ИШИ БИЛАН БАНДЛИГИ ХУСУСИЯТЛАРИ. САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ, 482.
11. Bahodirovich, K. B. (2024). RISK-BASED FINANCIAL INSTRUMENTS: THEORIES AND CONCEPTS. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 373-378.
12. Xalilov, B. (2024). ISSUES OF IMPROVING THE FINANCIAL MECHANISM OF SMALL BUSINESS ENTITIES. *Modern Science and Research*, 3(1), 747-753.
13. Khalilov, B. (2023). FINANCIAL INDICATORS OF BUSINESS EFFICIENCY IN COMPANIES. *Modern Science and Research*, 2(10), 835-839.
14. Khalilov, B. (2023). FINANCIAL ELEMENTS OF BUSINESS STABILITY. *Modern Science and Research*, 2(12), 877-882.
15. Xalilov, B. (2024). COBB-DOUGLAS PRODUCTION FUNCTION AND ITS IMPORTANCE IN BUSINESS MATHEMATICS AND ECONOMIC ANALYSIS. *Modern Science and Research*, 3(1), 754-758.
16. Khalilov, B. (2024). FOREIGN EXPERIENCE IN PERSONNEL MANAGEMENT. *Modern Science and Research*, 3(2), 974-978.
17. Nafisa, R. (2024). THEORETICAL FOUNDATIONS OF MODERN MANAGEMENT TRAINING. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 265-269.
18. Raxmonqulova, N. (2024). ACTUAL PROBLEMS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN. *Modern Science and Research*, 3(2), 340-347.

19. кизи Рахмонкулова, Н. О. (2023). КИЧИК САНОАТ ЗОНАЛАРИНИНГ ХУДУДЛАР ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ЎРНИ. " Экономика и туризм" международный научно-инновационной журнал, 6(14).
20. Nafisa, R. (2023). XUSUSIY SHERIKCHILIK VA TURIZM KLASTERI ORQALI HUDUDLARDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH. *Innovations in Technology and Science Education*, 2(8), 556-560.
21. Rahmonqulova, N. (2024). THE ROLE OF CYBER SECURITY IN THE DIGITAL ECONOMY. *Modern Science and Research*, 3(1), 111-115.
22. Авезова, Ш. М., & Жумаева, З. К. (2013). МЕХАНИЗМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА. СЕКЦИЯ 1. Економіка і управління національним господарством..... 9, 12.
23. Примова, А. А., Усманова, Н. Ю., & Жумаева, З. К. (2013). НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОЙ ОТРАСЛИ УЗБЕКИСТАНА. In *ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ* (pp. 199-202).
24. Жумаева, З. К., & Тошев, Ф. З. (2017). РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ. *Ученый XXI века*, 77.
25. Рузметов, Б. Р., & Жумаева, З. К. (2020). АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СРЕДЫ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 246-250).
26. Жумаева, З. К., & Гафуров, Э. О. (2022). ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА. *Редакционная коллегия*, 358.
27. Jumayeva, Z. (2024). THEORY OF SUPPLY AND DEMAND AND ITS MARKET RELATIONSHIP EFFECT. *Modern Science and Research*, 3(2), 426-432.
28. Jumayeva, Z. (2024). WAYS AND METHODS OF DEVELOPING SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN OUR COUNTRY. *Modern Science and Research*, 3(2), 433-440.
29. Zamira, J. (2024). IQTISODIYOTDA SUNIY INTELLEKTDAN FOYDALANISH ZARURIYATI VA ISTIQBOLLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 320-325.
30. Bustonovna, D. Z. (2024). CREATIVE THINKING AND ITS APPLICATION IN ECONOMICS.[Data set]. Zenodo.
31. Shamsiya, A. (2023). HR MANAGEMENT AND COACHING IN THE INNOVATIVE ECONOMY AS A METHOD OF BUSINESS MANAGEMENT. *Modern Science and Research*, 2(10), 712-717.
32. Alimova, S. (2024). THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM. *Modern Science and Research*, 3(2), 385-390.
33. Abidovna, A. S. (2024). "PERSONNEL MANAGEMENT" AND "HUMAN RESOURCE MANAGEMENT": HISTORY OF ORIGIN, ESSENCE AND RELATIONSHIP OF CONCEPTS. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 336-343.
34. Alimova, S. O. FEATURES OF THE STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.

