



KORXONALAR FAOLIYATIDA ELEKTRON BIZNESDAN FOYDALANISH

ORTIQOV FARMONBOY RAXMON O‘G‘LI

O‘zbekiston, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, “Iqtisodiyot fakulteti” talabasi

E-mail: farmonboyortiqov1@gmail.com **Telefon raqami:** +99899 771 45 05

MEXRIDDINOV FAHRIDDIN ASQAR O‘G‘LI

O‘zbekiston, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, “Iqtisodiyot fakulteti” talabasi

E-mail: fahriddinmexriddinov@gmail.com **Telefon raqami:** +99899 136 35 73

Annotatsiya: Ushbu mavzuda elektron biznes yani korxonalarining elektron tijorati haqida ma’lumot berilgan

Kalit so‘zlar: Elektron biznes, Korxonalar faoliyati, Marketing

Abstract: This topic provides information about e-business, that is, e-commerce of enterprises

Keywords: E-business, Enterprise activity, Marketing

Аннотация: В данной теме представлена информация об электронном бизнесе, то есть электронной коммерции предприятий.

Ключевые слова: Электронный бизнес, Предпринимательская деятельность, Маркетинг

Aktivlarni tasarruf etish natijasida kelib chiqadigan iqtisodiy foydalarning pasayishi (pul, boshqa mulk) va (yoki) majburiyatlarning paydo bo‘lishi, ushbu tashkilot kapitalining pasayishiga olib keladi, ishtirokchilar (mulk egalari) qarori bilan badallarning kamayishi bundan mustasno. Oddiy faoliyat uchun xarajatlar; Boshqa xarajatlar;

Oddiy faoliyat uchun xarajatlar bu mahsulot ishlab chiqarish va mahsulot sotish, tovarlarni sotib olish va sotish bilan bog‘liq xarajatlardir. Bunday xarajatlar, shuningdek, amalga oshirish ishlarni bajarish, xizmatlar ko‘rsatish bilan bog‘liq bo‘lgan xarajatlar deb hisoblanadi.

Asosiy vositalar, nomoddiy aktivlar va boshqa amortizatsiya aktivlari qiymatini amortizatsiya ajratmalari shaklida qoplash ham oddiy faoliyat uchun xarajatlar sifatida qaraladi. Oddiy faoliyat uchun xarajatlarni quyidagilar shakllantiradi: Xom ashyo, material, tovar va boshqa zaxiralarni sotib olish bilan bog‘liq xarajatlar; Mahsulotlarni ishlab chiqarish, ishlarni bajarish va xizmatlar ko‘rsatish va ularni sotish, shuningdek tovarlarni sotish (qayta sotish) uchun to‘g‘ridan-to‘g‘ri zaxiralarni qayta ishlash (qayta ko‘rib chiqish) jarayonida yuzaga keladigan xarajatlar (asosiy vositalarni va boshqa uzoq muddatli aktivlarni saqlash va ulardan foydalanish xarajatlari, shuningdek ularni yaxshi holatda saqlash, biznes xarajatlari, ma’muriy xarajatlar va boshqalar). Oddiy faoliyat uchun xarajatlarni shakllantirishda ularni quyidagi elementlar bo‘yicha guruhlash ta’minlanishi kerak:

1. Moddiy xarajatlar;



2. Ish haqi xarajatlari;
3. Amortizatsiya;
4. Boshqa xarajatlar.

Buxgalteriyada boshqaruv maqsadlari uchun xarajatlarni hisobga olish xarajatlar moddasi bo'yicha tashkil etiladi. Xarajatlarning ro'yxati tashkilot tomonidan mustaqil ravishda belgilanadi.

Tashkilotni shakllantirish maqsadlari uchun faoliyatining moliyaviy natijasini keng tarqalgan turlari faoliyat sotilgan mahsulotlar, mahsulotlar, ishlar, xizmatlarning tannarxi bilan belgilanadi, bu hisobot yilida ham, oldingi hisobot davrlarida ham tan olingan oddiy faoliyat uchun xarajatlar va keyingi hisobot davrlarida daromad olish bilan bog'liq xarajatlarni qoplash asosida hosil bo'ladi. mahsulotlarni ishlab chiqarish, ishlarni bajarish va xizmatlar ko'rsatish va ularni sotish, shuningdek tovarlarni sotish (qayta sotish) xususiyatlariga qarab tuzatishlarni hisobga olish. Shu bilan birga, tijorat va ma'muriy xarajatlar sotilgan mahsulotlar, mahsulotlar, ishlar, xizmatlarning tannarxi hisobot yilida ularni oddiy faoliyat uchun xarajatlar sifatida to'liq tan olinishi mumkin.

Tashkilot aktivlaridan vaqtincha foydalanish (vaqtincha egalik qilish va foydalanish) uchun haq evaziga ta'minot bilan bog'liq xarajatlar; Ixtirolar, sanoat namunalari va boshqa intellektual mulk turlariga patentlardan kelib chiqadigan huquqlarni haq evaziga berish bilan bog'liq xarajatlar; Asosiy vositalarni va boshqa pul mablag'larini (chet el valyutasidan tashqari), tovarlarni, mahsulotlarni sotish, tasarruf etish va boshqa hisobdan chiqarish bilan bog'liq xarajatlar; Tashkilot tomonidan unga foydalanish uchun mablag'lar (kreditlar, kreditlar) taqdim etganligi uchun to'lanadigan foizlar; Hissa taxminiy zaxiralar buxgalteriya qoidalariga muvofiq tuzilgan (shubhali qarzlarni uchun zaxiralar, investitsiyalarning amortizatsiyasi uchun qimmat baho qog'ozlar va boshqalar), shuningdek kutilmagan faktlarni tan olish bilan bog'liq holda yaratilgan qoidalar iqtisodiy faoliyat; Tashkilot tomonidan etkazilgan zararni qoplash; Hisobot yilida tan olingan o'tgan yillardagi zararlar; Miqdor kutilgan tushim, muddati tugagan cheklash muddati, undirish uchun real bo'lmagan boshqa qarzlarni;

