



TURIZM INDUSTRIYASIDA YUQORI MALAKALI KADRLAR TAYYORLASHNING TASHKILIY- IQTISODIY MEXANIZMLARINI O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA MUAMMOLARI

Teshabaeva Odina Nasridinovna-lecturer,
Ikromova Madinabonu Ozodbek Qizi-student,
Farg‘ona davlat universiteti

Annotation: Turizm sanoati eng tez rivojlanayotgan va istiqbolli sohalardan biri hisoblanadi. Bu esa turizmni o‘ziga kasb qilib olgan inson hech qayerda yo‘qolib ketmaydi, degani. Ammo ilgari odamlar bu biznesga “ko‘chadan” kelib, hamma narsani amalda o‘rgangan bo‘lsa, hozir butun dunyo bo‘ylab turizm sohasi professional tayyorgarlikka ega kadrlarga muhtoj. Intellektual taraqqiyotni jadallashtirish, raqobatbardosh kadrlar tayyorlash, ilmiy va innovatsion faoliyatni samarali tashkil etish hamda xalqaro hamkorlikni mustahkamlash maqsadida fan, ta'lim va ishlab chiqarish integratsiyasini rivojlantirish singari vazifalar asos qilib olindi.

Keywords: turizm sanoati, malakali kadrlar, menejer, mexanizm, raqobat

Bugun Yangi O'zbekiston hayotining barcha sohalari chuqur islohotlar maydoniga aylangan. Bu jarayonda ijtimoiy sohaning asosi hisoblangan ta'lim tizimidagi o'zgarishlar haqida to'lqinlanib so'zlamaslikning iloji yo'q. Mamlakatimizda so'nggi yillarda ta'lim tizimining barcha bosqichlarini zamonaviy talablar asosida tashkil etish bo'yicha amaliy ishlar hal qiluvchi bosqichga kirdi. Ta'lim sohasida amalga oshirilayotgan islohotlarning asosiy qismini, albatta, oliy ta'lim tizimidagi islohotlar tashkil etadi. Xususan, O'zbekiston Respublikasida oliy ta'limni tizimli isloh qilishning ustuvor yo'nalishlarini belgilash, mustaqil fikrlaydigan yuqori malakali kadrlar tayyorlash jarayonini sifat jihatidan yangi bosqichga ko'tarish, oliy ta'limni modernizatsiya qilish, ilg'or ta'lim texnologiyalariga asoslangan holda ijtimoiy soha va iqtisodiyot tarmoqlarini rivojlantirish maqsadida davlatimiz rahbarining 2019 yil 8 oktyabrdagi farmoni bilan tasdiqlangan O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha

rivojlantirish Kontseptsiyasi sohadagi yangi islohotlar uchun debocha vazifasini bajarib bermoqda.

Ushbu hujjatga intellektual taraqqiyotni jadallashtirish, raqobatbardosh kadrlar tayyorlash, ilmiy va innovatsion faoliyatni samarali tashkil etish hamda xalqaro hamkorlikni mustahkamlash maqsadida fan, ta'lim va ishlab chiqarish integratsiyasini rivojlantirish singari vazifalar asos qilib olindi.

Kontseptsiya mazmuni mamlakatimiz oliy ta'lim tizimini isloh qilishning ustuvor yo'nalishlarini aks ettiradi. Unda oliy o'quv yurtlarida qamrov darajasini kengaytirish hamda ta'lim sifatini oshirish, raqamli texnologiyalar va ta'lim platformalarini joriy etish, yoshlarni ilmiy faoliyatga jalb qilish, innovatsion tuzilmalarni shakllantirish, ilmiy tadqiqotlar natijalarini tijoratlashtirish, xalqaro e'tirofga erishish hamda boshqa ko'plab aniq yo'nalishlar belgilab berilgan. Bularning barchasi ta'lim jarayonini yangi sifat bosqichiga ko'tarish uchun xizmat qiladi.

