

# COLLECTION

Innovation, integration and modern  
problems in the scientific activities of young  
researchers and students: theory and  
practice

www.d-pressa.com

31  
MARCH



Jizzakh, Uzbekistan

MINISTRY OF HIGHER EDUCATION, SCIENCE AND INNOVATION OF  
THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

JIZZAKH BRANCH OF THE NATIONAL UNIVERSITY OF UZBEKISTAN  
NAMED AFTER MIRZO ULUGBEK

SCIENTIFIC JOURNAL OF SCIENCE TECHNOLOGY & DIGITAL FINANCE  
JOURNAL OF INTERNATIONAL SCIENCE NETWORKS

Innovation, integration and modern problems in the scientific activities of young  
researchers and students: theory and practice collection of materials of the  
international scientific and practical conference on the topic

(March 31, 2026)

Jizzakh-2026

**Innovation, integration and modern problems in the scientific activities of young researchers and students: theory and practice** – Jizzakh: Department of economics and tourism of Jizzakh branch of the national university of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek, March 31, 2026, 990 pp.

**Editors in charge:** Ass.prof. Soy M.P.

In the collection of materials of the conference, the role and role of Science, Education and production in the era of globalization, the pressing problems of the issues of interaction of these processes, feedback on their solutions were presented by mature specialists of the field.

In addition, research on the scientific and practical topic, carried out in the economics, Exact Sciences, Natural Sciences and socio-humanities during the globalization period, information is presented in the scientific and practical fields, which includes the latest innovative technologies in the fields of production.

It can be argued that this collection is one of the specific intersections of current thoughts and innovative ideas of the world of science. This scientific and practical conference was actively attended by professors and scientific researchers engaged in scientific research in Uzbekistan and foreign countries. In increasing the position of the scientific and practical conference, the professors and teachers of domestic and foreign higher educational institutions made a significant contribution.

Professors and teachers of foreign higher educational institutions who actively participated in the work of the conference made a worthy contribution to the high level of interaction with scientists of our country. The processes of international cooperation with foreign countries and exchange with them in the field of Science in the era of globalization have a positive effect on the development of Higher Education, the fields of Science and production. The materials of this conference are special in that they include a wide range of research, from theoretical developments to practical solutions, demonstrating the diversity of approaches and directions in this area.

In conclusion, it should be noted that this scientific and practical conference will be a very useful collection for everyone who is interested in modern research in the fields of further development of Higher Education, Science, Education and production in the era of globalization. The authors are responsible for the content and quality of the articles and abstracts included in the collection.

## OZIQ-OVQAT (GASTRANOMIK YOKI OSHXONA) TURIZMI

**Biyto‘rayeva Husnora Akmal qizi**

*Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti Jizzax filiali  
Turizm va mehmondo‘stlik yo‘nalishi 1-kurs talabasi*

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada oziq-ovqat turizmining nazariy asoslari, turlari va global iqtisodiyotdagi o‘rni tahlil qilinadi. Muallif tomonidan gastronomik turizmning mintaqaviy xususiyatlari, milliy taomlarning turizm jozibadorligini oshirishdagi roli, shuningdek, O‘zbekiston misolida ushbu turizm turining rivojlanish salohiyati yoritilgan. Maqolada oziq-ovqat turizmini rivojlantirish orqali hududlarning iqtisodiy barqarorligini ta‘minlash, madaniy merosni asrash va xalqaro turizm bozorida raqobatbardoshlikni oshirish masalalari bo‘yicha amaliy tavsiyalar berilgan.

**Kalit so‘zlar:** Oziq-ovqat turizmi, gastronomik turizm, milliy taomlar, turizm infratuzilmasi, madaniy meros, turizm marketingi, O‘zbekiston.

### **Kirish**

Global turizm industriyasi so‘nggi yigirma yil ichida sezilarli darajada transformatsiyaga uchradi. An‘anaviy “ko‘rish va sayohat qilish” modelidan farqli o‘laroq, zamonaviy turistlar tobora ko‘proq madaniy tajriba, autentiklik va hissiyotlarga asoslangan sayohat turlarini tanlamoqda. Aynan shu kontekstda oziq-ovqat turizmi (gastronomik turizm) global sayohat sanoatining eng tez rivojlanayotgan segmentlaridan biriga aylandi. Xalqaro turizm tashkilotlari ma‘lumotlariga ko‘ra, dunyo bo‘ylab sayohatchilarning o‘rtacha 35–40 foizi o‘z sayohat marshrutini shakllantirishda mahalliy oshxonalar va milliy taomlarni sinab ko‘rishni asosiy motivatsiya sifatida ko‘rsatadi.