- Valyuta farqlari;
- Aktivni pastga tushirish miqdori;

Xayriya faoliyati, sport tadbirlari, dam olish, ko'ngil ochish, madaniy-ma'rifiy tadbirlar va boshqa shu kabi tadbirlar uchun xarajatlar bilan bog'liq mablag'larni o'tkazish (badallar, to'lovlar va boshqalar); Boshqa xarajatlar (bu iqtisodiy faoliyatning favqulodda holatlari (tabiiy ofat, yong'in, baxtsiz hodisa, mol-mulkni milliyashtirish va hk) natijasida kelib chiqadigan xarajatlardir). Sanoat va boshqa ishlab chiqarishni amalga oshiradigan tashkilotlarda faoliyat, xarajatlar noishlab chiqarish yoki tijorat xarajatlarini o'z ichiga oladi. Mahsulotlarni (ishlarni, xizmatlarni) sotish bilan bog'liq xarajatlar, xarajatlarni o'z ichiga oladi: Tayyor mahsulotlar omborlarida mahsulotlarni qadoqlash va qadoqlash uchun; Vagonlarga, kemalarga, avtoulavlarga va boshqa transport vositalariga yuklarni jo'nab ketish stantsiyasiga (iskala) etkazib berish; Savdo va boshqa vositachilar tomonidan to'lanadigan komissiya to'lovlari Vakillik va shunga o'xshash boshqa xarajatlar. Shakl 1. Tarkibi, maqsadlari va axborot bazasi xarajatlarni tahlil qilish

Korxonalar faoliyatida elektron biznesdan foydalanishning asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat:

1. Global ta'sir: Elektron biznes korxonalarga geografik to'siqlarni yo'q qilib, an'anaviy chegaralardan tashqarida mijozlar bazasini kengaytirib, global auditoriyaga kirish imkonini beradi.



2. Maxsus imkoniyatlar kengaytirildi: E-biznes 24/7 foydalanish imkoniyatini beradi, bu esa mijozlarga o‘zlariga qulay bo‘lgan vaqtda biznesni ko‘rish, xarid qilish va ular bilan muloqot qilish imkonini beradi, bu esa mijozlar ehtiyojini qondirish darajasini oshiradi.

3. Iqtisodiy marketing: Onlayn marketing va reklama usullari odatda an‘anaviy kanallarga qaraganda ancha tejamkor bo‘lib, korxonalarga xarajatlarni minimallashtirish bilan birga kengroq auditoriyani qamrab olish imkonini beradi.

4. Yaxshilangan samaradorlik: E-biznes inventarlarni boshqarish, buyurtmalarni qayta ishlash va mijozlarga xizmat ko‘rsatish kabi turli biznes jarayonlarini soddalashtiradi, natijada samaradorlik va samaradorlik oshadi.

5. Kengaytirilgan mijozlar tushunchasi: Elektron biznes korxonalarga xaridorlarning xarid qilish xatti-harakatlari va afzalliklari kabi qimmatli ma‘lumotlarni to‘plash va tahlil qilish imkonini beradi, ularga marketing strategiyalarini moslashtirish va mijozlar tajribasini yaxshilashga yordam beradi.

6. Ko‘proq moslashuvchanlik: Elektron biznes ish soatlari, joylashuv va biznes modellari bo‘yicha moslashuvchanlikni ta‘minlaydi. Korxonalar bozor talablari va tendentsiyalariga tezda moslashib, raqobatchilardan oldinda turishi mumkin.

7. Hamkorlik va hamkorlik: Elektron biznes korxonalar o‘rtasidagi hamkorlikni osonlashtiradi, bu ularga strategik hamkorlikni yo‘lga qo‘yish, mahsulotlar taklifini kengaytirish va yangi bozorlarga chiqish imkonini beradi.

8. Xarajatlarni kamaytirish: Elektron biznes fizik vitrinalar, qog‘ozga asoslangan jarayonlar va qo‘l mehnati bilan bog‘liq xarajatlarni yo‘q qiladi yoki kamaytiradi, bu esa korxonalar uchun sezilarli xarajatlarni tejashga olib keladi.

9. Innovatsiya va chaqqonlik: Elektron biznes innovatsiyalar va chaqqonlikni rag‘batlantiradi, bu korxonalarga o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga tezda moslashish, yangi mahsulot yoki xizmatlarni joriy etish va raqobatbardoshlikni saqlab qolish imkonini beradi.

10. Yaxshilangan mijozlarga xizmat ko‘rsatish: Elektron biznes mijozlarning shaxsiy o‘zaro aloqalari, buyurtmalarni samarali kuzatish va muammolarni tezda hal qilish imkoniyatlarini taqdim etadi, bu esa mijozlarning qoniqish va sodiqligini oshiradi. Umuman olganda, elektron biznes korxonalarining rivojlanishiga, bozordagi ishtirokini kengaytirishga va raqamli davrda raqobatdosh ustunlikka erishishga yordam beradigan ko‘plab afzalliklarni taqdim etadi.

E-tijorat orqali iste‘molchilar musiqa albomlari, videolar yoki kitoblar singari raqamli mahsulotlarni darhol sotib olishlari mumkin va do‘konlari bu raqamli mahsulotlarning cheksiz nusxalarini sotishi mumkin. Bundan tashqari, xodimlarning ish haqi xarajatlari kabi narsalarni ham qisqartiradi, chunki sizda albom, kitoblar yoki filmlarni sotish uchun sizda o‘nlab xodimlarga bir hafta kerak bo‘ladi.

E-tijorat, shuningdek, o‘zingizning biznesingiz jismoniy chakana sotuvchilardan ko‘ra osonlashtirilishiga imkon beradi, chunki ular inventarizatsiya qilish joyi kabi jismoniy cheklovlar bilan bog‘liq emas. Albatta, logistika biznesning o‘sishi bilan yanada chuqurlashib boradi, lekin logistika sohasini kengaytirish, shuningdek, uchinchi tomonning logistika ta‘minotchisi tanlash imkoniyatini beradi.

