

САЁҲАТ ВА ТУРИЗМ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИ ИНДЕКСИ (“САТУРА” ИНДЕКСИ)

Ибрагимов Нутфилло Салимович,
БухДУ катта илмий ходим-изланувчиси, и.ф.н.
E-mail: ibragimov.nutfillo@mail.ru

Аннотация: Мақолада туристик ҳудуд рақобатбардошлиги тушунчаси, 14 та субиндекснинг 90 ўзгарувчанларига асосланиб баҳоланадиган мамлакатларнинг саёҳат ва туризм рақобатбардошлиги индексини ҳисоблаш методологияси таҳлил қилинган ҳамда рақобатбардошликнинг мега, макро, мезо, мета, микро, мини ва нанодаражалари илмий асосланган.

Аннотация: В статье исследованы понятие конкурентоспособности туристических дестинаций, международные методы оценки конкурентоспособности сектора путешествий и туризма разных стран базирующаяся на 14 суб-индексах и 90 переменных, а также научно обоснованы мега, макро, мезо, мета, микро, мини и нано уровни конкурентоспособности.

Annotation: In the article is analyzed the definitions of destination competitiveness and investigated international estimation methods of travel and tourism competitiveness of different countries based on 14 sub-indexes and 90 variables, also scientifically substantiated mega, macro, mezzo, meta, micro, mini and nano levels of competitiveness of destinations.

Калим сўзлар: туристик ҳудуд, саёҳат, туризм, рақобатбардошлик, индекс, статистика, рақобатбардошлик даражаси, барқарор ўсиш.

Кириш

2016 йилнинг декабрида Ўзбекистон туризм соҳасида катта ижобий ўзгаришларга сабаб бўладиган иккита қонун ҳужжати қабул қилиниб, улар “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони ҳамда “Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Жумладан, Президент қарорида янги ташкил этилган “Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси” фаолиятининг асосий вазифалари ва йўналишларидан бири этиб “туризм фаолияти соҳасида биринчи навбатда БМТнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти, туризм бўйича нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлар ҳамда туризм соҳасида фаолиятни амалга оширувчи хорижий компаниялар билан халқаро ҳамкорликни кенгайтириш, халқаро ва давлатлараро стандартлар ва нормаларни туризм фаолияти ва амалиётига жорий этиш”[1] белгиланган. Демак, туризм соҳаси статистик кўрсаткичларини

Йиғиш, қайта ишлаш жараёнида халқаро ташкилотлар билан яқин ҳамкорлик қилиш орқали давлатлараро эътироф этилган услубиётларни миллий статистика тизимига жорий қилиш эвазига, мамлакат туризм соҳасидаги реал ҳолатни, туристик ҳудуд сифатида унинг рақобатбардошлик даражасини ва туризм соҳаси инвестицион муҳит жозибadorлигини аниқлашга эришилади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили

Туристтик ҳудуд рақобатбардошлиги - туристик ҳудудларнинг барча бозорларда ўз ўрнини сақлаб қолиш, вақт оралиғида сифат ва кўламини мунтазам ошириб бориш қобилиятидир [2]. Бундан ташқари, рақобатбардошлик - туристик ҳудудларнинг ўз рақобатчиларига нисбатан бозордаги салмоқни сақлаб туриб мавжуд ресурслардан оқилона фойдаланган ҳолда кўшимча қийматга эга маҳсулот (хизмат)ларни яратиш ва уларни интеграциялаш қобилияти [3] ҳамда ташриф буюрувчиларнинг эҳтиёжлари ҳудуд етказиб бераётган маҳсулот ва хизматлар эвазига, бошқа туристик ҳудудлар билан қиёслаганда, тўлароқ қондирилишидир [4].

