



ISSN 2091-5187

# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
ЖУРНАЛ

№4/1

2024



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2024 йил, 4/1-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис ин ститутути

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда  
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Тахририят ижодий  
жамоаси:**

**Бош муҳаррир:**

и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

**Бош муҳаррир**

**ўринбосари:**

и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

**Масъул котиб:**

и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

**Муҳаррирлар:**

и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров

PhD, доцент И.М.Пардаева

А.Х.Мингбоев

**Техник муҳаррир:**

и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

**Корректор:**

PhD, доц. С.А.Бабаназарова

**Саҳифаловчи:**

PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба  
чоп этилади.

**Ўзбекистон худудида  
тарқатилади.**

**Тахририят манзили:**

140100, Самарқанд шаҳар,  
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,

+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53

эл.почта:

samisiservis@mail.ru

**Тахририят кенгаши раиси:**

**М.Э.Пўлатов** – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис  
институтути ректори, и.ф.д., профессор

**Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:**

**Д.Х.Асланова** – СамИСИ илмий ишлар ва  
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

**Тахрир кенгаши аъзолари:**

**Б.А.Бегалов** – Ўзбекистон Республикаси Президенти  
хузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,  
профессор

**М.Қ.Пардаев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Б.К.Ғоибназаров** – и.ф.д., профессор.

**М.М.Мухаммедов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Д.Р.Зайналов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**О.М.Муртазаев** – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

**М.Р.Болтабаев** – ТДИУ профессори, и.ф.д.

**Р.Х.Эргашев** – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

**И.С.Тўхлиев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**К.Б.Уразов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Қ.Ж.Мирзаев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Б.И.Исроилов** – ТДИУ профессори, и.ф.д.

**Г.М.Шодиева** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Б.Абдукаримов** – СамИСИ профессори, и.ф.н.

**Р.Қобилов** – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

**С.Н.Тошназаров** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Р.Н.Нормахматов** – СамИСИ профессори, т.ф.д.

**А.Бектемиров** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**О.М.Пардаев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**М.Т.Алимова** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**З.Дж. Адилова** – ТДИУ профессори, и.ф.д.

**Ш.О.Қувондиқов** – СамИСИ профессори в.б., иқтисод  
фанлари доктори

**Л.Н.Халикова** – СамИСИ профессори, DSc

**Ф.А.Сафаров** – СамИСИ доценти, DSc

**А.М.Каримова** – СамИСИ профессори в.б., DSc

<b>Zubayda Ubaydullayevna Shodmanova</b> Xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalarning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash choralarini o'rganish va takomillashtirish	73
<b>Дурбек Мирзаахмадов</b> Хизмат кўрсатиш корхоналари рақобат устунлигини таъминлаш механизмлари	78
<b>Bobir Xo'jaqul o'g'li Qilichov</b> Xizmat ko'rsatish sohasi bo'lgan sug'urta va turizm korxonalari samaradorligining qiyosiy tahlili	82
<b>ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ</b>	
<b>Дилбар Хасановна Асланова, Нигина Тажиевна Юсупова</b> Оценка перспектив создания кластера в туристском секторе экономики Республики Узбекистан	87
<b>Райхона Садриддиновна Амриддинова, Сардор Олимович Рахимов</b> Сотрудничество между туроператорами и гостиницами как залог успешной продажи гостиничных номеров в Узбекистане	94
<b>Farrux Oltinboyevich Husanov</b> Turistik oqimlar va transport masalalarini modellashtirish	98
<b>Suxrob Ramazonovich Bobokalonov</b> Buxoro viloyatida joylashgan Afshona qishlog'ida turizm shaharchasini tashkil etish loyihasini amalga oshirish istiqbollari	102
<b>G'ayrat Soyibovich Raupov</b> Turizm xizmatlarini diversifikatsiyalash jarayonining konseptual modeli va diversifikatsiya matritsasi	110
<b>Shohista Bobobekovna Toyirova</b> O'zbekistonda ekologik turizmning yangi turizm yo'nalishi sifatida rivojlanish tendensiyasi	115
<b>Камилла Бахромовна Суюнова</b> Худудий брендни шакллантириш мақсадида давлат-хусусий шериклик алоқаларини ривожлантириш истиқболлари	119
<b>Latofat Tolibovna Yo'ldosheva</b> Samarqand viloyati turizm sohasining rivojlanish holati va tendensiyalari	123
<b>Матлуба Абдиманабовна Куймуратова</b> Жаҳонда туризмнинг ҳолати ва ривожланиш истиқболлари	127
<b>Kamol Sharifovich Yuldashev</b> Xalqaro tajriba asosida O'zbekistonga mustaqil turistlarni jalb qilishda viza siyosatining ta'siri	132
<b>Азиза Пирмаматовна Махмудова</b> Туризм соҳасини инновацион ривожлантириш йўллари	137
<b>Marjon Komilovna Sharifova</b> Ziyorat turizmini strategik rivojlantirish va tahlil qilish yo'llari	140
<b>КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК</b>	
<b>Умар Худайбердиев</b> Оила муносабатларидаги муаммолар ва уларнинг ечимлари	145
<b>Акрам Одилович Очилов, Жаббор Махмудович Суюнов</b> Критерии оценки деятельности субъектов предпринимательства в регионах	147
<b>Шавкат Собирович Олтаев</b> Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳиятини ошириш йўллари	152

