



ISSN 2091-5187

# СЕРВИС

№2

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
ЖУРНАЛ

2025



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 йил, 2-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

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

PhD, И.Ш.Эрназарова

**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 институти 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 ҳузуридаги 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

**МУНДАРИЖА:**

<b>НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ</b>	
<b>Кнарлик Карапетовна Арабян, Дилбар Хасановна Асланова, Мария Валерьевна Рубель</b> Развитие предпринимательского мышления: опыт платформы системного развития «Бизнес созидание»	5
<b>Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Обид Мамаюнусович Пардаев</b> Креатив иқтисодиёт индустриясининг мазмуни ва унинг назарий масалалари	10
<b>Дилдора Собиржонова Джураева</b> Пути повышения уровня жизни населения в Республике Узбекистан: теоретико-методологический анализ и практические рекомендации	19
<b>G'olib Sultonmurodovich Mustafoyev, Sabina Baxtiyor qizi Xudoyberdiyeva</b> Zamonaviy xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantiruvchi asosiy omillar	24
<b>Аскар Хайдарович Джумаев</b> Хулқ-атвор иқтисодиётининг қисқача мазмун-моҳияти, аҳамияти ва истиқболлари	28
<b>Анвар Нематович Холиқулов</b> Сервис фаолияти маданияти тушунчасининг назарий талқини	31
<b>ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ</b>	
<b>Комил Бахрамович Уразов, Мадина Шайманкуловна Хушмуродова</b> Тенденции развития электронной торговли в Узбекистане	35
<b>Dilafroz Marufovna Vofaxojayeva</b> Tibbiyot turizmini rivojlantirishda raqamlashtirishning o'rnini	39
<b>Наргиза Музафаровна Бабаева</b> Инновацияларнинг Ўзбекистон иқтисодий ривожланишидаги роли	45
<b>САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ</b>	
<b>Muxitdin Abduxamidovich Aynakulov</b> Agroklasterni tashkiliy jihatdan optimallashtirish negizidagi kooperatsion aloqa usullari, yo'nalish va mexanizmlari	50
<b>Umar Xudayberdiyev, Marifat Umarovna Xudoyberdiyeva</b> O'zbekistonda go'sht yetishtirishdagi muammolar va ularning yechimi	53
<b>Boburmirzo Botirovich Abduvaxobov</b> Sutni qayta ishlash korxonalarida ta'minot zanjiri tizimining tashkiliy mexanizmini takomillashtirish	56
<b>G'ayrat Ablaqulovich Ibragimov, Diyora O'tkir qizi Toshqulova, Shaxnoza G'ayrat qizi Ablakulova</b> Oziq-ovqat mahsulotlari yetishtirishda suv resurslaridan foydalanishning o'rnini	60
<b>Akhror Abdihakimovich Shermatov</b> The importance of intellectual capital in manufacturing enterprises in the economy	64
<b>Barno Asatullojevna Mardanova</b> Sut mahsulotlari ta'minot zanjiri: muammolar, imkoniyatlar va yechimlar	69
<b>Eldor Toshtemirovich Xamdamov, Shuhrat Saidahmadovich Sharifov</b> O'zbekiston qishloq hududlarida maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish	74
<b>ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС</b>	
<b>Munavvar Farxod qizi Axrorova</b> Samarqand viloyatida tibbiy xizmatlarni davlat-xususiy sherikchiligi asosida takomillashtirishning istiqbollari	77
<b>Sanjar Nasriddinovich Nazarov</b> Raqamli iqtisodiyot sharoitida aloqa-axbarotlashtirish xizmatlarini tashkiliy mexanizmini takomillashtirish	82

# ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ

**Комил Бахрамович Уразов** – Самаркандский институт экономики и сервиса  
д.э.н., профессор

**Мадина Шайманкуловна Хушмуродова** – Международный университет туризма и культурного наследия «Шелковый путь», PhD

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В УЗБЕКИСТАНЕ

**Аннотация.** В данной статье исследованы основные тенденции развития электронной торговли на фоне глобальных преобразований, протекающих в мире и нашей республике, проведен социологический анализ состояния электронной торговли, который позволит выявить основные тенденции изменения спроса, способствующие активизации электронной торговли.

**Ключевые термины:** рынок электронной торговля, факторы развития электронной торговли, переход на интернет-торговлю и международные платформы, модернизация сайта, ребрендинг, трансформация в маркетплейсы.