O'zbekistonda kadrlar tayyorlash tizimi ta'lim tizimi doirasida faoliyat ko'rsatib, O'zbekiston Respublikasining "Ta'lim to'g'risida"gi qonuniga muvofiq, ketma-ket ta'lim dasturlari va turli darajadagi davlat ta'lim standartlari tizimi majmui tushuniladi.[1]

XX asr oxiri – XXI asr boshlarida hukm surgan bozor sharoiti bir necha o'n yilliklar davomida vujudga kelgan butun ta'lim tizimini barbod qildi, natijada ta'lim muassasalari bitiruvchilarining ish bilan ta'minlanishi, shuningdek, ta'lim mazmuniga tuzatishlar kiritildi. Yangi kasb va mutaxassisliklarning paydo bo'lishiga olib keldi. Ish bilan ta'minlash tuzilmasi o'zgarishi, xizmat ko'rsatish sohasi mutaxassislariga e'tibor qaratilishi, bitiruvchilarning kasbiy fazilatlariga yangi talablar qo'yilishi haqida barqaror prognozlar mavjud. Ish bilan ta'minlash tuzilmasi o'zgarishi, xizmat ko'rsatish sohasi mutaxassislariga e'tibor qaratilishi, bitiruvchilarning kasbiy fazilatlariga yangi talablar qo'yilishi haqida barqaror prognozlar mavjud. Shunga ko'ra, ta'lim tizimining tashqi muhiti - mehnat bozorini

tahlil qilishda u yoki bu darajadagi mutaxassislarga bo'lgan talabni hisobga olish kerak.

Turli darajadagi mutaxassislarga bo'lgan talabni prognozlashni aks ettiruvchi adabiy manbalarni o'rganish shuni ko'rsatadiki, yaqin vaqtgacha ko'pchilik prognozlar sanoat kontekstida qilingan, shahar, viloyat mehnat bozorining muayyan mutaxassisliklarga bo'lgan ehtiyojlari ammo eng to'g'ri yondashuv, ehtimol, hisobga olishga qaratilgan yondashuv hisoblanadi. Bunday holda, prognoz ko'rsatkichlari o'z-o'zini baholash tamoyiliga asoslanishi kerak - turizm korxonalarini rahbarlari o'zlarining xizmatlar turlarini va shunga mos ravishda xodimlarni kengaytirish yoki qisqartirish niyatlarini yaxshi bilishadi. Shu bilan birga, ular ishchi kuchining qayta taqsimlanishiga ta'sir qiluvchi va uning kelajakdagi talabini belgilovchi barcha makroiqtisodiy jarayonlarni bilmasligi mumkin. Ko'pgina sayyohlik kompaniyalari va boshqa mehmondo'stlik tashkilotlarining marketing xizmatlari faoliyati doirasida o'tkazilgan sotsiologik tadqiqotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, aksariyat hollarda korxonalar (turizm sanoatida ommaviy kasblar bo'yicha ish beruvchilar) o'qitilgan (o'qitilgan) ishchi kuchi tomonidan boshqariladi.

Mehmondo'stlik sanoati uchun mutaxassislar tayyorlaydigan birinchi maktab 19-asr oxirida ochilgan. Shveysariyada - Ecole hoteliere de Lausanne. Bu mamlakat turizm sanoati uchun kadrlar tayyorlash bo'yicha yetakchi bo'lib qoldi. Undan keyin 20-asr boshlarida Ispaniya, Irlandiyada, AQSh, Buyuk Britaniya va Avstraliyada boshqalar ochila boshlandi. Ular allaqachon mehmonxona boshqaruvi bilan cheklanib qolmasdan, dastur ko'lamini kengaytirdilar - 'Sayohat va turizm' ixtisosligi mavjud edi. Va hozirgi kunga qadar bu ikki dastur (mehmonxona va turizm boshqaruvi) asosiy bo'lib qolmoqda va maktablar tomonidan ba'zan alohida, ba'zan esa birgalikda taklif etiladi.

Turizm ham boshqa biznes kabi biznesdir. Va bu sohada turli darajadagi professional kadrlar kerak - kotibdan tortib to menejergacha. Turizm faoliyati odamlar bilan ishlash bilan chambarchas bog'liq bo'lganligi sababli, barcha

xodimlarning yagona bir butun, bir jamoani tashkil etishi, mijozga do'stona munosabatda bo'lishi va bir-birini almashtira olishi juda muhimdir.