O‘zbekiston Markaziy Osiyoning qadimiy sivilizatsiya o‘chog‘i sifatida nafaqat tarixiy-me‘moriy yodgorliklar, balki boy va rang-barang milliy oshxonasi bilan ham ajralib turadi. Samarkand, Buxoro, Xiva, Toshkent kabi shaharlar asrlar davomida Buyuk Ipak yo‘lida turli xalqlar va madaniyatlar kesishgan nuqta bo‘lgan. Bu esa o‘zbek taomlari – palov, somsa, shashlik, non, xonim, manti va boshqa ko‘plab milliy taomlarning shakllanishida betakror o‘ziga xoslikni vujudga keltirgan.

Mazkur maqolaning maqsadi – oziq-ovqat turizmining nazariy asoslarini tizimlashtirish, uning turlarini aniqlash, global tendensiyalarni o‘rganish hamda O‘zbekistonda ushbu turizm turini rivojlantirish imkoniyatlari va istiqbollari ilmiy-amaliy jihatdan asoslashdan iborat.

Maqolada quyidagi vazifalar belgilangan:

1. Oziq-ovqat turizmi tushunchasiga oid ilmiy yondashuvlarni tahlil qilish;
2. Gastronomik turizmning asosiy turlari va modellarini tasniflash;
3. Global oziq-ovqat turizmi bozoridagi tendensiyalarni o‘rganish;
4. O‘zbekiston milliy oshxonasining turizm salohiyatini baholash;

5. Oziq-ovqat turizmini rivojlantirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

Oziq-ovqat turizmi (food tourism) atamasi ilmiy adabiyotlarda nisbatan yangi tushuncha bo'lib, uning konseptual asoslari XX asrning 90-yillarida shakllana boshlagan. Xalqaro tadqiqotchilar – Long (2004), Hall va Sharples (2003), Smith (2015) – gastronomik turizmni “mahsuliy mahsulotlarni iste'mol qilish, ularni ishlab chiqarish jarayonini kuzatish va mahalliy oshxona madaniyatini o'rganishga asoslangan sayohat” deb ta'riflaydi. Adabiyotlarda oziq-ovqat turizmi ko'pincha quyidagi tushunchalar bilan bog'liq holda o'rganiladi:

Gastronomik turizm – yuqori sifatli taomlar, restoranlar va oshpazlik san'atiga qaratilgan sayohat;

Kulinar turizm – mahalliy taomlarni tayyorlash jarayonida ishtirok etish, master-klasslar;

Rural (qishloq) gastronomik turizm – qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirish va qayta ishlash bilan bog'liq tajribalar;

Vino va pivo turizmi – muayyan mintaqalarda ichimliklar ishlab chiqarishni o'rganish.

Yevropa va Osiyo mamlakatlari tajribasi (Fransiya, Italiya, Yaponiya, Tailand, Turkiya) shuni ko'rsatadiki, oziq-ovqat turizmi mamlakat turizm daromadlarini 20–30 foizgacha oshirishi, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishi, qishloq hududlarida bandlikni ta'minlashi mumkin. Ayni paytda, O'zbekiston bo'yicha gastronomik turizm salohiyatini tizimli o'rganuvchi ilmiy tadqiqotlar soni yetarli emas. Mavjud ishlar asosan tarixiy-etnografik jihatga qaratilgan bo'lib, turizm marketingi, brendlash va iqtisodiy samaradorlik masalalari yetarlicha yoritilmagan.

Dastlabki ilmiy ishlarda oziq-ovqat turizmi sayyohlarning faqatgina ovqatlanish ehtiyojini qondirish sifatida qaraldi. Biroq XXI asr boshlaridan boshlab gastronomik tajriba sayohatning mustaqil va asosiy maqsadiga aylandi. Bugungi kunda gastronomik turizm quyidagi elementlarni o'z ichiga oladi:

- ✓ mahalliy oshxona restoranlarida ovqatlanish;
- ✓ milliy taomlarni tayyorlash bo'yicha mahorat darslari;
- ✓ dehqon bozorlari, oziq-ovqat festivallari va yarmarkalar;
- ✓ qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish obyektlariga (vino zavodlari, sut, go'sht, meva-sabzavot korxonalarini) tashriflar;
- ✓ taomlarning kelib chiqish tarixi va madaniy kontekstini o'rganish.