Райхона Садридиновна Амридинова – доцент кафедры Туризма, СамИЭС.

Сардор Олимович Рахимов – ассистент кафедры Туризма, СамИЭС.

## СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ ТУРОПЕРАТОРАМИ И ГОСТИНИЦАМИ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОЙ ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНЫХ НОМЕРОВ В УЗБЕКИСТАНЕ

**Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые аспекты взаимодействия между туроператорами и гостиницами, такие как взаимовыгодные партнерские соглашения, маркетинговые стратегии, направленные на привлечение туристов, и совместное продвижение туристических продуктов.

**Ключевые слова:** гостиничный рынок Узбекистана, гостиничный номер, формы сотрудничества между туроператорами и гостиницами, договоров на блоки номеров, комиссионное соглашение, динамическое ценообразование и онлайн-агрегаторы, создание туристических пакетов, продвижение отелей через маркетинговые каналы туроператоров.

**Введение.** Развитие туристической отрасли является одним из ключевых приоритетов для экономики Узбекистана, который обладает богатым культурным и историческим наследием, а также разнообразными природными ресурсами. В связи с этим особую значимость приобретает успешная продажа туристических услуг, в том числе гостиничных номеров, как важного элемента инфраструктуры гостеприимства. Важную роль в этом процессе играет сотрудничество между туроператорами и гостиницами. Эффективное взаимодействие этих двух ключевых участников туристического рынка способно обеспечить стабильный приток туристов, повысить заполняемость гостиниц и улучшить качество предоставляемых услуг.

**Анализ литературы.** Особенности туроператорской деятельности, специфика гостиничного бизнеса рассматриваются в работах таких ученых, как И.С.Тухлиева, М.К.Пардаева, Д.Х.Аслановой, Н.Тухлиева и т.д.

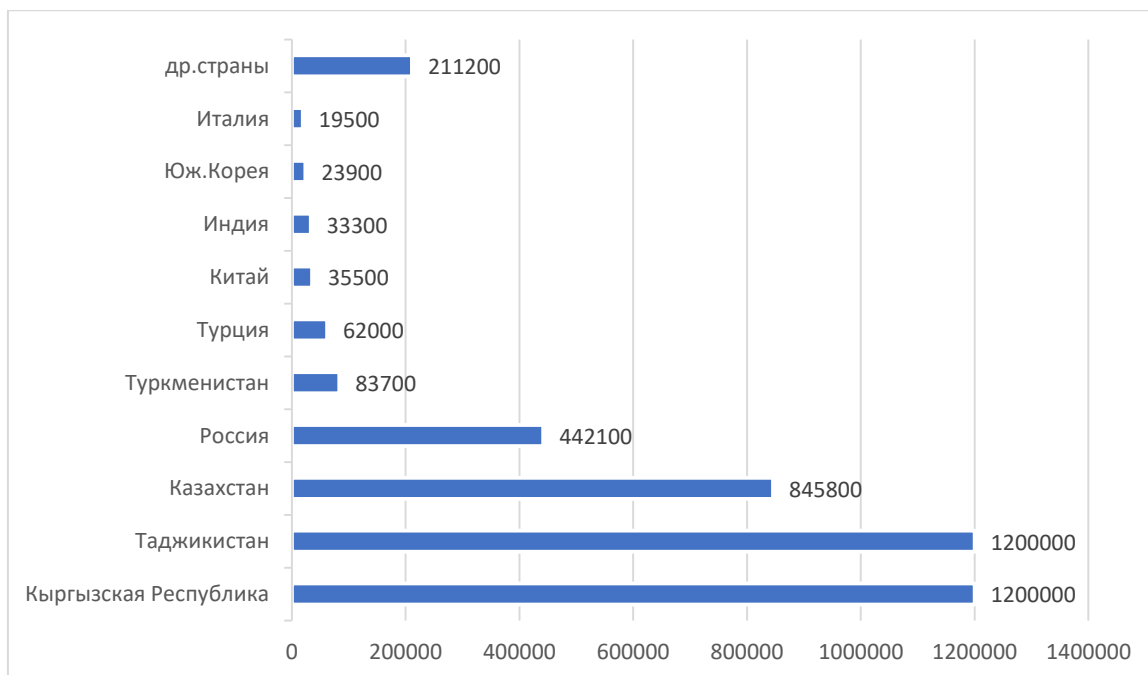
**Методы исследования.** Для исследования данной темы были использованы следующие методы: анализ литературных источников, сравнительный анализ, контент анализ, системный подход.