Turizm menejerlari talab va taklifni yaqindan kuzatib, turli guruh va individual turlarni loyihalashtira olishlari kerak. Faqat juda sabrli odamlar hisob menejeri bo'lishi mumkin: axir, ular kuniga bir necha marta bir xil narsani aytib, har bir mijozni xursand qilishlari kerak (standart talab: mijoz xizmatni olti daqiqadan ko'proq kutmasligi kerak). Bundan tashqari, har bir kishini qondirish uchun yondashuvni topish uchun siz yaxshi psixolog bo'lishingiz kerak. Destinatsiya va tur menejerlari odatda faqat ma'lum mamlakatlar yoki turlar turlariga ixtisoslashgan (masalan, VIP sayohatlar yoki ekstremal turizm). Bronlash xizmatida ishlash aniqlik, sezgirlik, muloqot qobiliyatlari va, albatta, bu borada mukammal bilimni talab qiladi. Kichik sayyohlik agentliklarida menejerlar, qoida tariqasida, hamma narsa bilan - sayohatlar, bron qilish, vizalar va sug'urta qilish bilan band. Yirik kompaniyalarda har bir soha alohida menejer yoki menejerlar guruhi tomonidan boshqariladi.

Maxsus tayyorgarliksiz turizm sanoatining barcha jihatlarini tushunish juda qiyin.

O'zbekistonda birinchi xususiy sayyohlik agentliklari 1998-yillar boshida paydo bo'lgan. Ularga asosan "O'zbekturizm" milliy kompaniyasining, shuningdek xususiy turistik firmalarning Xususiy sayyohlik tashkilotlari uyushmasini agentliklarining sobiq xodimlari rahbarlik qilishgan. Ularning xorijdagi hamkorlari bilan yaxshi aloqalari bor edi, ular barcha professional "oshxona"ni yaxshi bilishardi. Bu odamlar menejerlarni yollashdi va ularni ishga o'rgatishdi. Yangi kelganlarning eng muvaffaqiyatlilari kerakli tajribaga ega bo'lib, o'z agentliklarini ochdilar. [1]

Bugungi kunda O'zbekistonda 482 yaqin sayyohlik agentligi faoliyat yuritmoqda. Ularning soni yildan-yilga ortib bormoqda - bunday xizmatlarga bo'lgan talabga mutanosib ravishda. Va mavsum davomida deyarli har bir sayyohlik

agentligida menejerlar uchun ochiq bo'sh ish o'rinlari mavjud. To'g'ri, hozir yuqori raqobat tufayli menejerlar xodimlarni 10-15 yil oldingiga qaraganda ehtiyotkorlik bilan tanlaydilar - ayniqsa yuqori lavozimlarga. Shuning uchun oliy ma'lumotga bo'lgan ehtiyoj ortib bormoqda.

Bugungi kunda turizm sohasida maxsus ma'lumotga ega bo'lmaganlar ulushi hamon 70% ni tashkil etadi, ammo ish beruvchilar bu holat abadiy davom etmasligiga ishonishadi: ularga professional xodimlar kerak.

Nazariya va amaliyotning uyg'unligi turizm va mehmondo'stlikni o'qitishning asosiy xususiyati hisoblanadi. Chet eldagi ko'plab maktablarda nazariy qismga qaraganda amaliyotga ko'p vaqt ajratiladi.

O'zbekistonda turizm menejeri kasbi uzoq vaqtdan beri romantika aurasini bilan o'ralgan. O'lis mamlakatlar, chet ellik sayyohlar bilan ishlash, qiziqarli sayohatlar. Bugungi kunda kasbga bo'lgan munosabat o'zgardi. Borgan sari, bu hududni tanlagan odamlar bu erda juda kam ekzotik borligini tushunishadi va ular mashaqqatli, asabiy ishlarga ruhiy jihatdan tayyor.

Hozirgi vaqtda turizm menejeri kasbi bozorda juda talabga ega, ammo, afsuski, har bir kishi menejer bo'la olmaydi, faqat ma'lum bir shaxsiy va professional fazilatlariga ega.

So'nggi yillarda mamlakatimiz oliy o'quv yurtlarida turizm bo'limlari ochilib, ularda mazkur mutaxassislik bo'yicha yetuk mutaxassislar tayyorlanib, keyinchalik ularni bitirish ommalashmoqda.

Turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlashda shahrimiz ham bundan mustasno emas. Ayni paytda turizm sohasida kadrlar tayyorlash quyidagi oliy ta'lim muassasalari tomonidan Farg'ona davlat universiteti tomonidan amalga oshirilmoqda. 2018-yildan boshlab Farg'ona davlat universitetida turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash yo'lga qo'yildi. Farg'ona va boshqa viloyatlar bandlikka ko'maklashish xizmatlarining ushbu natijalari tahlili ish beruvchilar tomonidan

yuqori malakali kadrlarga bo'lgan talab ortib borayotganini ta'kidlash imkonini beradi.