Юқоридаги таърифлар билан бирга, охириги 20 йилда туристик ҳудудларнинг рақобатбардошлигини аниқлашнинг турли услублари ҳам ишлаб чиқилган. Буларга, туристик ҳудудлар рақобатбардошлигининг тўрт тамойили, яъни соҳани ривожлантириш учун қулай шароит, туризмнинг етакчи соҳа эканлиги, турли бозорларда кучли сотиш каналларининг мавжудлиги ҳамда тез суръатларда ўсаётган хусусий сектор [5]. Бошқа туризм соҳаси тадқиқотчиларнинг фикрича, назарийчи Портер томонидан ишлаб чиқилган рақобатбардошликнинг умумий моделлари туризм соҳасига ҳам қўлланилиши мумкин. Ҳақиқатдан ҳам, Портер томонидан ишлаб чиқилган рақобатбардошлик модели асосида [6] 1993 йилда “Туризм рақобатбардошлигининг Каляри модели” (Calgary Model of Tourism Competitiveness) яратилиб, у туристик ҳудуд жозибadorлиги, туристик ҳудуд менежменти ва маркетинги, соҳалараро ҳамкорлик, ўзаро маълумот алмашинуви ва илмий тадқиқот, ҳудуднинг туристик эҳтиёжларни қондириш қобилияти каби 5 та таянч концепцияда ўз аксини топган [7].

Тадқиқот методологияси

Туристтик ҳудуд рақобатбардошлигини баҳолашнинг замонавий ёндашувлари, маълум давлат рақобатбардошлиги даражасини аниқлашда қўлланиладиган усуллар, асосан кўрсаткичлар сони, таркиби ва уларнинг муҳимлик коэффициенти билан фарқланади [8]. Айни мақсадда, одатда умум фойдаланиладиган ва стандартлашган статистик маълумотлар ҳамда эксперт баҳолаш натижалари кенг қўлланилади. Жаҳон иқтисодий форуми (World Economic Forum (WEF)) томонидан йиллик рейтингларни тайёрлашда ҳамкор халқаро ташкилотлар билан биргаликда эксперт ва компания бошқарувчилари ўртасида сўровлар ўтказишни ўз ичига олган дала тадқиқотлари амалга оширилади. Рақобатбардошликни баҳолаш солиштирма тадқиқотлар сирасига кириб, унда балли ёки индексли рейтинг ёндашуви кенг тарқалган.

Жаҳон иқтисодий форуми (World Economic Forum) доирасида ҳар йили эълон қилинадиган *Саёҳат ва туризм рақобатбардошлиги ҳисоботида* (Travel and Tourism Competitiveness Report) маълум давлатларнинг туризм соҳаси ўсишига ва инвестицион муҳитнинг жозибадорлигига таъсир этувчи омиллар “СаТуРа” Индекси (Саёҳат ва туризм рақобатбардошлиги индекси - Travel & Tourism Competitiveness Index — TTCI) асосида баҳоланади. “СаТуРа” Индекси Иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш Ташкилоти (OECD – Organization of economic cooperation and development) томонидан ҳар йили эълон қилинади.