**Анализ и результат.** Гостиничный рынок Узбекистана с 2017 года развивается активными темпами. По данным статистического агентства, в стране насчитывается около 23 тыс. гостиничных номеров, и до конца 2028 года ожидается открытие еще примерно 3,5 тыс. номеров. В основном скорее всего это будут люксовые номера. По нашим исследованиям из сегодняшнего объема действующих номеров более 50% предлагаются отелями категории 5\*, и лишь около 9% — отелями категории 3\*.

На сегодняшний день в сформировавшемся рынке гостиничных услуг большую долю предложения составляют гостиницы бюджетных и экономичных стандартов. И ситуация вряд ли изменится в будущем, так как из тех 3,5 тыс. номеров, которые сейчас строятся или планируются, 40% приходятся на отели 5\*, тогда как номеров в 3-звездочных отелях будет менее 6%.

Количество въехавших туристов в первом полугодии 2024 года в Узбекистан приведено на рисунке 1. Подобная структура въездного потока является стабильной — в 2023 году всего страну посетили 6,6 млн человек, при этом количество российских граждан составило 714 тыс, а жителей стран дальнего зарубежья — 656 тыс. Из соседних государств в Узбекистан прибывает свыше 90% граждан с целью посещения родственников, и они не являются целевой аудиторией для гостиниц. Основную клиентуру для местных гостиниц составляют россияне и гости из стран дальнего зарубежья.

По информации компании STR Global, крупнейшего агрегатора операционных данных в сфере гостиниц, в 2019 году среднегодовая загрузка гостиниц современного качества Ташкента составляла 64,8%, а средняя цена на номер — \$149. В 2023 году загрузка чуть увеличилась — до 65,5%, однако произошло это за счет снижения средней цены на номер — до \$133.



**Рис.1. Количество туристов, прибывшие в Республику Узбекистан в 2024 году(январь-июль).<sup>1</sup>**

Как результат, показатель доходности номеров в 2023 году оказался ниже, чем аналогичный в 2019 году (\$87 против \$96). Причин этому может быть несколько, однако наиболее логичным, по нашему мнению, является существенное увеличение предложения на рынке (порядка 700 номеров в 4 новых отелях 4\* и 5\*) при отсутствии существенного увеличения турпотока.

Не все иностранцы, приезжающие в Узбекистан, хотят и могут себе позволить останавливаться в дорогих гостиницах. Значительная часть туристов, приезжающих познакомиться с культурой и жизнью другой страны, не готовы переплачивать и вполне рады остановиться в отелях средней ценовой категории или даже более экономичных средствах размещения, при условии гарантии безопасности пребывания и достаточного уровня комфорта.

Граждане Узбекистана, которые ежегодно формируют несколько миллионов поездок и формируют внутренний спрос, именно они составляют сегодня основную долю потребителей услуг гостевых домов, съемных квартир и недорогих гостиниц.