Mehnat bozori talablarini o'rganish turizm va mehmondo'stlik sohasida kadrlar tayyorlash amalga oshiriladigan mutaxassisliklar va ta'lim yo'nalishlarini tanlashni belgilab berdi:

- Turizm'. Turizm resurs fani, turizm bozorining iqtisodiyoti, xizmatlar iste'molchisining motivatsiyasi va shu kabilar o'rganilmoqda.
- Mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish'. Asosiy e'tibor sayyohlik kompaniyalari faoliyatiga ham umumiy, ham ta'sir etuvchi boshqaruv fanlarini o'rganishga qaratilgan: xodimlarni boshqarish, sifat menejmenti, tashkiliy xulq-atvor, xalqaro turizm, mehmonxona biznesi, ekskursiyalarni boshqarish, sug'urta biznesi va boshqalar. Turoperatorlar va sayyohlik agentliklari uchun katta hajmdagi amaliyot ko'zda tutilgan.
- "Korxonada iqtisodiyot va menejment". Oldingisiga yaqin, lekin turizm sohasidagi iqtisodiyotni yanada kengroq o'rganish bilan ajralib turadi.

Bugungi kunga kelib, turizm sohasida kasb-hunarlariga talab muttasil ortib borayotgani aniq. Mehnat bozorida tashkil etilgan talab marketingi ta'lim muassasalariga tezkor javob berish va kasbiy ta'lim mazmuniga tegishli o'zgartirishlar kiritish imkonini beradi.

Ma'lumki, universitet xizmatlarining ikkilamchi iste'molchilari universitet bitiruvchilarini ish bilan ta'minlovchi ish beruvchilardir. Bitiruvchi o'z ish joyida olgan bilim, ko'nikma, malakalarini qo'llaydi, o'zini mutaxassis (o'z ishining ustasi) sifatida amalga oshiradi. Universitet bitiruvchilarini ish bilan ta'minlovchi tashkilotlar ularni tayyorlash sifatiga ma'lum talablarni qo'yadi. Bu bo'lajak xodimlarga qo'yiladigan malaka talablari ko'rsatilgan aniq arizalarda, shuningdek, korxonalar rahbarlari va ish beruvchilar vakillarining bitiruvchilarning yakuniy attestatsiyasida ishtirok etishlarida o'z ifodasini topadi. Ish beruvchilar ma'lum

vaqtdan keyin bitiruvchilarning kasbiy vazifalarini mohirona bajarish qobiliyati, kasbiy o'sishi bilan ob'ektiv baholash imkoniyatiga ega bo'ladilar. [4]

Har yili yurtimizdan tashqarida dam olishni xohlovchilar soni ortib bormoqda. Qanday qilib turist mamlakatni tanlashi, sayohatni tashkil qilishi va barcha kerakli hujjatlarni rasmiylashtirishi mumkin? Sayohat menejeri sizga ushbu savollarda yordam berishi mumkin.

Turizm menejeri keng tushunchadir. Sayyohlik kompaniyasining rahbari bo'lish boshqa, ofisda bo'lish, mijozlar bilan muloqot qilish, telefon orqali chipta bron qilish boshqa. Ikkala holatda ham mutaxassis o'zini g'urur bilan menejer deb atash mumkin, ammo ish doirasi va mas'uliyat darajasi butunlay boshqacha bo'ladi. Kasbning nomi hech narsani anglatmaydi. Mutaxassis bajaradigan aniq vazifalarni bilish muhimroqdir. Bunday mutaxassisning eng yuqori professionalligi mijozning orzusini hal qilish uchun hisoblanadi.

Turoperator kompaniyalarda har bir xodim ma'lum bir ish turi uchun javobgardir: vizalar berish, joylarni bron qilish, ovqatlanishga buyurtma berish, sug'urta polislarini berish va boshqalar. Bunday oddiy operatsiyalar hatto eng kam tajribaga ega bo'lgan menejerlarning kuchiga kiradi. Va, masalan, yangi yo'nalishni rivojlantirish, charter reyslarini tashkil etish kabi mas'uliyatli ish faqat mustahkam bilim bazasi va yaxshi professional obro'ga ega bo'lgan mutaxassisga ishonib topshiriladi.