Dastlabki ilmiy ishlarda oziq-ovqat turizmi sayyohlarning faqatgina ovqatlanish ehtiyojini qondirish sifatida qaraldi. Biroq XXI asr boshlaridan boshlab gastronomik tajriba sayohatning mustaqil va asosiy maqsadiga aylandi. Bugungi kunda gastronomik turizm quyidagi elementlarni o'z ichiga oladi:

- ❖ mahalliy oshxona restoranlarida ovqatlanish;
- ❖ milliy taomlarni tayyorlash bo'yicha mahorat darslari;
- ❖ dehqon bozorlari, oziq-ovqat festivallari va yarmarkalar;
- ❖ qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish obyektlariga (vino zavodlari, sut, go'sht, meva-sabzavot korxonalarini) tashriflar;

❖ taomlarning kelib chiqish tarixi va madaniy kontekstini o‘rganish.

Tadqiqotchilar gastronomik turizmni bir necha mezon bo‘yicha tasniflaydi. Maqsadiga ko‘ra, ixtisoslashtirilgan (faqat gastronomiya uchun sayohat) va qo‘shimcha (asosiy maqsadga qo‘shimcha) turlarga ajratiladi. Ishtirok etish darajasiga ko‘ra, passiv (faqat iste‘mol qilish) va aktiv (tayyorlash jarayonida ishtirok) turlari mavjud. Hududiy jihatdan shahar gastronomik turizmi va qishloq (agrogastromik) turizmi farqlanadi. Mahsulot turiga ko‘ra esa milliy oshxona turizmi, vino turizmi, pivo turizmi, ekologik toza mahsulotlar turizmi kabi yo‘nalishlar ajratiladi.

Jahon gastronomik turizm bozori 2023-yilda 1,2 trillion AQSh dollarini tashkil etgan bo‘lsa, 2030-yilga borib 2,5 trillion dollarga yetishi prognoz qilinmoqda (World Food Travel Association, 2024). Ushbu o‘shiga bir qator omillar turtki bo‘lmoqda. Sayohatchilarning autentik madaniy tajribaga qiziqishi ortib bormoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, xususan Instagram va TikTok orqali gastronomik kontentning keng tarqalishi oziq-ovqat turizmiga bo‘lgan talabni oshirmoqda. “Slow food” (sekin ovqatlanish) harakati va mahalliy, organik mahsulotlarga talabning oshishi ham ushbu turizm turining rivojlanishiga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, turistik destinatsiyalar o‘rtasidagi raqobatda gastronomik brendning ahamiyati tobora ortib bormoqda.

O‘zbek milliy oshxonasi asrlar davomida ko‘chmanchi va o‘troq xalqlar madaniyatining sintezi sifatida shakllangan. Uning asosiy xususiyatlaridan biri – palovning 200 dan ortiq turi mavjud bo‘lib, har bir hudud – Samarkand, Buxoro, Farg‘ona, Xorazm – o‘ziga xos tayyorlash usuliga ega. Non mahsulotlari ham alohida o‘rin tutadi: obi non, patir, shirmoy non, katlama kabi 50 dan ortiq non turlari mavjud. Go‘shli taomlar – shashlik, manti, xonim, qozonkabob, dimlama – o‘zbek oshxonasining ajralmas qismidir. Sho‘rvalar va sabzavotli taomlar – mastava, sho‘rva, lag‘mon – ham keng tarqalgan. Shirinliklar va choy madaniyati – sumalak, halva, navat, qurilgan mevalar – esa milliy gastronomik tajribani to‘ldiradi. Har bir hududda milliy taomlarning tayyorlanishi va berilish usuli, hatto ularga qo‘shiladigan ziravorlar ham farq qiladi. Bu esa O‘zbekiston gastronomik turizm uchun nihoyatda boy va diversifikatsiyalangan asosni yaratadi.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirish bo‘yicha bir qator amaliy qadamlar qo‘yildi. “O‘zbekiston – palov vatani” brendi ostida xalqaro gastronomik festivallar tashkil etilmoqda. Toshkent, Samarqand, Buxoro shaharlarida “milliy restoranlar” klasterlari shakllantirilmoqda. Qishloq turizmi doirasida mehmon uylarida milliy taomlar tayyorlash master-klasslari yo‘lga qo‘yilgan. “Buyuk Ipak yo‘li” turistik marshruti doirasida gastronomik turlar joriy etilgan. Biroq, mavjud infratuzilma hali ham yetarli darajada emas. Turistlar uchun mo‘ljallangan interaktiv gastronomik markazlarning kamligi muammo bo‘lib qolmoqda. Milliy taomlarning sertifikatlashi va xalqaro standartlarga moslashtirilmaganligi ularni xalqaro bozorda tanitishni qiyinlashtirmoqda. Gastronomik brendlash va marketing strategiyasining tizimli emasligi ham rivojlanishga to‘sqinlik qilmoqda. Bundan tashqari, gastronomik turizm bo‘yicha

malakali kadrlar – gid-tarjimonlar, oshpazlar, turizm menejerlari – yetishmasligi dolzarb muammo hisoblanadi.