Кроме того, более равномерному развитию отрасли также препятствуют законодательные и административные барьеры. С одной стороны, в Узбекистане поощряется строительство современных гостиниц высокого ценового сегмента — до конца 2026 года действуют программа субсидирования строительства гостиниц 3–5 звезд. Однако национальные стандарты классификации гостиниц часто имеют более жесткие требования, чем мировые. Например, для получения подтверждения категории 4\* необходимо наличие минимум двух ресторанов, бассейна, магазинов и киосков, а также спортивно-оздоровительного центра с тренажерным залом. Все это создает дополнительную финансовую нагрузку на девелоперов и не всегда оправдано для городских отелей с центральным размещением, который гарантирует гостям доступ к этим услугам в непосредственной близости от гостиницы.

Ключевым фактором успеха для работы гостиниц в Узбекистане является сотрудничество с крупными сетевыми отелями, которые обеспечивают высокое качество услуг и доступ к развитым каналам продаж. Разумеется, сотрудничество с такими платформами бронирования, как Booking.com, обеспечивает загрузку гостиниц даже

<sup>1</sup> Официальный телеграмм канал Statuz.

в независимом управлении. Однако сотрудничество с международными сетевыми брендами позволяет гостиницам получать профессиональное управление и повышает уровень сервиса, что особенно ценно в условиях экономической нестабильности и изменчивости туристического потока. Кроме этого, гостиницы могут сотрудничать с туроператорами, и создавать комплексные туристические продукты, такие как туры, пакеты услуг и специальные предложения.

Здесь, туроператоры и гостиницы работают вместе для взаимного увеличения потока клиентов, повышения доходов и улучшения качества обслуживания. На практике существует следующие формы сотрудничества между туроператорами и гостиницами:

Заключение договоров на блоки номеров. Туроператоры часто заранее бронируют определенное количество номеров в гостиницах для своих клиентов (обычно это происходит на высокий сезон или для массовых направлений). Это может быть:

- гарантированное бронирование — туроператор бронирует и оплачивает заранее оговоренное количество номеров вне зависимости от того, продаст ли он их своим клиентам.

- контракты с возвратом— туроператор имеет возможность вернуть часть номеров в случае, если они не будут проданы за определенный срок до начала поездки.

При таком сотрудничестве выгодой для отеля является гарантированный доход от забронированных номеров, снижение риска наличия свободных номеров в высокий сезон.

Выгоды для туроператора: фиксированная цена на номера, что позволяет формировать выгодные туристические пакеты, уверенность в наличии номеров для клиентов.

Комиссионные соглашения. Гостиницы могут платить туроператорам комиссионное вознаграждение за каждого привлеченного клиента. Это классическая модель сотрудничества, при которой туроператор получает процент от стоимости бронирования:

- комиссия может варьироваться в зависимости от сезона, популярности отеля и условий соглашения.

- туроператор, в свою очередь, продвигает гостиницу через свои каналы (сайт, офисы продаж, каталоги).

Выгоды для отеля: увеличение количества гостей за счет каналов продаж туроператора, минимальные маркетинговые затраты на привлечение клиентов.

Выгоды для туроператора: доход от комиссионных за привлечение клиентов в гостиницу, возможность предложить клиентам широкий выбор вариантов размещения.

Динамическое ценообразование и онлайн-агрегаторы. Туроператоры все чаще используют «динамическое ценообразование», при котором стоимость номеров может варьироваться в зависимости от спроса и сезона. Сотрудничество с «онлайн-агрегаторами» (например, Booking.com, Expedia) позволяет отелям и туроператорам автоматически обновлять информацию о ценах и доступности номеров в реальном времени.

Выгоды для отеля: оптимизация загрузки отеля за счет гибкого управления ценами, доступ к широкой базе клиентов онлайн-агентств.

Выгоды для туроператора: возможность предложить клиентам актуальные цены и информацию о наличии номеров, снижение риска overbooking (перебронирования) за счет автоматизированных систем.

Создание туристических пакетов. Туроператоры часто разрабатывают «пакетные предложения», включающие в себя проживание, трансфер, экскурсии и другие услуги. В этом случае гостиница предоставляет не только проживание, но и другие услуги, такие как:

- завтраки, ужины или система "все включено".

- SPA-процедуры, спортивные мероприятия или доступ к развлекательным услугам отеля.

- организация экскурсий и мероприятий на базе отеля.

Выгоды для отеля: увеличение объема дополнительных продаж (услуги ресторана, SPA, аренда залов), привлечение туристов, которые предпочитают комплексные решения.

Выгоды для туроператора: повышение привлекательности туров за счет добавления дополнительных услуг, более высокий доход благодаря продаже комплексных продуктов.