Elektron tijorat tujjor elektron pochta ko‘rinishida kontakt ma‘lumotlarini qo‘lga kiritganligi sababli, avtomatik va maxsus elektron pochta xabarlarini yuborish juda oson. Bundan tashqari, ushbu korxonalar va o‘lchovlar cookie-lar va iste‘molchining xulq-atvorini monitoring qilishning boshqa usullarini qo‘llash orqali yuqori darajali do‘kon sozlash imkonini beradi.



Barcha ta’minot zanjiri tadbirkorlik bilan bog‘liq elektron tijorat tizimlari bilan bog‘liq bo‘lishi mumkinligi sababli, xaridlar tezkor, oshkora va arzonroq bo‘ladi va valyuta naqd yoki naqd pul bilan ishlov berishga hojat yo‘q, bu esa buxgalteriya xatolarining xarajatlari va imkoniyatlarini qisqartiradi. Nihoyat, elektron tijorat o‘zingizning muvaffaqiyatli elektron tijorat kompaniyasining kalitidir logistikani kuzatish imkonini beradi, shuningdek, past hajmli tovarlarni sotadi. An’anaviy chakana savdo-sotiqni tezkor ko‘chirishga qaratilgan bo‘lsa-da, elektron tijorat iqtisodi katalogga kiritilishi mumkin bo‘lgan asta-sekin va hatto eskirgan mahsulotlarga ruxsat beradi. E-tijorat sizning biznesingizdagi muammolarni hal etish uchun mukammal tanlovdir, ammo elektron pochta sotishdan onlayn chakana savdoga o‘tish uchun bir qator kamchiliklar mavjud.

Ko‘pgina iste’molchilar hali ham o‘zlarining shaxsiy aloqalari va xaridorlarning chakana mavqeiga ega bo‘lgan munosabatlari tufayli g‘isht va ohak do‘konlarini ziyorat qilishni afzal ko‘rishadi. Bundan tashqari, ko‘plab mijozlar mahsulotni sotib olishdan oldin, ayniqsa kiyim-kechak borasida gaplashmoqchi bo‘lishadi, ammo elektron tijorat bu hashamatni yo‘q qiladi.

Xavfsizlik va kredit kartalari bo‘yicha firibgarlik, shuningdek, onlayn xarid-sotuvchilar bilan aloqa qilishda katta xavf tug‘diradi, chunki shaxsiy tafsilotlari elektron tijorat bo‘yicha qo‘lga kiritilsa, korxonalar fishing hujumlari va boshqa turdagi firibgarlik xavflarini boshqaradi ; ikkalasi ham kredit karta firibgarligidan azob chekishi mumkin.

Natijada, iste’molchilar, shuningdek, aldov va aldovchilarni aniqlashda o‘zlarining qobiliyatidan qo‘rqishadi, ya’ni veb-saytingiz ko‘pchilik iste’molchilar uchun ishonchli tarzda himoyalaniishi va tasdiqlanishi kerak.

Xarid qilishni darhol qoniqtiradigan narsa bo‘lsa, iste’molchilar elektron tijorat veb-saytida xarid qilgandan so‘ng, bir muddat bo‘sh qolib ketishadi, chunki ular tez-tez tez yuk jo‘natish uchun ko‘proq pul to‘lashlari kerak yoki pochta xizmati o‘z ishini qilayotganda bir necha kun kutishadi. Bundan tashqari, agar ular o‘zlarining buyurtmasidan qoniqarsiz bo‘lsa, elektron tijoratning ko‘plab chakana savdogarlari o‘zingizning orqaga qaytariladigan logistika funktsiyalarini kengaytirishni talab qiladigan to‘lovlarni qaytarib berishlari kerak, ya’ni tovarlarni jo‘natish va xarajatlarni qoplashni nazarda tutadi. Xarajatlar haqida gapirganda, e-tijorat do‘konini ochish bilan bog‘liq tartib-qoidalar va soliqqa tortishning ko‘pligi bor va tartibga soluvchi organlar elektron tijorat operatsiyalarining soliq oqibatlari haqida hali ham aniq emas. Bu, ayniqsa, sotuvchi va xaridor turli xil hududlar.

Iste’molchilar uchun yaxshi, korxonalar uchun yomon. Ba’zi xavotirlar shunchaki proksi yoki konsepsiyaga mos kelmaydi - bu noyob muammolar xaridorlar va iste’molchilar uchun afzalliklarga ega bo‘lib, korxonalar uchun qiyinchiliklarni kuchaytirmoqda, ya’ni ko‘proq xaridorlar do‘konga kelishi mumkin, biznes esa azoblanadi boshqa tarzda. Iste’molchilar narxlarni sotish uchun bir necha xarid qilish qidiruvi va veb-saytlari tufayli osonroq bo‘lishiga qaramay, sotuvchilar o‘zlarining biznes daromadlari uchun juda cheklangan deb hisoblashlari mumkin, chunki ko‘pchiligi iste’molchining fikr-mulohazasidan chiqib ketishadi. E-tijorat haqida hech qanday ma’lumot yo‘q, bu esa o‘z navbatida chegirmalarga yo‘naltirilgan bo‘lib, onlayn biznesning rivojlanishi onlayn narxlarni pasayishiga olib keldi, bu esa xaridor uchun ustunlik vazifasini o‘taydi, lekin sotuvchi uchun kamchilik. Iste’molchi uyda olib kelinadigan narsalarga ega bo‘lish qulayligini boshdan kechiradi, lekin har bir elementni etkazib berish bilan shug‘ullanadigan logistika e-tijorat biznesiga jiddiy to‘siq qo‘yadi, bu foyda va mijozlarni saqlab qolish uchun ajoyib, ammo logistika va boshqarish uchun dahshatli.

Elektron tijorat, shuningdek, elektron tijorat sifatida ham tanilgan, Internet orqali tovarlar va xizmatlarni sotib olish va sotishni anglatadi. Bu korxonalar uchun kengroq auditoriyani qamrab olish



va iste'molchilar uchun mahsulotlarni o'z uylarida qulaylik bilan sotib olishning tobora ommalashib borayotgan usuliga aylandi. Raqamli platformalar va texnologiyalarning yuksalishi bilan elektron tijorat har qachongidan ham qulayroq va ulardan foydalanish osonlashdi.