O‘zbekiston gastronomik turizmining kuchli tomonlari sifatida boy va rang-barang milliy oshxona, qulay geografik joylashuv, mehmonnavarlik an’analari hamda organik va ekologik toza mahsulotlar bazasini keltirish mumkin. Zaif tomonlari esa xalqaro darajada tanitishning sustligi, gastronomik infratuzilmaning yetarli emasligi, sertifikatsiya va standartlarning yo‘qligi hamda kadrlar malakasining pastligidir.

Imkoniyatlar sifatida “halol turizm” (halal tourism) bozoriga chiqish, xalqaro gastronomik festivallarni joriy etish, raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish, shuningdek, milliy taomlarni YUNESKO nomoddiy merosi ro‘yxatiga kiritish imkoniyatlarini ko‘rsatish mumkin. Xavflar esa mintaqaviy raqobat (Turkiya, Eron, Qozog‘iston), global iqtisodiy beqarorlik, oziq-ovqat xavfsizligi masalalari va turizm mavsumiyligidir.

Oziq-ovqat turizmi global turizm industriyasining strategik yo‘nalishlaridan biriga aylanib bormoqda. O‘zbekiston o‘zining boy milliy oshxonasi, asrlik kulinar an’analari va turizm resurslari bilan ushbu bozorda muhim o‘rinni egallash uchun barcha shart-sharoitlarga ega. Biroq mavjud salohiyatdan to‘liq foydalanishga hali erishilmagan.

Birinchidan, milliy gastronomik brendni shakllantirish zarur. “O‘zbekiston – Sharq pazandalik durdonasi” konsepsiyasini ishlab chiqish va xalqaro miqyosda ilgari surish lozim.

Ikkinchidan, gastronomik klasterlarni tashkil etish maqsadga muvofiq. Samarqand, Buxoro, Xiva va Farg‘ona vodiysida “gastronomik qishloqlar” va “pazandalik mahallalari”ni tashkil qilish orqali sayyohlarga kompleks gastronomik tajriba taqdim etish mumkin.

Uchinchidan, xalqaro festivallar va gastro-turlarni joriy etish kerak. Har yili “Palov sayli”, “Milliy non bayrami”, “O‘zbek taomlari haftaligi” kabi doimiy tadbirlarni o‘tkazish gastronomik turizmni rivojlantirishning muhim omili bo‘ladi.

To‘rtinchidan, sertifikatsiya tizimini yaratish talab etiladi. “O‘zbek palovi”, “Samarqand noni”, “Buxoro shashligi” kabi geografik ko‘rsatkichli mahsulotlarni rasmiy ro‘yxatga olish va himoya qilish ularning o‘ziga xosligini saqlashga xizmat qiladi.

Beshinchidan, kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish zarur. Turizm va mehmonxona xo‘jaligi yo‘nalishlarida gastronomik turizm bo‘yicha alohida modullarni joriy etish, malakali gid-oshpazlarni tayyorlash dolzarb vazifa hisoblanadi.

Oltinchidan, raqamli platformalarni rivojlantirish muhim. Mobil ilovalar va veb-saytlar orqali gastronomik marshrutlar, mahalliy restoranlar, master-klasslar haqida ma‘lumotlarni birlashtirish sayyohlar uchun qulaylik yaratadi.