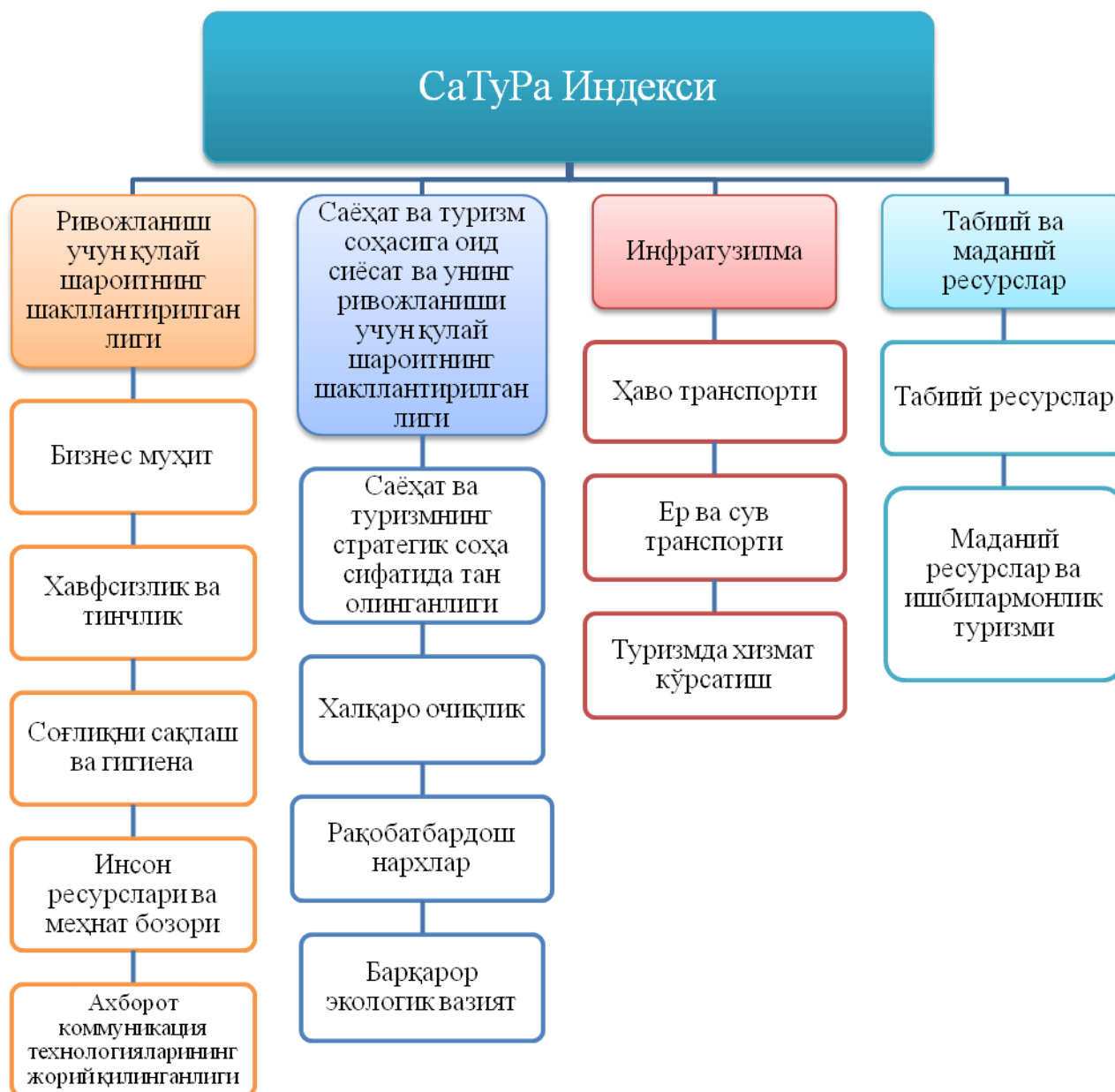
Туристик ҳудуд (детинация) рақобатбардошлиги - географик жойларнинг резидент ва норезидентлар учун жозибадорлигини оптималлаштира олиш ҳамда туризм соҳасида мавжуд ресурслардан самарали ва барқарор шаклда фойдаланишни таъминлаган ҳолда сифатли, инноватив ва жозибали туризм хизматларини етказиш эвазига ички ва халқаро бозорларни эгаллаш қобилиятидир [9]. 2007 йилда илк мартаба жорий этилган “СаТуРа” Индекси, “давлатнинг иқтисодий ривожланиши ва унинг рақобатбардошлигига ижобий таъсир этувчи саёҳат ва туризм соҳаси барқарор ривожланишига туртки бўлувчи бир қатор омил ва иқтисодий тенденциялар”ни [10] ҳисобга олишни кўзда тутди. Мамлакатнинг саёҳат ва туризм соҳаси рақобатбардошлигини аниқлаш учун 4 гуруҳга бирлаштирилган 14 та субиндекслар танланган. 1-расмга қаранг.

Биринчиси, **“Ривожланиш учун қулай шароитнинг шакллантирилганлиги”** бўлиб, мамлакатда фаолият олиб боришнинг умумий қоидаларини қамраб олган. Улар қуйидагилар: *бизнес муҳит, хавфсизлик ва тинчлик, соғлиқни сақлаш ва гигиена, инсон ресурслари ва меҳнат бозори ҳамда ахборот коммуникация технологияларининг жорий қилинганлиги.*

Иккинчиси, **“Саёҳат ва туризм соҳасига оид сиёсат ва унинг ривожланиши учун қулай шароитнинг шакллантирилганлиги”** бўлиб, саёҳат ва туризм соҳасига тўғридан-тўғри таъсир этувчи дастур ва стратегик режаларни қамраб олади. Улар қуйидагилар: *саёҳат ва туризмнинг стратегик соҳа сифатида тан олинганлиги, халқаро очиқлик, рақобатбардош нархлар, барқарор экологик вазият.*

Учинчиси, **“Инфратузилма”** бўлиб, турли соҳаларда мавжуд инфратузилманинг сифати ва барчага ундан фойдаланиш ҳуқуқининг берилганлигини назарда тутди. *Ҳаво транспорти инфратузилмаси, ер ва сув транспорти инфратузилмаси, туризмда хизмат кўрсатиш инфратузилмаси* кабиларни қамраб олади.