Internet bizning xarid qilish va biznes yuritish uslubimizda inqilob qildi va elektron tijorat bu o'zgarishda muhim rol o'ynadi. Kichik biznesdan tortib yirik korporatsiyalargacha bo'lgan elektron tijorat kompaniyalar uchun o'z imkoniyatlarini kengaytirish va mijozlar bazasini ko'paytirish uchun yangi imkoniyatlar ochdi. Veb-saytlar, mobil ilovalar va ijtimoiy media kabi raqamli platformalardan foydalanib, korxonalar o'z mahsulotlari va xizmatlarini global auditoriyaga osonlik bilan taklif qilishlari mumkin. Bundan tashqari, elektron tijorat iste'molchilarga narxlarni solishtirish va turli xil chakana sotuvchilardan mahsulotlarni xarid qilish imkonini berdi, ularning barchasi o'z uylarida qulaylik yaratdi.

Elektron tijorat yoki elektron tijorat - bu Internet orqali tovarlar va xizmatlarni sotib olish va sotish. Bu elektron tarmoq, birinchi navbatda internet orqali mablag'lar va ma'lumotlarni uzatishni o'z ichiga oladi. Elektron tijorat B2B deb nomlanuvchi korxonalar o'rtasida yoki B2C deb nomlanuvchi biznes va iste'molchilar o'rtasida amalga oshirilishi mumkin. Bu, shuningdek, C2C deb nomlanuvchi iste'molchilar o'rtasida yoki C2B deb nomlanuvchi iste'molchilar va korxonalar o'rtasida paydo bo'lishi mumkin.

So'nggi yillarda Internetning o'sishi va onlayn bozorlarning ko'tarilishi tufayli elektron tijorat tobora ommalashib bormoqda. Kichik biznes endi o'z mahsulot va xizmatlarini onlayn sotish uchun osongina elektron tijorat veb-sayti yoki elektron tijorat saytini yaratishi mumkin. Onlayn do'konlar o'zining qulayligi, foydalanish imkoniyati va g'ishtli do'konlarga qaraganda kengroq turdagi mahsulotlarni taklif qilish qobiliyati tufayli mashhur bo'ldi.

Elektron tijorat tarixini 1960-yillarga borib, elektron biznes tranzaksiyalari birinchi marta joriy qilingan paytdan boshlab kuzatish mumkin. Biroq, faqat 1990-yillarda Internetning o'sishi va elektron tijorat platformalarining rivojlanishi bilan elektron tijorat keng ommalasha boshladi.

Bugungi kunda elektron tijorat ko'plab korxonalarning tarqatish kanallarining muhim qismiga aylandi, ko'plab kompaniyalar o'z sotishlari uchun faqat elektron tijoratga tayanadilar. Ommabop elektron tijorat biznes modeli bo'lgan Dropshipping korxonalarga mahsulotlarni inventarizatsiya qilmasdan sotish imkonini beradi, elektron biznes tranzaksiyalari esa korxonalar uchun yetkazib beruvchilar va mijozlar bilan operatsiyalarni amalga oshirishni osonlashtirdi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, elektron tijorat korxonalarning ishlash uslubini inqilob qilib, ularga kengroq auditoriyani qamrab olish va tranzaksiyalarni samaraliroq amalga oshirish imkonini berdi. Kichik biznes egasi yoki iste'molchi bo'lasizmi, elektron tijorat mahsulot va xizmatlarni sotib olish va sotishning qulay va qulay usulini taklif etadi.

Elektron tijoratning bir nechta turlari mavjud, ularning har biri turli xil mijozlar va biznes modellariga xizmat qiladi. Elektron tijoratning to'rtta asosiy turi:

B2B elektron tijorat boshqa korxonalarga mahsulot yoki xizmatlarni sotadigan korxonalarni o'z ichiga oladi. Ushbu turdagi elektron tijorat ko'pincha katta hajmdagi operatsiyalarni o'z ichiga oladi, o'rtacha buyurtma qiymati boshqa elektron tijorat turlariga qaraganda yuqori. B2B elektron tijorat ko'plab shakllarda bo'lishi mumkin, jumladan, onlayn bozorlar, xarid tizimlari va xususiy sanoat tarmoqlari.

B2C elektron tijorat mahsulot yoki xizmatlarni bevosita individual iste'molchilarga sotadigan korxonalarni o'z ichiga oladi. Bu onlayn chakana sotuvchilar, obuna xizmatlari va raqamli yuklab olish kabi ko'plab o'zgarishlarga ega bo'lgan elektron tijoratning eng keng tarqalgan turi. B2C elektron



tijorat ko‘pincha B2B elektron tijoratiga qaraganda pastroq buyurtma qiymatlarini o‘z ichiga oladi, lekin tranzaksiya hajmi yuqori.

C2C elektron tijorati boshqa iste’molchilarga mahsulot yoki xizmatlarni sotadigan iste’molchilarni o‘z ichiga oladi. Ushbu turdagi elektron tijorat ko‘pincha eBay, Etsy va Craigslist kabi onlayn bozorlar tomonidan osonlashtiriladi. C2C elektron tijorati yangi yoki ishlatilgan mahsulotlarni o‘z ichiga olishi mumkin va kim oshdi savdosiga asoslangan yoki qat’iy narx bo‘lishi mumkin.

C2B elektron tijorati iste’molchilarni biznesga mahsulot yoki xizmatlarni sotadigan narsalarni o‘z ichiga oladi. Elektron tijoratning bu turi boshqa turlarga qaraganda kamroq tarqalgan, ammo u tobora ommalashib bormoqda. C2B elektron tijoratiga misollar orasida korxonalar muayyan loyihalar uchun individual pudratchilarni yollashi mumkin bo‘lgan frilanser bozorlari va foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontent platformalari kiradi, bu erda korxonalar iste’molchilarga o‘z hissalarini uchun to‘laydilar.