Ko'pgina mintaqaviy sayyohlik agentliklarida menejerlarning vazifasi boshqacha - tayyor turistik mahsulotni sotish, iloji boricha ko'proq mijozlarni jalb qilish va ushlab turish. Sayyohlik agentliklari menejerlari mijozlar va turoperatorlar o'rtasidagi aloqadir. Ular mijozlar barcha savollari bilan qo'ng'iroq qilishadi. Ba'zi sayyohlik kompaniyalari agentlik va operator funksiyalarini birlashtiradi. Odatda bu kichik firmalar bo'lib, ular dastlab agentlik sifatida yaratilgan, ammo vaqt o'tishi bilan ular o'z mahsulotlarini ishlab chiqishni boshladilar.

Ko'rib turganimizdek, yaxshi menejer kompaniya muvaffaqiyatining kalitidir.

Mintaqaviy sayyohlik agentliklarining aksariyati egasi top-menejer bo'lgan va xodimlari 4-7 kishidan iborat kichik korxonalaridir. Bunday idoralarda xodimlar barcha turdagi faoliyat bilan shug'ullanadilar. Menejer turistik mahsulot haqidagi bilimlardan tashqari, turistik rasmiyatchiliklarni ham tushuna olishi kerak; aviachiptalarni hisoblash, chiptalar berish, mijozlarni tushunish, kompyuter bron qilish tizimlari (KBT) va avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari (ABT) bilan ishlay olish.

Muvaffaqiyatning muhim tarkibiy qismlari mijozlar bilan muloqot qilish qobiliyati va telefon qo'ng'iroqlariga tez va malakali javob berish qobiliyatidir. Yaxshi muloqot qobiliyatlari xaridni rag'batlantiradigan muhit yaratadi.

Turizm sanoati ko'p qirrali. Turistlarga xizmat ko'rsatishda ko'plab korxonalar, firma va tashkilotlar jalb etilgan. Turizm biznesining paydo bo'lishi mintaqaviy va xalqaro turizm almashinuvining jadal rivojlanishi hamda turistik xizmatlar iste'molchisi va ishlab chiqaruvchisi (mehmonxonalar, restoranlar va boshqalar) o'rtasida ham o'z vaqtida (turlarni erta olish va sotish) kuchli tarqoqlik bilan bog'liq.

Bugungi kunda turizm dunyoda tobora ko'proq odamlar uchun favqulodda ehtiyojga aylanib bormoqda. Ommaviy axborot vositalari va marketing o'z vazifasini bajardi – ular odamlar ongiga sayohatning zarurligi va jozibasini nafaqat bilim nuqtai nazaridan, balki qayta tiklash va turli zavq olish nuqtai nazaridan ham kiritdi. Bundan tashqari, dunyoda turizmning rivojlanishi bilan qulaylik va zavqni tushunish standartlarni oshirish yo'nalishi bo'yicha sezilarli o'zgarishlarga duch keldi va juda ko'p turli xil takliflar paydo bo'ldi.

Turizm sohasidagi mutaxassis resursshunoslik, bozor holati va dinamikasi, marketing va menejment haqidagi bilimlarga muhtoj. Ekskursiyalarni loyihalash, tayyorlash, ishlab chiqish va taqdim etishning texnologik xususiyatlarini, ularning tematik mazmunining xususiyatlarini bilish kerak. Turistik dasturlarning turli turlari va turlarini tayyorlashning xilma-xilligi va o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda turistik xizmatlarning ayrim turlarini ishlab chiqarish va ko'rsatish

texnologiyasi bo'yicha bilimlarga ham muhtojmiz. Bularning barchasi katta amaliy ko'nikmalarni talab qiladi. Xorijiy mamlakatlarning turizmga e'tibor qaratgan ko'plab sayyohlik kompaniyalari bu haqiqatni qadimdan anglab yetgan.

Mamlakatimizda turizm sohasida ta'lim va kadrlar tayyorlash jarayonida hozirgi kunda ko'plab muammolar mavjud. Turizm mutaxassisliklari bo'yicha kadrlar tayyorlash faqat nazariy darajada amalga oshiriladi, garchi u bu kasbda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lmasa ham. Talabalarga amaliyotlar, o'quv amaliyotlari va treninglar orqali berilishi mumkin bo'lgan amaliy ko'nikmalar juda etishmayapti.