**Введение** Электронная торговля в Узбекистане находится на этапе становления. На данный момент ее доля составляет единицы процентов. Однако этот сектор быстро растет из-за слабой развитости традиционных торговых сетей, которые не могут противостоять электронной торговле, но и не могут питать ее. Базары участвуют в электронной торговле, но они тоже не представляют значительной конкуренции. В результате электронная торговля становится новым и удобным способом покупки товаров и услуг, который быстро набирает популярность. Сейчас рынок электронной торговли находится на этапе активного формирования и первых важных шагов.

**Анализ литературы по теме.** В современной зарубежной и отечественной науке термин электронная торговая деятельность трактуются исходя из подходов применения в бизнес-процессах. В работах российских ученых В.Анфиногенова, И.Балабанова, Т.В.Дианова, а также в международных и отечественных нормативно-правовых актах электронную торговлю рассматривают в качестве основной разновидности электронной коммерции как процесс, непосредственно направленный на совершение актов купли-продажи с использованием средств электронной коммуникации.

**Методология исследования.** Теоретической и методологической основой исследования послужили фундаментальные концепции развития электронной торговли, представленные в трудах отечественных и зарубежных ученых, Указы и Постановления Президента, Кабинета Министров, законодательные, директивные и нормативные акты, фактические данные о результатах торговой деятельности, социологические методы, статистическая обработка материалов исследования.

**Анализ и результаты.** Данные, представленные на диаграмме 1, показывают стремительный рост в среднем на 6,0%. Отмечая возрастание значимости электронной торговли в глобальных экономических показателях целесообразно исследование концептуальных подходов к исследованию электронной торговли<sup>1</sup>.

Торговые организации, не вовлеченные в цифровизацию цепочки оказания услуг, теряют свою конкурентоспособность. Следовательно, главным условием повышения конкурентоспособности являются транспортные и логистические структуры, видами электронной торговли, географией целевой аудитории.

По данным Агентства статистики РУз, в 2023 году совокупный доход населения Узбекистана достиг 728,8 трлн. сумов, рост в номинальном выражении составил 15,0%, в реальном (с поправкой на инфляцию) — 4,6%.

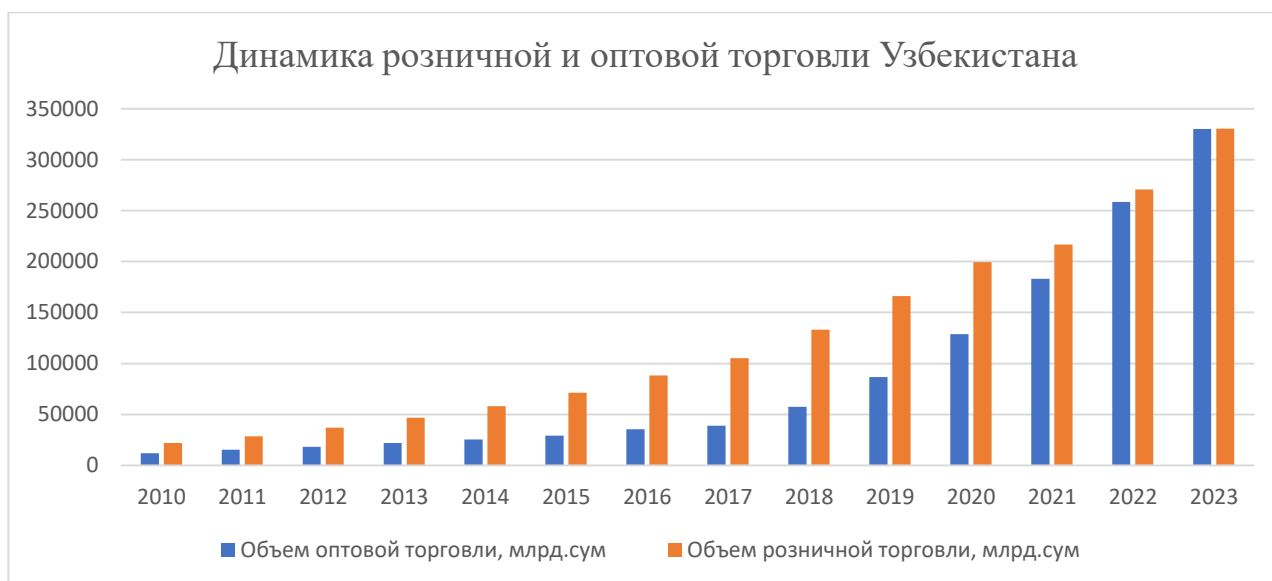
<sup>1</sup> Хушмуродова М.Ш. Концептуальные подходы к исследованию электронной торговли // Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish.- jurnal, Samarqand, 2023, №3, с.179-184 б.