Umuman olganda, elektron tijoratning har bir turi o‘ziga xos xususiyatlarga va biznes modellariga ega. Ularning orasidagi farqlarni tushunish elektron tijorat maydoniga kirmoqchi bo‘lgan korxonalar uchun juda muhimdir.

Xulosa. Shunday ekan, shubhasiz, tadbirkorlar zamonaviy axborot- kommunikatsiya xizmatlari yordamida dunyoning istalgan davlatidan hamkor topishi, o‘z imkoniyatlarini to‘liq ro‘yobga chiqarishi mumkin. Shu o‘rinda hozirgi vaqtda mamlakatimizda yuzdan ortiq tijorat - maydonlarida 700 dan ziyod brokerlik idoralari birja savdolarini elektron tarzda ham amalga oshirayotganini alohida qayd etish lozim. “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qonun loyihasining yangi tahriri ushbu yo‘nalishni yanada takomillashtirishga qaratilgani bilan ahamiyatlidir. U tadbirkorlikni yanada taraqqiy toptirish va ishbilarmonlik muhitini yaxshilash uchun qo‘shimcha sharoitlar yaratib berish, shuningdek, xalqaro standartlarga mos texnologik bozor infratuzilmasini -tashkil etishga xizmat qiladi. Qonun loyihasida tijoriy takliflar, elektron tijorat kelishuvlari va shartnomalari ijrosi bilan bog‘liq hisob fakturalari hamda boshqa hujjatlarni nafaqat qog‘ozda, balki elektron shaklda ham rasmiylashtirishga doir norma nazarda tutilayapti. Bu esa elektron bitimlarni rasmiylashtirish va ularni amalga oshirish taomillarini osonlashtiradi, tijorat amaliyotlari shaffofligini oshiradi, tovar hamda xizmatlar sotib oluvchilarga tegishli narxlar, sifat va yetkazib berish shartlari haqidagi ma’lumotlarni zudlik bilan olishlari uchun sharoit yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA INTERNET SAYTLAR

1. NODIROVNA M. S. SOCIAL POLICY: OBJECTIVES AND THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE STUDY //CENTRAL ASIAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HISTORY. – 2023. – T. 4. – №. 7. – С. 1-9.
2. Мирзаева Ш. Н. НОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ И ИЗМЕНЕНИЕ ПРОФЕССИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА РЫНКЕ ТРУДА УЗБЕКИСТАНА //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 36. – С. 668-679.
3. Абдукаримов Ф. Б. А., Мирзаева Ш. Н. МАЛЫЙ БИЗНЕС-КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 36. – С. 657-667.
4. Абдукаримов Б. А. А., Мирзаева Ш. Н. РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 36. – С. 648-656.



5. MIRZAEVA SHIRIN NODIROVNA. (2023). THE IMPORTANCE OF INVESTING IN THE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL SPHERE IN OUR COUNTRY. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 4(6), 153-160. Retrieved from <https://cajitmf.centralasianstudies.org/index.php/CAJITMF/article/view/534>
6. Курбанова Р., Мирзаева Ш., Хакимов Д. РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И ТЕХНОЛОГИЙ В ИЗМЕРЕНИИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА //Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари/Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук/Actual Problems of Humanities and Social Sciences. – 2023. – Т. 3. – №. S/4. – С. 204-216.
7. Шарипов Т. С., Мирзаева Ш. Н. СОСТОЯНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 36. – С. 27-45.
8. Мирзаева Ш. Н. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ЖЕНЩИН //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 36. – С. 46-56.
9. Nodirovna M. S. Banks and Development of Banking Services in the Republic of Uzbekistan //Web of Semantic: Universal Journal on Innovative Education. – 2023. – Т. 2. – №. 6. – С. 21-30.
10. Nodirovna M. S. Foreign Experience in Supporting Entrepreneurship and Business Activity of Women //Web of Synergy: International Interdisciplinary Research Journal. – 2023. – Т. 2. – №. 5. – С. 654-665.
11. Saidakhmedovich S. T., Nodirovna M. S. The State of Implementation of Innovative Projects in the Service Sector in Uzbekistan //Nexus: Journal of Advances Studies of Engineering Science. – 2023. – Т. 2. – №. 5. – С. 375-391.
12. Nodirovna M. S. Creation of an Additional Product in the Service Process in the Republic of Uzbekistan //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 35. – С. 635-643.
13. Nodirovna M. S. Problems of Development of the Service Sector in the Context of Digital Changes in the Republic of Uzbekistan //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 35. – С. 626-634.
14. Мирзаева Ш. Н. ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИНИ ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 35. – С. 662-671.
15. Nodirovna M. S. Improving the Mechanisms For Managing Service Processes in Service Enterprises in the Republic of Uzbekistan //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 35. – С. 644-652.
16. Nodirovna M. S. Trading Enterprises and Banking Services in the Republic of Uzbekistan //Nexus: Journal of Advances Studies of Engineering Science. – 2023. – Т. 2. – №. 5. – С. 227-234.
17. Nodirovna M. S. Ways to Develop Banking Services in the Republic of Uzbekistan //World of Science: Journal on Modern Research Methodologies. – 2023. – Т. 2. – №. 4. – С. 18-24.
18. Nodirovna M. S., Ugli S. T. T., Abduazizovich A. I. WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF GOVERNMENT SERVICES IN THE EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN UZBEKISTAN //Gospodarka i Innowacje. – 2022. – Т. 23. – С. 29-37.
19. Mirzayeva S. N. Prospects for the Development of Small Business and Entrepreneurship in the Digital Economy //American Journal of Economics and Business Management. – Т. 5. – С. 3.
20. Nodirovna M. S. FINANCING OF INVESTMENT ACTIVITIES IMPORTANCE OF SOURCES //Section A-Research paper Article History: Received. – 2022. – Т. 12.
21. Nodirovna M. S. Banks and Development of Banking Services in the Republic of Uzbekistan. Web of Semantic: Universal Journal on Innovative Education, 2 (6), 21–30. – 1910.