Продвижение отелей через маркетинговые каналы туроператоров. Туроператоры могут включать информацию о гостиницах в свои рекламные кампании, каталоги, рассылки и веб-сайты. В рамках сотрудничества:

- туроператоры рекламируют гостиницы через собственные каналы с большим охватом.

- гостиницы предлагают туроператорам специальные условия для их клиентов.

Выгоды для отеля: расширение аудитории за счет маркетинговых ресурсов туроператора, повышение известности и репутации отеля на туристическом рынке.

Выгоды для туроператора: возможность предлагать эксклюзивные предложения и акции, привлекая клиентов, увеличение конкурентоспособности за счет уникальных предложений.

**Выводы и предложения.** Сотрудничество с туроператорами поможет гостиницам в повышении заполняемости номеров, особенно в низкий сезон, снижение маркетинговых расходов за счет использования ресурсов туроператоров, увеличение доходов за счет дополнительных услуг, предлагаемых через туроператоров. В свою очередь и у туроператоров будет возможность предложить клиентам разнообразные варианты размещения и услуги, фиксированные цены на номера, что позволяет эффективно планировать туры, возможность создания эксклюзивных предложений, повышающих конкурентоспособность на рынке.

Важными аспектами сотрудничества является условия оплаты. Необходимо заранее оговорить условия оплаты между туроператором и гостиницей. В случае гарантированного бронирования отель может требовать предоплату. Условия возврата средств в случае отмены бронирования должны быть четко прописаны.

Необходимо согласовать и политику в отношении отмен, особенно в высокий сезон, когда отель рискует потерять доход. Возможны варианты:

- полное или частичное возмещение в зависимости от сроков отмены.
- штрафы за позднюю отмену или незаезд (no-show).

Для долгосрочного сотрудничества туроператоры и отели должны обеспечивать высокий уровень обслуживания своих клиентов. Отзывы туристов и их удовлетворенность напрямую влияют на репутацию как туроператора, так и гостиницы. Это включает:

- Качество номеров и сервисов.
- Гибкость в предоставлении дополнительных услуг и индивидуальных запросов.

Гостиницы могут предлагать туроператорам специальные тарифы для постоянных клиентов, что помогает стимулировать повторные бронирования и повышать лояльность туристов.

#### Список использованной литературы:

1. Amriddinova R.S va bosq. Turizmda mehmonxona xizmatlari. O‘quv qo‘llanma. – Samarqand: SamISI, 2020, 180 bet.
2. Amriddinova R.S.va bosq. Mehmonxonalarda xodimlar faoliyatini boshqarish. O‘quv qo‘llanma. – Т.: “Fan va texnologiya”, 2018. - 300 b.
3. М.А.Ёхина Приём, размещение и выписка гостей. Учебник. Москва. Издательский центр «Академия» 2016.
4. Д.Г. Брашнов. Гостиничный сервис и туризм: Учебное пособие / Д.Г. Брашнов. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011.
5. A.R Sadriddinova. Improving the operation of hotels in Uzbekistan. - Excellencia: International Multi-disciplinary Journal of Education, 2024.
6. Официальный телеграмм канал Statuz.
7. <https://cmwp.uz>

<p style="text-align: center;"><b>R.Amriddinova, S.Raximov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Turoperatorlar va mehmonxonalar o‘rtasidagi hamkorlik O‘zbekistonda mehmonxona xonalarini muvaffaqiyatli sotish garovi sifatida</b></p> <p><b>Annotatsiya.</b> Maqolada turoperatorlar va mehmonxonalar o‘rtasidagi o‘zaro hamkorlikning asosiy jihatlari, jumladan, o‘zaro manfaatli hamkorlik shartnomalari, turistlarni jalb qilishga qaratilgan marketing strategiyalari, turizm mahsulotlarini birgalikda targ‘ib qilish kabi masalalar muhokama qilinadi.</p> <p><b>Kalit so‘zlar:</b> O‘zbekiston mehmonxona bozori, mehmonxona xonasi, turoperatorlar va mehmonxonalar o‘rtasidagi hamkorlik shakllari, xonalar bloklari uchun shartnomalar, komissiya shartnomasi, dinamik narxlar va onlayn agregatorlar, sayohat paketlarini yaratish, turoperatorlarning marketing kanallari orqali mehmonxonalarni ilgari surish.</p>	<p style="text-align: center;"><b>R.Amriddinova, S.Rakhimov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Cooperation between tour operators and hotels as a guarantee of successful sale of hotel rooms in Uzbekistan</b></p> <p><b>Abstract.</b> The article discusses key aspects of interaction between tour operators and hotels, such as mutually beneficial partnership agreements, marketing strategies aimed at attracting tourists, and joint promotion of tourism products.</p> <p><b>Keywords:</b> hotel market of Uzbekistan, hotel room, forms of cooperation between tour operators and hotels, contracts for blocks of rooms, commission agreement, dynamic pricing and online aggregators, creation of tourist packages, promotion of hotels through marketing channels of tour operators.</p>
---	---