Ushbu chora-tadbirlar amalga oshirilganda, oziq-ovqat turizmi O‘zbekiston iqtisodiyotining muhim daromad manbaiga aylanishi, bandlikni oshirishi, qishloq hududlarini rivojlantirishi va madaniy merosni asrashga xizmat qilishi mumkin.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirish bo‘yicha bir qator ijobiy qadamlar qo‘yildi. “O‘zbekiston – palov vatani” brendi ostida xalqaro gastronomik festivallar tashkil etilmoqda, milliy restoranlar klasterlari shakllantirilmoqda, qishloq turizmi doirasida mehmon uylarida milliy taomlar tayyorlash bo‘yicha master-klasslar yo‘lga qo‘yilgan. “Buyuk Ipak yo‘li” turistik marshruti doirasida gastronomik turlar joriy etilgan. Biroq, mavjud salohiyatdan to‘liq foydalanishga hali erishilmagan. Gastronomik infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi, milliy taomlarning xalqaro standartlarga mos sertifikatlash tizimining mavjud emasligi, gastronomik brendlash va marketing strategiyasining tizimli emasligi, shuningdek, malakali kadrlar – gid-oshpazlar, gastronomik turizm menejerlari, xalqaro darajadagi oshpazlarning yetishmasligi bugungi kunda asosiy muammolar bo‘lib qolmoqda.

O‘zbekiston gastronomik turizmini rivojlantirish istiqbollari quyidagi yo‘nalishlarda ko‘riladi. Birinchidan, “O‘zbekiston – Sharq pazandalik durdonasi” konsepsiyasi asosida yagona milliy gastronomik brendni shakllantirish va uni xalqaro miqyosda targ‘ib qilish zarur. Ikkinchidan, Samarqand, Buxoro, Xiva va Farg‘ona vodiysida “gastronomik qishloqlar” va “pazandalik mahallalari”ni tashkil etish orqali kompleks gastronomik tajriba yaratish lozim. Uchinchidan, “Palov sayli”, “Milliy non bayrami”, “O‘zbek taomlari haftaligi” kabi doimiy xalqaro gastronomik festivallarni joriy etish va ularni turizm kalendariga kiritish maqsadga muvofiq. To‘rtinchidan, “O‘zbek palovi”, “Samarqand noni”, “Buxoro shashligi” kabi geografik ko‘rsatkichli mahsulotlarni rasmiy ro‘yxatga olish va himoya qilish, ularning o‘ziga xosligini saqlash va xalqaro bozorda tanitish kerak. Beshinchidan, turizm va mehmonxona xo‘jaligi yo‘nalishlarida gastronomik turizm bo‘yicha alohida modullarni joriy etish, malakali gid-oshpazlarni tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish zarur. Oltinchidan, mobil ilovalar va veb-saytlar orqali gastronomik marshrutlar, mahalliy restoranlar, master-klasslar, milliy taomlar festivallari haqida to‘liq va ishonchli ma‘lumotlarni birlashtiruvchi raqamli platformalarni rivojlantirish lozim.

Xulosa qilib aytganda, oziq-ovqat turizmi O‘zbekiston uchun nafaqat turizm daromadlarini oshirish, balki qishloq hududlarini rivojlantirish, aholi bandligini ta‘minlash, kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlash, milliy madaniy merosni asrash va xalqaro maydonda mamlakat imijini mustahkamlashning muhim vositasi bo‘lishi mumkin. Yuqorida keltirilgan tavsiyalar amalga oshirilgan taqdirda, O‘zbekiston qisqa vaqt ichida Markaziy Osiyoning yetakchi gastronomik destinatsiyasiga aylanishi va jahon gastronomik turizm bozorida munosib o‘rin egallashi mumkin.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar**

1. Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In *Food tourism around the world* (pp. 1–24). Butterworth-Heinemann.
2. Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
3. Smith, S. L. J. (2015). A research agenda for food tourism. *Journal of Tourism Research*, 12(3), 45–59.