22. Nodirovna M. S. Foreign Experience in Supporting Entrepreneurship and Business Activity of Women. WEB OF SYNERGY: International Interdisciplinary Research Journal Volume2, Issue 5 Year2023 ISSN: 2835-3013 <https://univerpubl.com/index.php/synergy> <https://scholar.google.com/citations>.
23. Mirzaeva S. N. et al. Innovative Enrichment of Service Enterprises Based on the Location of the Regions of Uzbekistan //AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT.
24. Mamanova G. B., Sultonov S. A., Mirzaeva S. N. Improvement of Economic Mechanisms for State Support of Private Entrepreneurship (Samarkand Region) //Procedia of Philosophical and Pedagogical Sciences.
25. Nodirovna M. S., Mamasoliyevna K. C., Ugli S. J. U. The composition of the income of service workers and ways of its improvement (on the example of educational institutions) //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2022. – Т. 12. – №. 4. – С. 213-218.
26. Nodirovna M. S. FOREIGN TO THE SECTORS OF ECONOMY OF UZBEKISTAN ATTRACTING INVESTMENTS. biogecko.co.nz
27. Pulatov M. E. On the Need And Ways of Converting Some of the Components of Goodwill Into Identifiable Intangible Assets //Indonesian Journal of Innovation Studies. – 2019. – Т. 8.
28. Pulatov M. E. Conceptual Issues Of Accounting Of Intellectual Capital //American Journal of Economics and Business Management. – 2019. – Т. 2. – №. 1. – С. 117-123.
29. Pulatov M. System Analysis Of Intellectual Property Indicators Of Financial Statements //European Journal of Business and Economics. – 2012. – Т. 6.
30. Pulatov M. INTELLECTUAL PROPERTY PARAMETERS OF FINANCIAL REPORTING. – 2016.
31. Sharipov T. S., Uroкова M. G. Sustainable Directions of Employment Relations in the Service Service in Uzbekistan //JournalNX. – С. 503-506.
32. Saidahmedovich S. T. THE CONCEPT OF MANAGEMENT IN ENTERPRISE MANAGEMENT AND ITS SPECIFICITY Kilichova Orzigul Zafar kizi Student Samarkand Institute of Economics and Service.
33. Сидоров В. А., Турсунов И. Э., Шарипов Т. С. ЭКОНОМИКА ИННОВАЦИЙ: ПРОБЛЕМА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОРЫВА //НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ. – С. 22.
34. Абдукаримов Б. А. ва бошқ. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма //Т.: Иқтисод-молия. – 2016. – Т. 504.
35. Абдукаримов Б. А. Ички савдо иқтисодиёти //Т.:«Фан ва технология», II. – 2014. – Т. 2008. – С. 224.
36. Шарипов Т. С., Абдукаримов Б. А. Умумий овқатланиш: ҳолати, муаммо ва ечимлар. Монография //Тошкент: Иқтисодиёт. – 2011.
37. Мирзаева Ш. Н. НОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ И ИЗМЕНЕНИЕ ПРОФЕССИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА РЫНКЕ ТРУДА УЗБЕКИСТАНА //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 36. – С. 668-679.
38. Артиков З. С. УЧИНЧИ РЕНЕССАНС ПОЙДЕВОРИНИНГ ИҚТИСОДИЙ АСОСЛАРИ //Журнал Инновации в Экономике. – 2021. – Т. 4. – №. 10.



39. Sayfiddinovich A. Z. et al. Ways to Develop Trade Services in the Conditions of the Digital Economy //Nexus: Journal of Advances Studies of Engineering Science. – 2023. – T. 2. – №. 5. – C. 105-112.
40. Artikov Z. The ways of making work effectiveness calculations of the trade enterprises //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2019. – T. 9. – №. 2. – C. 26-31.
41. Ogli S. M. A., Sayfiddinovich A. Z. RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARISAMARADORLIGINI OSHIRISH IMKONIYATLARI //Journal of marketing, business and management. – 2023. – T. 2. – №. 2. – C. 63-66.
42. Artikov Z. S. FACTORS INFLUENCING THE INCREASE IN PROFIT AND PROFITABILITY OF BUSINESS STRUCTURES IN THE DIGITAL ECONOMY //Economics and Innovative Technologies. – 2022. – T. 2022. – №. 2. – C. 1.
43. Махмудов Л. У. Тадбиркорлик соҳасида электрон тижоратнинг тутган ўрни //Инновацион технологиялар. – 2020. – №. 2 (38). – C. 77-82.
44. Ubaydullooglu M. L. Improving the Innovation Management System in E-Commerce //EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION IN NONFORMAL EDUCATION. – 2022. – T. 2. – №. 1. – C. 257-262.
45. Makhmudov L. E-commerce taxation procedure: international and national standards //Результаты научных исследований в условиях пандемии (COVID-19). – 2020. – T. 1. – №. 03. – C. 60-75.
46. Sharifov S. S., Astanaqulov S. Improving the welfare and employment of the population. – 2022.
47. Saidahadovich S. S. The ways of Efficient use of Resources in Consumer Services //American Journal of Social and Humanitarian Research. – 2021. – T. 2. – №. 8. – C. 22-29.
48. Numonovich N. A. et al. PRIORITY AREAS OF ENSURING FOOD SAFETY IN UZBEKISTAN //Journal of Advanced Zoology. – 2023. – T. 44. – №. S-2. – C. 1485-1489.
49. Saidahmadovich S. S., Abdullayevna E. N. IMPORTANCE OF LABOR RESOURCES IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY AND DEVELOPMENT ACTIONS //Uzbek Scholar Journal. – 2022. – T. 10. – C. 326-332.
50. Numonovich N. A. et al. CLUSTER APPROACH TO GRAPE GROWING AND PROCESSING IN UZBEKISTAN //NeuroQuantology. – 2022. – T. 20. – №. 16. – C. 3829.
51. Shahboz S. et al. Finance in the Republic of Uzbekistan Market Institutional Development Factors //INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS DIPLOMACY AND ECONOMY. – 2023. – T. 2. – №. 5. – C. 134-140.
52. Qizi B. D. F. Analysis of the Influence of the Investment Environmental Attractiveness on the Socio-Economic Development of Regions (On the Example Of Navoi Region) //Nexus: Journal of Advances Studies of Engineering Science. – 2023. – T. 2. – №. 5. – C. 131-141.
53. Shahboz S. et al. FACTORS OF IMPROVING THE ORGANIZATION OF WORK AT THE ENTERPRISE //Journal of Intellectual Property and Human Rights. – 2023. – T. 2. – №. 5. – C. 153-159.
54. Bahriddin o'g I. S. PROMOTING EMPLOYMENT BY THE DEVELOPMENT OF FAMILY ENTREPRENEURSHIP //International journal of advanced research in education, technology and management. – 2023. – T. 2. – №. 4.