35. Hakimovich, T. M. (2024). XODIMLARNI BOSHQARISHDA KPI SAMARADORLIGI TAHLILI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 270-273.
36. Hakimovich, T. M. (2023). BOSHQARUVCHILARNING SAMARADORLIKKA ERISHISHDAGI PROFESSIONALLIGI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 421-425.
37. To'rayevna, S. N. (2024). O 'ZBEKISTON RESPUBLIKASI IQTISODIYOTINI RIVOJLANISHDA INVESTITSIYALARNING O 'RNI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 258-264.
38. Sodiqova, N. (2024). ECONOMIC POLICY IN THE FIELD OF YOUTH EMPLOYMENT: FOREIGN EXPERIENCE. *Modern Science and Research*, 3(2), 330-339.
39. To'rayevna, S. N. (2024). TADBIRKORLIK SOHASINI MALAKALI KADRLAR BILAN TA'MINLASHNING ASOSIY YO'NALISHLARI.
40. Sodikova, N. (2024). OTMda "Iqtisodiyotda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va tizimlari" fanini o 'qitishda raqamli texnologiyalarning o 'rni. *Modern Science and Research*, 3(1), 1-4.
41. Ibodulloyevich, I. E. (2023). TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TARTIBGA SOLISH SODDALASHTIRILADI.
42. Ibodulloyevich, I. E. (2024). DAVLAT BOSHQARUVI ORGANLARIDA RAHBAR XODIMLAR MEHNATINI TASHKIL ETISH VA SALOHIYATINI OSHIRISHNING NAZARIY ASOSLARI.
43. Ibodulloyevich, I. E. (2024). ZAMONAVIY MENEJMENT TIZIMIDA RAHBARLIK USLUBLARINING TASNIFLANISHI.
44. Ibodulloyevich, I. E. (2024). ZAMONAVIY MENEJMENT TAMOYILLARI VA USLUBLARIDAN FOYDALANISHDA RAHBAR MEHNATINING AHAMIYATI.
45. Ibodulloyevich, I. E. (2024). ISHLAB CHIQRISHDA RAHBAR MEHNATINING ASOSIY O 'RNI VA KORXONALAR IQTISODIY FAOLIYATIGA TA'SIRI. *Gospodarka i Innowacje.*, (45), 311-315.
46. Ibodulloyevich, I. E. (2024). RESPUBLIKADA XIZMATLAR SIFATI VA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH ORQALI XIZMATLAR EKSPORTINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 247-251.
47. Ikromov, E. (2024). DIRECTIONS FOR IMPROVING THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISMS OF INCREASING THE QUALITY AND COMPETITIVENESS OF SERVICES. *Modern Science and Research*, 3(2), 803-810.
48. Ikromov, E. (2024). THEORETICAL APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF MODERN MANAGEMENT AND ITS METHODS. *Modern Science and Research*, 3(2), 811-819.
49. Ikromov, E. (2024). USE OF FOREIGN EXPERIENCES IN THE ORGANIZATION OF MANAGERIAL WORK IN PRODUCTION ENTERPRISES AND ITS IMPROVEMENT. *Modern Science and Research*, 3(2), 820-828.
50. Ikromov, E. (2024). FOREIGN EXPERIENCES OF SERVICE SECTOR DEVELOPMENT. *Modern Science and Research*, 3(2), 794-802.

51. Akbarovna, N. N. (2023). MULKCHILIK MUNOSABATLARINING JAMIYATDAGI TUTGAN O'RNI.
52. Naimova, N. (2024). DIGITALIZATION IN OUR COUNTRY'S EDUCATION SYSTEM AND APPLICATION IN THE DIGITAL WORLD. *Modern Science and Research*, 3(1), 912-917.
53. Naimova, N. (2024). THE COUNTRY'S ECONOMIC POTENTIAL IN DIGITAL ECONOMY AND E-COMMERCE DEVELOPMENT. *Modern Science and Research*, 3(2), 234-239.
54. Akbarovna, N. N. (2024). XIZMAT KO 'RSATISH KORXONALARIDA IQTISODIY RESURSLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI VA KO 'RSATKICHLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 326-335.
55. Naimova, N. (2024). STRATEGY OF DIGITALIZATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES OF THE STATE TAX COMMITTEE. *Modern Science and Research*, 3(2), 635-641.
56. Mahmudovna, Q. G. (2024). RAQOBAT STRATEGIYALARI, ULARNI AMALGA OSHIRISHDA INNOVATSIYALARDAN FOYDALANISHNING AHAMIYATI. *IQTISODIYOT VA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYA JURNALI | JOURNAL OF ECONOMY AND MODERN TECHNOLOGY*, 3(5), 15-21.
57. Mahmudovna, G. G. (2024). COMPETITIVE STRATEGIES, THE IMPORTANCE OF USING INNOVATION IN THEIR IMPLEMENTATION. *IQTISODIYOT VA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYA JURNALI | JOURNAL OF ECONOMY AND MODERN TECHNOLOGY*, 3(5), 8-14.
58. Mahmudovna, Q. G. (2024). OLIY TA'LIM MUASSASALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI TAVSIFLOVCHI OMILLAR. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 620-627.
59. Mahmudovna, Q. G. (2024). OLIY TA'LIM MUASSASALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSION FAOLIYATNING AHAMIYATI.