**Farrux Oltinboyevich Husanov** – SamISI, “Oliy matematika” kafedrası (Phd) v.b.dotsenti

### TURISTIK OQIMLAR VA TRANSPORT MASALALARINI MODELLASHTIRISH

<p><b>Annotatsiya:</b> Ushbu maqolada turizm sohasida turistik oqimlarni va transport vositalarini samarali boshqarish uchun matematik modellarni qo‘llash imkoniyatlari tahlil qilingan. Turizmning rivojlanishi bilan birgalikda turistlar oqimini optimal taqsimlash, transport infratuzilmasiga tushadigan yuklamani kamaytirish va xizmat ko‘rsatish tizimini samarali boshqarish zarurati ham ortib bormoqda. Maqolada transport va logistika tizimlari, yo‘l trafigi modellari, shuningdek, navigatsiya tizimlarining rivojlanishida matematik modellardan foydalanish imkoniyatlari o‘rganilgan.</p> <p><b>Kalit so‘zlar:</b> turistik oqim; matematik model; navigatsiya; logistika; transport infratuzilmasi; potentsiallar usuli; kartografik modellar; matematik model.</p>
---

**Kirish.** Turizm dunyo iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biri bo‘lib, u jahon yalpi ichki mahsulotida sezilarli ulushga ega. Har yili sayyohlikka bo‘lgan talab ortib, turli mamlakatlar va hududlarga keluvchi turistlar oqimi oshib boradi. Shuningdek, bu jarayon turizm sohasidagi transport va logistika tizimlariga ham katta yuklama tushirishini inobatga olish lozim. Turistik zonalarga kirib keluvchi sayyohlar oqimini samarali boshqarish va transport vositalarini optimal taqsimlash muhim masalaga aylanmoqda.

Ushbu muammoni hal qilishda matematik modellashtirish samarali vosita bo‘lib xizmat qiladi. Matematik modellar orqali turistik yo‘nalishlarni aniqlash, transport vositalarining harakat yo‘nalishlarini rejalashtirish va yuklamalarni kamaytirish mumkin. Bunda turli transport yo‘llarining yuklamalarini aniqlash, turistlar oqimini taqsimlash va yangi infratuzilma loyihalarini tahlil qilish uchun matematik modellashtirishdan foydalanish zarur.

Mazkur maqolada turizm sohasidagi transport tizimlarini modellashtirishning turli yo‘nalishlari, jumladan, transport masalalarini hal qilish uchun operatsion tadqiqotlar va navigatsiya modellari, yo‘l trafigi modellari, shuningdek, transport infratuzilmasini samarali boshqarish metodlari o‘rganiladi.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.** XX asrning o‘rtalaridan boshlab, turizm va transport tizimlarini modellashtirishga qaratilgan matematik yondashuvlar keng tarqala boshladi. Transport logistikasi bo‘yicha matematik modellarni qo‘llash *Winstonning Operations Research: Applications and Algorithms (2004)* va *Hillier va Lieberman tomonidan yozilgan Introduction to Operations Research (2005)* kabi asarlarda keng muhokama qilinadi. Ushbu tadqiqotlar transport vositalarining harakatlanishini aniqlashda va turistlar oqimini tahlil qilishda tarmoqlar oqimi va tashish masalasi kabi modellardan foydalanishni yoritadi.

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят  
бўлимида нашрга тайёрланди.

20.11.2024 йилда теришга берилди. 05.12.2024 йилда босишга рухсат этилди.  
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sub>1/8</sub>. “Times” гарнитураси. Офсет  
босма усули. Шартли босма табағи 15,76. Ҳисоб-нашриёт  
табағи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0134А/24

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг  
матбаа бўлимида чоп этилди.  
Лицензия № 025316.  
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2024.