**Рисунок 1. Динамика электронной коммерции в мире.<sup>1</sup>**

Оборот розничной торговли Узбекистана по итогам 2023 года составил 26,2 млн. долларов США (для сравнения: в России – 488,7 млн. долл. США, в Казахстане - \$39,4 млн. долл. США, в Беларуси - \$15,5 млн. долл. США). Розничный товарооборот на душу населения в месяц по итогам 2023 года в Узбекистане – \$68,4 (Рис.2). Последние 3 года в структуре торговли республики доли розничной и оптовой торговли почти выровнялись.

В 2024 году ключевым фактором развития электронной торговли в Узбекистане стала инфраструктура. На данный момент в стране не хватает логистических, складских, программных и маркетинговых решений. Создание этой инфраструктуры с одной стороны, становится драйвером рынка электронной торговли, а с другой — следствием его развития. Получается такая «самодвижущаяся машина».



**Рисунок 2. Динамика внутренней торговли в Узбекистане<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> На основе данных Statista.

<sup>2</sup> Материалы Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан

Несмотря на это степень внедрения цифровых технологий в бизнес-процессы все ещё на низком уровне, 26% официально работающих в Узбекистане частных фирм имеют свои веб-сайты, что намного ниже среднего показателя по региону (63%)<sup>1</sup>, что свидетельствует о замедлении проникновения частного сектора в цифровое пространство, что приводит к отставанию внутренней электронной торговли от трансграничной.

Таблица 1

Доля электронной торговли в розничном товарообороте в Узбекистане<sup>2</sup>

Показатели	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Объем розничной торговли, млрд.сум Темп роста,%	88071,6	105229,9	133195,2	199518,8	252056,6	270687,2	330448,1
	100,0	119,4	126,5	147,7	126,3	107,4	122,0
Объем оптовой торговли, млрд.сум Темп роста,%	42185,9	63185,9	93322,8	120451,1	172790,1	258444,0	330062,9
	100,0	149,7	147,6	129,0	143,4	149,5	127,9
Объем торговли, млрд.сум Темп роста,%	130275,5	164415,8	226518	319969,9	424846,7	529131,2	660511
	100,0	126,2	137,7	141,2	132,7	114,9	124,8
Объем электронной торговли в тыс.долларах США Темп роста,% <sup>3</sup>	14,6	40,8	275,3	481300	168000	311000	543000
	100,0	2.8 раз	6.7 раз	1750раз	34,9	157,1	174,5
Курс ЦБ Узбекистан 1 доллара США к суму Темп роста,%	8100	8339	9507	10477	10838	11225	12750
	100,0	102,9	114,0	109,8	103,4	103,5	113,5
Доля электронной торговли,%	0.009	0.002	0.01	0.011	0,016	0.60	1,04

Появление новых форматов торговли открывает для потребителей в Узбекистане доступ не только к удобным способам покупок, но и к значительно более широкому ассортименту товаров. Традиционный ритейл страны ограничен в разнообразии: крупные сети предлагают десятки тысяч SKU, базары — несколько сотен тысяч. В то же время международные платформы, такие как Wildberries и Ozon, предоставляют доступ к десяткам миллионов SKU, что значительно превосходит возможности местного рынка. Эта разница в ассортименте привлекает внимание покупателей, которые открывают для себя товары, ранее недоступные на местном рынке. Такое разнообразие становится одной из ключевых причин, почему потребители выбирают интернет-торговлю. Это также укрепляет позиции международных игроков, предлагающих уникальные товары и значительно больший выбор, чем локальные торговые сети и базары.

Международным игрокам сложно работать на узбекистанском рынке из-за отсутствия развитой инфраструктуры, например, современных складов и быстрой доставки. Эти факторы замедляют их рост, однако, несмотря на трудности, они

<sup>1</sup> Данные первого этапа исследования COVID-19 Business Pulse, проведенного Всемирным банком

<sup>2</sup> Составлено автором на основе данных Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан

<sup>3</sup> www.kpmg. E-commerce in Uzbekistan. Обзор рынка электронной коммерции. Август 2023.

развиваются быстрее большинства местных компаний. Еще одним вызовом для маркетплейсов является отсутствие достаточного числа продавцов (селлеров) и недостаток их компетенций. Это приводит к ограниченному ассортименту товаров, доступных для продажи на платформах. С другой стороны, для потребителей в Узбекистане главной сложностью является малое число торговых площадок — на местных маркетплейсах ограниченный выбор, у международных компаний долгая доставка.