Bularning barchasi professional turizm ta'limi tizimining shakllanishiga ta'sir ko'rsatdi.[3] Kasb-hunar ta'limining vazifasi nafaqat ichki turoperatsiya bozorining ehtiyojlarini qondirish, balki uning uchun ilg'or rejimda kadrlar tayyorlashdir.

Mutaxassislarning fikricha, kadrlar tayyorlashni takomillashtirish, eng avvalo, ushbu jarayonni boshqarish muammolarini hal qilishda sifat jihatidan yangi yondashuvlarni ishlab chiqish bilan bog'liq ekanligi shubhasiz. Universitetda mutaxassis tayyorlash jarayonini samarali boshqarish uchun siz bunday ta'limning yo'nalishi va yakuniy maqsadini aniq ko'rishingiz kerak. Odatda, ma'lum bir mutaxassislik bo'yicha mutaxassisning malaka tavsifi qo'llanma bo'lib xizmat qiladi.

Turistik malakali professional kadrlarni tayyorlash samaradorligini oshirish ko'p jihatdan amaliy faoliyat, zamonaviy ekskursiyaning texnologik jarayonlari bilan bog'liq. Kadrlar tayyorlash dasturi va darsliklarni loyihalash turizm bozorining xususiyatlarini hisobga olishi, turizm bozori dinamikasiga javob berishi, turizm tashkilotining turizm xizmatlari bozoridagi funksiyalariga yo'naltirilgan bo'lishi kerak.

Professional turistik ta'limning zamonaviy modeli turistik kadrlarni uzluksiz tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishning ko'p bosqichli, geografik jihatdan taqsimlangan tizimi asosida shakllangan.

Turizm ta'limining o'ziga xos xususiyati uning ko'p qirraliligidir. Turli mutaxassisliklar va iqtisodiy, texnik, texnologik, boshqaruv, ilmiy va boshqa

yo'nalishdagi kadrlar tayyorlaydi. Binobarin, turistik ta'lim kompleks, doimiy takomillashib boruvchi mexanizm bo'lib, turizm kadrlarini tayyorlash bo'yicha innovatsion dasturlarni faol hayotga tatbiq etish va xorijiy tajribadan foydalanish imkonini beradi.

Adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 08.08.1998 yildagi 346-son
2. O'zbekiston Respublikasining ta'lim to'g'risida Qonuni, 23.09.2020 yildagi O'RQ-637-son
3. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. М.: Финансы и статистика, 2003.
4. Божук С. Г. Маркетинговые исследования, основные концепции и методы. СПб.: Вектор, 2007
5. Nasridinova, T. O. (2022). The role of tourism in the development of the economy and increasing its attractiveness in the republic of Uzbekistan. Asia pacific journal of marketing & management review issn: 2319-2836 Impact Factor: 7.603, 11(01), 14-20.
6. Ахунова, О. Э., Тешабаева, О. Н., Йулдашева, М., & Бахтиёрова, Ф. (2020). Некоторые этапы развития и формирования занятости населения в сфере туризма на экономику Узбекистана. Актуальные научные исследования в современном мире, (5-10), 64-72.
7. Тешабаева, О. Н., & Артиков, Х. (2021). Создание новых рабочих мест в индустрии туризма в республике Узбекистан. Интернаука, (4-2), 91-93.
8. Тешабаева, О. Н., & Артиков, Х. (2021). Цели и этапы совершенствования туристической инфраструктуры на увеличение доли валового производства узбекистана. Интернаука, (4-2), 94-96.
9. Тешабаева, О. Н. (2020). Формирование национальной модели развития туризма в узбекистане. Студенческий, (18-4), 5-8.