Охирги, тўртинчи субиндекслар гуруҳи, **“Табиий ва маданий ресурслар”**, яъни саёҳат мақсадига айланиши мумкин бўлган барча ресурсларни, *табиий ресурслар, маданий ресурслар ва ишбилармонлик туризми* кабиларни ўзида мужассамлаштирган.



1-чизма. “СаТуРа” Индексининг тузилмаси [10]

Тўрт гуруҳга бирлаштирилган 14 та субиндекс 90 та ўзгарувчанга эга бўлиб, ўзгарувчанларнинг 2/3 қисмини баҳолаш жараёнида турли халқаро ташкилотларнинг статистик маълумотлари, қолган қисмини аниқлашда дала тадқиқотлари натижаларидан фойдаланилади. Жумладан, Ҳаво транспорти халқаро ассоциацияси (IATA), Табиатни муҳофаза қилиш халқаро иттифоқи (IUCN), Бутунжаҳон туризм ташкилоти (UNWTO), Жаҳон саёҳат ва туризм кенгаши (WTTC) нинг статистик маълумотлари ҳамда жаҳон миқёсидаги 15 минг эксперт ва компания бошқарувчилари ўртасида ўтказилган сўров натижаларидир.

Биринчи субиндекс - “**Бизнес муҳит**” бўлиб, у қуйидаги 12 та ўзгарувчанларни қамраб олади: *мулкчилик ҳақидаги қонун; қонунчиликнинг тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларга таъсири; меъерий-ҳуқуқий базанинг*

келишмовчиликларни бартараф қилиш лаёқати; меъёрий-ҳуқуқий базанинг норматив актларга ўзгартириш киритиш имконияти; қурилишга рухсатномалар олиш учун талаб қилинадиган вақт; қурилишга рухсатномалар олишга кетадиган маблағ; рақобат муҳитининг шаклланганлиги; тадбиркорлик фаолиятини бошлаш учун талаб қилинадиган вақт; тадбиркорлик фаолиятини бошлаш учун талаб қилинадиган маблағ; солиқларнинг тадбиркорлик фаолиятини рағбатлантиришга таъсири; солиқларнинг инвестиция киритишни рағбатлантиришга таъсири; умумий солиқ ставкалари (ойлик маошларга солинадиган солиқ ставкалари ва ижтимоий тўловлар, даромад солиғи ставкаси, бошқа солиқ ставкалари).

Иккинчи субиндекс - **“Хавфсизлик ва тинчлик”** бўлиб, у қуйидаги 5 та ўзгарувчанларга эга: жиноят ва зўравонликнинг тадбиркорлик фаолиятига молиявий таъсири; ички ишлар ходимлари хизматларининг ишончилиги; терроризмнинг тадбиркорлик фаолиятига молиявий таъсири; терроризм кўлами индекси; қотилликлар сони.

Учинчи субиндекс – **“Соғлиқни сақлаш ва гигиена”** бўлиб, 6 та ўзгарувчанларга эга. Улар қуйидагилар: врачлар сони (1000 аҳолига); малакали тиббий хизматдан фойдаланиш имконияти; тоза ичимлик сувдан фойдаланиш имконияти; касалхоналар сизими; ОИТС нинг тарқалганлиги; безгак касалининг тарқалганлиги.

Тўртинчи субиндекс – **“Инсон ресурслари ва меҳнат бозори”** бўлиб, 9 та ўзгарувчанни қамраб олган. Улар қуйидагилар: бошланғич таълимга жалб қилинганлар кўлами; ўрта-махсус таълим муассасаларига жалб қилинганлар кўлами; ишчи-ходимларнинг малакасини ошириш кўлами; мижозлар билан муомала маданияти; ишга қабул қилиш ва ундан бўшатиш меъёрлари; малакали ишчиларни тез топиш имконияти; хорижий ишчи кучини ёллашнинг соддалаштирилганлиги; ишчига ҳақ тўлаш ва унинг меҳнат унумдорлиги; меҳнат бозорида аёлларнинг салмоғи.