**Выводы и предложения.** Таким образом, электронная торговля в составе электронной коммерции получила четкие очертания, идентификационные признаки, преобразуясь в отдельный вид хозяйственной деятельности в последние годы на фоне системных преобразований, заложенных в “Стратегию развития Нового Узбекистана”. Инновационное развитие розничной торговли в республике обусловлено нарастающим влиянием на выбор потребителей маркетплейсов и интернет магазинов, которые продвигают традиционные супермаркеты. В республике темпы роста объемов реализации маркетплейсов значительно опережают темпы роста супермаркетов, базаров и других организаций розничной торговли. Модернизация сайта, ребрендинг, трансформация в маркетплейсы – главные задачи, которые необходимо решить традиционным организациям розничной торговли, что позволит удержать позиции на рынке и повысить конкурентоспособность торговых организаций. Консолидация отечественных торговых организаций с уже зарекомендовавшими себя в интернет пространстве крупными иностранными маркетплейсами и интернет магазинами, использование программного обеспечения на основе искусственного интеллекта для модернизации платформ, повышение квалификации и уровня знаний в сфере информационно-коммуникационных технологий и информационной безопасности пользователей, оперативное реагирование и принятие соответствующих мер по устранению угроз и ликвидации последствий инцидентов.

#### Список использованной литературы

1. Закон Республики Узбекистан «О кибербезопасности» от 15.04.2022 г. № ЗРУ-764 <https://lex.uz/ru/docs/5960609>
2. E-commerce, Trade and the Covid-19 Pandemic. WTO Information Note. [Электронный ресурс] // URL: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/covid19\\_e/ecommerce\\_report\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf). (дата обращения: 15.03.2021).
3. Coppola D. Worldwide e-commerce share of retail sales 2015 – 2023. [Электронный ресурс] // 26 Nov. – 2020 // URL: <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide> (дата обращения: 15.03.2021).
4. Usmanova, D.K., Kobilov, A.E.; Kurbonov, O.A; Amirov, A.M.; The impact of investment on the economic development of Uzbekistan. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. 2020 | Journal article. DOI: 10.5373/JARDCS/V12SP7/20202317.EID: 2-s2.0-85088789723 Part of ISSN: 1943023X. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-5088789723&partnerID=MN8TOARS>
5. Khushmuradova M.Sh. Trends and problems of development of electronic commerce in the Republic of Uzbekistan. //SDG.Journal of law and sustainable development, September, 2023 in volume 11, n.6.ISSN: 2764-4170. p.01-14
6. Анфиногенов В.Б., Кабанова В.Ф. Основы электронной коммерции: учеб. пособие/В.Б. Анфиногенов, В.Ф. Кабанов. - Саратов: Изд-во Сарат. инта РГТЭУ, 2013. - 169 с.
7. Балабанов И.Т. Электронная коммерция: Учеб. пособие для вузов: Система электрон, платежей. Интерактив, инвестирование. Торговля в сети Интернет. Мобил, торговля. СПб.: Питер, 2001. 335 с.
8. Дианова Т.В.. Электронная торговля в системе экономических отношений современного рыночного хозяйства : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.01 / Дианова Таисия Владимировна; [Место защиты: Моск. гос. ин-т междунар. отношений].- Москва, 2013.- 168 с.: ил. РГБ ОД, 61 13-8/1598.

<p><b>K.Urazov, M.Hushmuradova</b>  <b>O‘zbekistonda elektron savdoni rivojlanish tendensiyalari</b></p>	<p><b>K.Urazov, M.Hushmuradova</b>  <b>Trends in the development of electronic commerce in Uzbekistan</b></p>
<p><b>Annotatsiya.</b> Ushbu maqolada jahon va respublikamizda ro‘y berayotgan global o‘zgarishlar sharoitida elektron savdoni rivojlantirishning asosiy tendensiyalari ko‘rib chiqilgan; Elektron tijorat holatining sotsiologik tahlili o‘tkazildi, bu bizga elektron tijoratni faollashtirishga yordam beradigan talab o‘zgarishining asosiy tendensiyalarini aniqlash imkonini beradi.</p> <p><b>Kalit so‘zlar:</b> elektron tijorat bozori, elektron tijoratni rivojlantirish omillari, onlayn savdo va xalqaro platformalarga o‘tish, veb-saytlarni modernizatsiya qilish, rebranding, bozorga o‘tish.</p>	<p><b>Abstract.</b> This article examines the main trends in the development of e-commerce against the backdrop of global transformations taking place in the world and our republic, a sociological analysis of the state of e-commerce is conducted, which will allow identifying the main trends in demand changes that contribute to the activation of e-commerce.</p> <p><b>Keywords:</b> e-commerce market, factors in the development of e-commerce, transition to online trading and international platforms, website modernization, rebranding, transformation into marketplaces</p>