10. Teshabayeva, O. N. (2022). Development of a personnel management system in the hotel business. *Ilm-zakovatimiz – senga, ona-Vatan!” mavzusidagi Respublika onlayn ilmiy-amaliy Anjuman*, 4, 37-38.
11. Тешабаева, О. Н. (2022). Статистический анализ развития туризма в Узбекистане. *ОАК. Педагогика ва психология журнали-Таълим тизимида ижтимоий гуманитар фанлар*, 1, 104-112.
12. Mahmudovna, G. G., & Nasridinovna, T. O. Role of information systems on tourism development in Uzbekistan.
13. Teshabaeva, O., & Karimova, M. (2023). O'zbekiston iqtisodiyotini investitsiyalash jarayonlari, uning rivojlanish tendensiyalari va xususiyatlari. *Евразийский журнал академических исследований*, 3(5 Part 4), 93-100.
14. Тешабаева, О. Н., & Суфиев, Р. (2022). Оценка путей и эффективности привлечения инвестиций в реальный сектор экономики. *Инновационные исследования в современном мире: теория и практика*, 1(17), 196-200.
15. Тешабаева, О. Н., & Содиков, Н. А. Ў. (2022). Ўзбекистонда давлат бюджет маблағларидан молиялаштириш жараёнининг истиқболли йўллари. *Scientific progress*, 3(4), 225-231.
16. Teshabaeva, O., & Qosimov, M. (2022). Priority tasks and ways to solve them in ensuring employment of the population in Uzbekistan. *International journal of social science & interdisciplinary research issn: 2277-3630 Impact factor: 7.429*, 11(10), 148-154.
17. Teshabaeva, O., & Yulchiev, A. (2022). Innovative marketing strategy aimed at maximizing the development of the tourist industry in Uzbekistan. *Asia pacific journal of marketing & management review issn: 2319-2836 Impact Factor: 7.603*, 11(05), 1-6.

18. Тешабаева, О. Н. (2022). Аҳоли молиявий саводхонлиги ўсишининг тадбиркорлик фаолияти ва даромадлар даражасининг ошишига таъсири. *Gospodarka i Innowacje.*, 29, 348-355.
19. Gulirano, K., & Mohinur, J. (2022). Analysis of the state of organization of activities of food industry enterprises of the real sector. *asia pacific journal of marketing & management review issn: 2319-2836 Impact Factor: 7.603*, 11(09), 37-43.
20. Olimova, N., Teshabaeva, O., Joraeva, N., & Mamajonova, D. (2022). Ways to increase the competitiveness of enterprises in the conditions of modernization of the economy. *Scientific progress*, 3(3), 270-275.
21. Тешабаева, О. Н., & Ташматова, Н. Х. (2023). Ўзбекистон республикасида аграр секторда тадбиркорлик ривожланишининг ўзига ҳос жиҳатлари. *Academic research in educational sciences*, 4(1), 22-30.
22. Тешабаева, О. Н., & Ахунова, О. (2021). Развитие цифровой экономики Узбекистана и его основные направления. *Pedagogical sciences and teaching methods*, 6, 85-92.
23. Axunova, O., Teshabaeva, O., & Yulchiev, A. (2021). Analysis of the status, movement and level of funding of fund funds in foreign enterprises. *Academicia: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(3), 450-460.
24. Юлчиев, А. О. (2022). Ўзбекистон иқтисодиёти ривожлантиришда бюджет ташкилотларини молиялаштириш. *Modern scientific research achievements*, 1, 6-11.
25. Ergashovna, A. O., & Eshmuhammadovna, S. D. (2022). Efficiency of using modern management methods in management of enterprises. *Eurasian Journal of Law, Finance and Applied Sciences*, 2(2), 107-114.
26. Тешабаева, О. Н., & Исроилов, Х. И. Ў. (2022). Ўзбекистонда сув хўжаликлари тизимини бошқариш иқтисодий-молиявий механизмидаги

- ўзгаришларнинг асосий йўналишлари. Talqin va tadqiqotlar ilmiy-uslubiy jurnali, 4(4), 103-110.
27. Тешабаева, О. Н., Тоиржонова, Ш. Ш. К., & Тухтасинова, С. Д. К. (2022). Инновационный подход к развитию промышленного сектора узбекистана в условиях углубления структурных изменений. *ceteris paribus*, (2), 41-44.
28. Тешабаева, О., & Нишонбоев, Д. (2022). Направления совершенствования бюджетной политики в новом Узбекистане. Таълим ва тадқиқотлар республика илмий-услубий журнали, 56-61.
29. Тешабаева, О. Н., & Махкамов, К. А. Ў. (2022). Анализ эволюционных и рациональных взглядов на теорию денег. *Scientific progress*, 3(5), 8-13.
30. Jamoliddinova, M. D. (2023). Strategy for the development of innovative tourism services in the field of marketing in Uzbekistan. Publishing House “Baltija Publishing”.