55. Bahridin o'g'li I. S. THE CONCEPT OF QUALITY OF LIFE AND FOREIGN RESEARCH EXPERIENCE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION //International journal of advanced research in education, technology and management. – 2023. – T. 2. – №. 4.

56. Bahridin o'g'li I. S. THE ROLE OF THE DIGITAL ECONOMY IN THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY //International journal of advanced research in education, technology and management. – 2023. – T. 2. – №. 4.

57. Bahridin o'g'li I. S. SOME THEORETICAL VIEWS ON CONCEPTS SUCH AS FAMILY ECONOMY, ENTREPRENEURSHIP //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2022. – T. 10. – №. 12. – С. 446-449.

58. Bahridin o'g'li I. S. FAMILY BUSINESS AND ITS THEORETICAL FOUNDATIONS //Gospodarka i Innowacje. – 2022. – T. 29. – С. 5-11.

59. O'G'Li B. S. K. MARKETING FAOLİYATI SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI VA AMALIY IFODASI //Journal of marketing, business and management. – 2022. – T. 1. – №. 1. – С. 45-52.

60. Турсунов Ж. Ш. МАТРИЦА «ТОВАР-РЫНОК» КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ //МОЛОДЕЖНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ. – 2021. – С. 82-87.

61. Komiljon o'g'li B. S. Marketing Strategy To Increase the Efficiency of Local Industrial Enterprises //1 ВЛИЯНИЕ ПЛОДОРОДИЯ ПОЧВ НА РАЗЛИЧНЫЕ РАСТЕНИЯ, ВЫРАЩЕННЫЕ НА. – 2020. – Т. 7. – С. 9.

62. Boyjigitov S. MAMLAKATIMIZDA DON VA DON MAHSULOTLARI BOZORINING BUGUNGI HOLATI VA ISTIQBOLI //” Milliy iqtisodiyotni isloh qilish va barqaror rivojlantirish istiqbollari” respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari to’plami. – 2023. – С. 57-59.

63. Boyjigitov Sanjarbek Komiljon O'G'Li BENCHMARKINGNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA TURLARI // JMBM. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/benchmarkingning-o-ziga-xos-xususiyatlari-va-turlari> (дата обращения: 11.09.2023).

64. Boyjigitov Sanjarbek Komiljon O'G'Li DON VA DONNI QAYTA ISHLASH SOHASIDA BOZOR MEKANIZMALARINI TO'LIQ JORIY ETISH // JMBM. 2023. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/don-va-donni-qayta-ishlash-sohasida-bozor-mexanizmlarini-to-liq-joriy-etish> (дата обращения: 11.09.2023).

65. O'G'Li B. S. K. MARKETING XIZMATI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA TASHKILIY TUZILMA TARKIBLARI ORASIDA SOG'LOM RAQOBAT MUHITINI TA'MINLASH //Journal of marketing, business and management. – 2023. – T. 1. – №. 11. – С. 86-89.

66. Komiljon o'g'li B. S. THEORETICAL BASIS OF APPLICATION OF MARKETING ACTIVITY ANALYSIS METHODS //INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCES WITH HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS. – 2022. – T. 1. – №. 25.10. – С. 126-132.

67. Diyor Khaqberdiyevich Xolmamatov, Bekjon Shukurillayevich Musayev, Shaxnoza Shakarbekovna Narkulova, Sanjarbek Komiljon o'g'li Boyjigitov. Internet marketing o'quv qo'llanma. 2022/6/23. 232 bet.

68. Бойжигитов С. К. АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ НА ОПТОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ //Экономика и социум. – 2022. – №. 5-1 (96). – С. 341-345.