Бешинчи субиндекс – **“Ахборот коммуникация технологияларининг жорий қилинганлиги”** бўлиб, ўзгарувчанлар сони 8 та. Улар қуйидагилар: тадбиркорларнинг ўзаро ҳамкорлик жараёнида ахборот технологиялардан фойдаланиш даражаси; тадбиркор ва истеъмолчилараро муносабатларда интернет тармоғидан фойдаланиш; интернет тармоғидан фойдаланувчилар сони; кенг полосали интернет тармоғига уланганлар сони; уяли алоқадан фойдаланувчилар сони; мобиль интернет ускуналарида фойдаланувчилар сони; мобил алоқа хизмат кўрсатиш доираси кўлами; электр энергияси таъминотининг сифати.

Олтинчи субиндекс – **“Саёҳат ва туризмнинг стратегик соҳа сифатида тан олинганлиги”** бўлиб, 6 та қуйидаги ўзгарувчанлардан иборат: давлат томонидан саёҳат ва туризм соҳаси устуворлигининг тан олинганлиги; саёҳат туризм соҳасига давлат харажатлари; туристларни жалб қилишда маркетинг ва брендинг фаолиятларининг самарадорлиги; саёҳат ва туризм соҳаси йиллик

кўрсаткичлари тушунарлилиги даражаси; саёҳат ва туризмга оид ойлик ва чорак статистик маълумотларни ўз вақтида етказиш; мамлакат бренд стратегияси рейтинг.

Еттинчи субиндекс – **“Халқаро очиклик”** бўлиб, 3 та куйидаги ўзгарувчанларга эга: *виза олиш шартлари; икки томонлама ҳаво йўли битимларининг мавжудлиги; минтақавий савдо-сотиқ келишувлари сони.*

Саккизинчи субиндекс – **“Рақобатбардош нархлар”** бўлиб, 4 та куйидаги ўзгарувчанларни қамраб олади: *чиптага солинадиган солиқлар ва аэропорт йиғимлари; меҳмонхона нархлари индекси; харид қобилияти паритети (PPP); ёқилги нархлари.*

Тўққизинчи субиндекс – **“Барқарор экологик вазият”** бўлиб, 10 та куйидаги ўзгарувчанларни ўзида мужассамлаштирган: *атроф муҳитни муҳофаза қилишни тартибга солувчи меъёрий ҳужжатларнинг аниқлиги; атроф-муҳитни муҳофаза қилиш тартиб-қоидаларига риоя қилинишининг таъминланганлиги; саёҳат ва туризм соҳа ривожланишида барқарорлик; қаттиқ зарраларнинг атмосферадаги зичлиги (Pm-2.5); атроф-муҳитга оид халқаро битимларнинг ратификация қилинганлиги; сув ресурсларидан оқилона фойдаланиш; йўқолиб кетиш эҳтимоли мавжуд жонзотлар сони; ўрмон ҳудудларидаги ўзгаришлар; оқар сувларни тозалаш тизими; интенсификация балиқ овладиган қирғоқ бўйи ҳудудларнинг аҳволи.*

Ўнинчи субиндекс – **“Ҳаво транспорти”** бўлиб, унга куйидаги ўзгарувчанлар кирди: *ҳаво транспорти инфратузилмасининг сифати; маҳаллий рейсларнинг сизими ва умумий масофаси; халқаро рейсларнинг сизими ва умумий масофаси; мамлакатдан учадиган рейслар сони; аэропортлар сони; фаолият кўрсатаётган авиакомпаниялар сони.*

Ўн биринчи субиндекс – **“Ер ва сув транспорти”** бўлиб, куйидаги ўзгарувчанларни қамраб олади: *йўлларнинг сифати; темир йўл инфратузилмаси сифати; порт инфратузилмаси сифати; ер транспорти тизими сифати; темир йўллар зичлиги.*

Ўн иккинчи субиндекс – **“Туризмда хизмат кўрсатиш”** бўлиб, у куйидаги ўзгарувчанлардан иборат: *меҳмонхоналарнинг умумий сизими; тадбиркорлик туризмнинг кўлами; автомашиналарни ижарага берувчи ташкилотларнинг мавжудлиги; Виза тўлов воситасини қабул қиладиган автоматлаштирилган сотув машиналарининг сони.*

Ўн учинчи субиндекс – **“Табиий ресурслар”** бўлиб, куйидаги ўзгарувчанларга эга: *умумжаҳон табиий мероси объектларининг сони; аниқланган жонзотлар сони; экомуҳитнинг сифати; муҳофаза қилинадиган табиий ҳудудлар; экотуризмга оид онлайн қидирувлар сони.*

Ўн тўртинчи субиндекс – **“Маданий ресурслар ва ишбилармонлик туризми”** бўлиб, куйидаги 5 та ўзгарувчанлардан иборат: *умумжаҳон маданий мероси рўйхатида киритилган объектлар сони, оғзаки ва номоддий маданий мерос рўйхатида киритилган объектлар сони, йирик спорт иншоотлари сони (стадион),*

халқаро ташкилотлар ўтқазадиган йиғилишлар сони, маданий ва кўнгилочар туризмга оид онлайн қидирувлар сони.