**Dilafroz Marufovna Vofaxojayeva** – TDIUSF “Buxgalteriya hisobi va audit” kafedrasida katta o‘qituvchisi

### TIBBIYOT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLASHTIRISHNING O‘RNI

**Anatatsiya.** Ushbu maqolada Samarqand viloyatida tibbiy turizm salohiyatini ochib beradigan ijtimoiy tarmoqlardagi ma’lumotlarni iste’molchilar uchun yetarli ekanligi, bu ma’lumotlarning turistlar soniga ta’sir darajasi tahlil qilingan bo‘lib, tibbiy xizmatlarning elektron texnologiyalari orqali amalga oshirilishi, raqamli texnologiyalarning keng joriy etish jarayonlari aholiga tez va sifatli tibbiy xizmat ko‘rsatish, sohani yanada takomillashtirish, tibbiyot xodimlari va bemorlar uchun maqbul shart-sharoitlar yaratishdagi ahamiyati ham yoritilgan. Shu nuqtayi nazardan mazkur maqolada tibbiyot turizmini rivojlantirishda raqamlashtirishning ahamiyati, muammolari tahlili amalga oshirilgan.

**Kalit so‘zlar:** turizm, tibbiyot, sog‘lomlashtirish, davolash, sayohat, qiymat zanjiri, tur, operator.

**Kirish.** Kun sayin ortib borayotgan texnologik o‘zgarishlar boshqa barcha sohalar qatori turizm sohasiga ham o‘z ta’sirini o‘tkazmoqda. Rivojlanayotgan texnologiya bilan raqamli vositalardan to‘g‘ri foydalanish sayyohlik biznesiga katta foyda keltiradi. Bundan tashqari, aloqa ham sog‘lomlashtirish turizmida muhim omil hisoblanadi. Aloqa texnologiyalarining rivojlanishi bilan odamlarga barcha turdagi ma’lumotlarning yetib borishi tezlashdi, bundan tashqari internet tarmoqlari sog‘lomlashtirishga yo‘naltirilgan sayohatlarga qiziqishni oshirish va uni targ‘ibotini amalga oshirishda muhim rol o‘ynaydi<sup>1</sup>. Bundan tashqari, raqamli texnologiyalar sayyohlar sonini oshirishga, turistlar orasida ishonchni qozonishga va ularning fikr-mulohazalarini olish hamda tahlil qilishga juda katta yordam beradi<sup>2</sup>. Shuningdek, o‘z mamlakatlarida mavjud bo‘lmagan tibbiyot mahsulotlar yoki xizmatlarga cheklanganligi yoki taqiqlangan holatlarning mavjudligi sog‘liqni saqlash turizmi uchun chet elga sayohat qilishga olib keladi<sup>3</sup>.

Raqamlashtirish butun dunyoni egallayotgan vaqtda yangi terminlar ham fanga kirib kela boshladi. Aynan iqtisodiyotda raqamli iste’molchi atamasi keng egallamoqda. Yangi texnologik vositalarni ishlab chiqish shaxslarni biznes bilan bevosita muloqot qilish orqali faolroq bo‘lishga olib keldi<sup>4</sup>. Raqamli muhitlar butun dunyo bo‘ylab turizm sohasidagi o‘zgarishlarning tez suratlarda o‘zgarishiga, shuningdek, iste’molchilar o‘z tajribalarini bir-birlari bilan baham ko‘rishga zamin yaratadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadigan

<sup>1</sup> Aydın, O. (2012). An Alternative Tourism in Turkey; Health Tourism. Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research, 14(23), 91-96.

<sup>2</sup> Öksüz, B. and Altıntaş, V. (2017). Use of Digital Communication Channels in Health Tourism, Journal of Travel and Hotel Management, 14(1), 59-75. doi:10.24010/soid.303662

<sup>3</sup> Howze, K.S. (2007). Note: Medical Tourism: Symptom or Cure?, Georgia Law Review, 41(3), 1013-51.

<sup>4</sup> Happ, E. and Ivancso-Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future a New Approach to Tourism. Knowledge Horizons-Economics, 10(2), 9-16.

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят  
бўлимида нашрга тайёрланди.

19.05.2025 йилда теришга берилди. 06.06.2025 йилда босишга рухсат этилди.  
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sub>1/8</sub>. “Times” гарнитураси. Офсет  
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт  
табағи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0036А/25

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, 2025.