69. Бойжигитов С. К. Ў. ЗНАЧЕНИЕ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ СЛУЖБ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ //Journal of marketing, business and management. – 2022. – Т. 1. – №. 7. – С. 62-65.
70. O'G'Li B. S. K. IMPROVING THE EFFICIENCY OF MARKETING SERVICE BY EFFECTIVE USE OF DIGITAL MARKETING OPPORTUNITIES //Journal of marketing, business and management. – 2023. – Т. 1. – №. 10. – С. 30-35.
71. Diyor K. Development of Customer Service Delivery System in Wholesale Trade //Indonesian Journal of Law and Economics Review. – 2019. – Т. 2. – №. 2. – С. 10.21070/ijler. 2019. V2. 10-10.21070/ijler. 2019. V2. 10.
72. Холмаматов Д. Х. Стратегия развития оптовой торговой деятельности в узбекистане //Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – №. 2. – С. 98-103.
73. Kh K. D., Allayorov R. A. USE OF MARKETING LEVERS IN FORMING THE DEMAND FOR NATIONAL PRODUCTS //Journal of marketing, business and management. – 2023. – Т. 2. – №. 2. – С. 194-199.
74. Haqberdievich K. D., Shavkiddinovich M. M. Use of international marketing strategies in the development of free economic zones //Journal of marketing, business and management. – 2022. – Т. 1. – №. 1. – С. 53-61.
75. Haqberdiyevich K. D. CURRENT ISSUES IN THE DEVELOPMENT OF MARKETING LOGISTICS IN WHOLESALE TRADE //Academic Journal of Digital Economics and Stability. – 2021. – С. 13-19.
76. Haqberdievich K. D. Develop Criteria for Selecting Distribution Channels in Small Business //Academic Journal of Digital Economics and Stability. – 2022. – Т. 16.
77. Холмаматов Д. Х. Актуальные вопросы совершенствования сервисной стратегии маркетинга в оптовой торговле //ББК 72+ 74 М43. – 2020. – С. 241.
78. Kholmamatov D. Promote Upgrade After-Sales Service Strategic Skills //Indonesian Journal of Law and Economics Review. – 2019. – Т. 2. – №. 2. – С. 10.21070/ijler. 2019. V2. 8-10.21070/ijler. 2019. V2. 8.
79. Rajaboyev S. Ta'limni axborotlashtirish sharoitida web-dizayn kursini flipgrid dasturining imkoniyatlaridan foydalanish //FAN, TA'LIM, MADANIYAT VA INNOVATSIYA. – 2023.
80. Shakhboz R. USING MODERN TECHNOLOGIES TO INCREASE THE EFFECTIVENESS OF TEACHING COMPUTER SCIENCE BASED ON DISTANCE EDUCATION //Journal of Advanced Scientific Research (ISSN: 0976-9595). – 2023. – Т. 3. – №. 7.
81. Shodiyevich R. S., Shodiyevich R. S., Berdiquil o'g'li U. S. ACCOUNTING ISSUES IN THE DIGITAL ECONOMY //CENTRAL ASIAN JOURNAL OF MATHEMATICAL THEORY AND COMPUTER SCIENCES. – 2023. – Т. 4. – №. 6. – С. 80-84.
82. Rajaboyev S. O'zbek tilining davlat tili sifatidagi nufuzi va mavqeyini tubdan oshirishning ilmiy nazariy masalalari //Scienceweb academic papers collection. – 2022.
83. Shahboz R., Sayidaxon T., Sheroz R. IQTISODIY FANLARNI O 'QITISHDA MULTIMEDIYA VOSITALARIDAN FOYDALANISH TEXNOLOGIYALARI //International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research. – 2023. – С. 518-520.
84. Shodiyevich R. S., Berdiquil o'g'li U. S., Shodiyevich R. S. The Process of Managing the Flow of Information, in the Example of Accounting //Nexus: Journal of Advances Studies of Engineering Science. – 2023. – Т. 2. – №. 5. – С. 99-104.



85. To‘lqinjanovna T. N., Shodiyevich R. S. Word Formation by Affixation //INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS DIPLOMACY AND ECONOMY. – 2023. – Т. 2. – №. 5. – С. 217-222.
86. Ражабоев Ш. Ш. Экологическое образование в целях устойчивого развития территорий.–2022 //Kielce: Laboratorium Wiedzy Artur Borcuch. – 2022.
87. Rajaboyev S. Экологическое образование в целях устойчивого развития территорий //Scienceweb academic papers collection. – 2022.
88. Ражабоев Ш. Ш. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ //Технологическое и социальное предпринимательство. – 2022. – С. 54-57.
89. Ражабоев Ш. Ш. ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ЗЕЛЕНЫЙ СЕКТОР В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ //Проблемы устойчивости развития социально-экономических систем. – 2022. – С. 596-598.
90. Rajaboev S. S. Technologies of Using Multimedia Tools in Teaching Economic Sciences //Spanish Journal of Innovation and Integrity.
91. Allayorov R. Resources of the Tourist Territory: Nature, Composition and Role in the Development of the Socio-Economic System //Science and innovation. – 2023. – Т. 2. – №. A1. – С. 141-147.
92. Allayorov R. Cluster approach to sustainable tourism development //Academia Open. – 2019. – Т. 1. – №. 1.
93. Allayorov R. A. A SYSTEMATIC APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL TOURISM MARKET //International Bulletin of Applied Science and Technology. – 2023. – Т. 3. – №. 6. – С. 194-198.
94. Kh K. D., Allayorov R. A. USE OF MARKETING LEVERS IN FORMING THE DEMAND FOR NATIONAL PRODUCTS //Journal of marketing, business and management. – 2023. – Т. 2. – №. 2. – С. 194-199.
95. Аллаёров Р. ТУРИСТИК ХУДУД РЕСУРС САЛОҲИЯТИНИ БАҲОЛАШНИНГ МЕТОДИК АСОСЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ //" Экономика и туризм" международный научно-инновационной журнал. – 2022. – Т. 3. – №. 5.
96. Мухаммедова З. М., Аллаёров Р., Ахмедова А. Т. СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ //Направления повышения стратегической конкурентоспособности аграрного сектора экономики. – 2016. – С. 178-181.
97. Аллаёров Р., Хамраев М. С. МОДЕЛЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ УСЛУГ //Фінансово-кредитна система України в умовах інтеграційних та. – 2015. – С. 270.
98. Расулов З. Ж., Хамраев М. С., Аллаёров Р. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ //Направления повышения стратегической конкурентоспособности аграрного сектора экономики. – 2015. – С. 139-146.
99. Allayorov R. A. TOURISM DEVELOPMENT TENDENCIES IN SAMARKAND REGION UNDER THE INFLUENCE OF THE COVID-19 PANDEMEMY //Gwalior Management Academy. – С. 84.



100.Allayorov R. A. MARKETING STRATEGIES IN THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM //Journal of marketing, business and management. – 2023. – T. 2. – №. 2. – C. 189-193.

101.Allayorov R. The Role of Innovative Clusters In Increasing The Competitiveness of Tourist-Recreational Free Economic Zones.

102.Allayorov R. Scientific and Theoretical Fundamentals of Marketing in the Tourist Area //Berlin Studies Transnational Journal of Science and Humanities. – 2021. – T. 1. – №. 1.1 Economical sciences.

103.Allayorov R. THE SOUTH-WEST HISOR: SIGNIFICANCE, ANTHROPOGENIC IMPACTS AND PROTECTION MEASURES //International Journal of Pedagogics. – 2022. – T. 2. – №. 12. – C. 44-53.