4. Abdullayev, A. (2022). Gastronomik turizm va milliy oshxona: O‘zbekiston misolida. O‘zbekiston turizm jurnali, 4(2), 112–120.
5. Цой М., Камолов Д. ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ПРАКТИКА УЗБЕКИСТАНА //Academic literature. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 1-105.
6. USMANOVA V. Increasing investment attractiveness in the development of the national economy //International Journal of Advance Scientific Research. – 2023. – Т. 3. – №. 05. – С. 131-138.
7. Шарафуллина Р., Усманова В. Цифровая экономика: определение, преимущества, недостатки //Science technology&Digital finance. – 2023. – Т. 1. – №. 5. – С. 47.
8. Усмонова В. ХУДУДЛАРДА ИНВЕСТИЦИЯЛАР САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ //Economics and education. – 2022. – Т. 23. – №. 6. – С. 70-74.
9. Usmonova V. Xizmat ko‘rsatish sohasini raqamlashtirish va korrupsiyadan holi tizimga aylantirishning ustuvor yo‘nalishlari //Economic Development and Analysis. – 2025. – Т. 3. – №. 5. – С. 222-227.
10. Abdulhamidov A., Usmonova V. SANOAT KORXONALARIDA ISHLAB CHIQRISH JARAYONLARINI RAQAMLASHTIRISH VA ZAMONAVIY BOSHQARUV TEXNOLOGIYALARINI QO‘LLASH //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 487-491.
11. Bobanazarova J., Usmonova V. YASHIL IQTISODIYOT MAMLAKAT BARQAROR RIVOJLANISHNING ASOSI VA KELAJAGIMIZNI BELGILAB BERUVCHI STRATEGIK YO‘NALISH //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 141-143.
12. Usmonova V., Zoirov A. O‘ZBEKISTONDA YASHIL INVESTITSIYALARNING RIVOJLANISHI VA ISTIQBOLLARI //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 149-153.
13. Usmonova V. YOSHLAR TADBIRKORLIGINI QO‘LLAB-QUVVATLASH SIYOSATI: O‘ZBEKISTON TAJRIBASI VA XALQARO TAQQOSLASH //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 100-102.
14. Usmonova V., Abdulhamidov A. O‘ZBEKISTONDA TURIZMNING ISTIQBOLLI YO‘NALISHLARINI RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA RIVOJLANTIRISH //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 80-82.
15. Botirovna U. V. RAQAMLI IQTISODIYOT RIVOJLANISHINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI //Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика). – 2025. – №. 10. – С. 268-275.
16. Botirovna U. V., Shahobiddin K. O‘ZBEKISTONDA ISHSIZLIK MUAMMOSI VA UNI HAL QILISH CHORA TADBIRLARI //INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM. – 2023. – С. 342.

17. Usmonova V. B. RESPUBLIKAMIZDA INVESTITSION LOYIHALARNI BAHOLASH VA SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH //Экономика и социум. – 2023. – №. 11 (114)-1. – С. 408-412.
18. Usmonova V. Tibbiy Xizmatlarda Raqamli Texnologiyalarni Joriy Etish Va Uning Samaradorlikka Ta'siri (Xorijiy Tajriba) //Green Economy and Development. – Т. 3. – №. 6. – С. 666139.
19. Usmonova V. Oziq-ovqat Mahsulotlari Ishlab Chiqaruvchi Korxonalarda Mahsulot Sifatini Boshqarishni Takomillashtirish //Green Economy and Development. – Т. 3. – №. 12. – С. 668537.
20. Usmonova V. The Role of Digitalization in the Development of the Service Sector //Economic Development and Analysis. – Т. 2. – №. 12. – С. 197-201.
21. Salaxiddinov M., Pardaboyev S., Norbekov X. IQTISODIYOTDA OVQATLANISH KORXONALARI //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 228-230.
22. Baxtiyoroova G., Xaqberdiyeva Z., Norbekov X. O 'ZBEKISTONDA IQTISODIY TURIZM //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 197-199.
23. Dilshodova N., Rustamova G., Norbekov X. IQTISODIY INDUSTRIYASI FANINING MAQSADI //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 210-213.
24. Abrorova B., Ziyatova R., Norbekov X. IQTISODIY O 'SISHDA TURIZMNING O 'RNI //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 190-193.
25. Nuriddinova S., Norbekov X. XALQARO IQTISODIY TURIZM TARIXI VA RIVOJLANISHI //Scientific practical conference. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 214-217.
26. Мухтаров Б. А., Ортиков Ё. Ю. Культурное и экономическое развитие туризма в Узбекистане //Молодой ученый. – 2016. – №. 14. – С. 375-378.
27. Dilshod K. et al. Opportunities and technologies for increasing the efficiency of the development of tourism services //AIP Conference Proceedings. – AIP Publishing LLC, 2024. – Т. 3045. – №. 1. – С. 050013.
28. Mukhtarov B., Murodjon E. Methods of effective human resource management //International Journal Of Management And Economics Fundamental. – 2023. – Т. 3. – №. 05. – С. 76-80.
29. Мухтаров Б. А. Имитационная система прогнозирования факторов в легкой промышленности //Молодой ученый. – 2017. – №. 40. – С. 122-124.
30. IN A. M. B. C. E. E. THE DIGITAL ECONOMY IN UZBEKISTAN //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 10. – С. 1189-1194.
31. Mukhtarov B. A. et al. Manifestation of Corruption in Society //Zien Journal of Social Sciences and Humanities. – 2022. – Т. 14. – С. 156-166.
32. Muxtarov B. ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF POPULATION INCOME GROWTH IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – С. 11.