Таҳлил ва натижалар

Юқорида санаб чиқилган 14 та субиндексларнинг 90 та ўзгарувчанлари, аниқ услубиётга таянган ҳолда, 1 дан 7 га қадар баллик тизим асосида ҳисобланганда, мамлакатларнинг “СаТуРа” Индекси 2015 йил натижалари бўйича, Испания биринчи, Франция иккинчи ва Германия учинчи ўринни эгаллаган. Кучли ўнлик ва баъзи МДХ мамлакатларининг кўрсаткичлари 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал.

Саёҳат ва туризм рақобатбардошлиги Индекси. 2015 йил натижалари

Ўрин	Мамлакат	Балл	Ўрин	Мамлакат	Балл
1	2	3	4	5	6
1	Испания	5.31	8	Италия	4.98
2	Франция	5.24	9	Япония	4.94
3	Германия	5.22	10	Канада	4.92
4	АҚШ	5.12	45	Россия Федерацияси	4.08
5	Буюк Британия	5.12	85	Қозоғистон	3.45
6	Швейцария	4.99	116	Қирғизистон	3.08
7	Австралия	4.98	119	Тожикистон	3.03

Манба: [10, 5-бетдаги маълумотлар асосида муаллиф ишланмаси]

“СаТуРа” Индекси 2015 йил натижаларига кўра МДХ давлатларидан Россия Федерацияси 45 чи, Қозоғистон 85 чи ва Тожикистон 119 чи ўринни эгаллаган.

Айтиш жоизки, 141 та мамлакат рейтингда Ўзбекистон мавжуд эмас. Бундай ҳолатнинг асосий сабаби, фикримизча, мамлақтимиз халқаро ташкилотлар билан ҳамкорликни етарли даражада йўлга қўймагани ҳамда статистик маълумотларни йиғиш ва қайта ишлашнинг халқаро тан олинган методология асосида амалга оширилмаслигидир.

Хулоса ва таклифлар

“Маҳаллий, миллий ва халқаро даражада муваффақият қозонишда рақобатбардош туристик ҳудуд (дестинация)ларни шакллантира оладиган туристик таклиф тизимларини бошқариш белгиловчи аҳамият касб этиб” [11], ушбу тизимларнинг рақобатбардошлиги, худди “иқтисодиёт хўжалик кўламининг мега, макро, мезо, мета, микро, мини ва нанодаражалари” [12] каби, 7 даражада амал қилади. Яъни, юқорида санаб ўтилган “СаТуРа” Индексининг 90 та ўзгарувчанлари мамлакат туристик соҳасининг рақобатбардошлиги яқка тартибдаги тадбиркор (*гид, ҳунарманд, такси ҳайдовчиси*)нинг **нано даражада**, оилавий корхона мақомидаги *миллий меҳмон қутиладиган уйнинг мини даражада*, умум овқатланиш муассасаси, меҳмонхона ва туроператорларнинг **микро даражада**, Туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси минтақавий бўлимларининг **мета ва мезо даражада**, “Ўзбекистон темир йўллари” АЖнинг

макродаражада, “Ўзбекистон ҳаво йўллари” миллий авиокомпаниясининг мега даражада фаолият юргизиши сифатига боғлиқдир.

Хуллас, “СаТуРа” Индексининг барча ўзгарувчанларига тўла жавоб бера оладиган Ўзбекистон саёҳат ва туризм соҳасининг рақобатбардошлигига эришиш учун хўжалик юретишининг 7 даражасини стратегик режалар асосида тизимли равишда такомиллаштириш мақсадга мувофиқ. Чунки, туризм соҳаси статистик кўрсаткичларини йиғиш, қайта ишлаш жараёнида халқаро ташкилотлар билан яқин ҳамкорлик қилиш орқали давлатлараро эътироф этилган услубиётларни миллий статистика тизимига жорий қилиш, юқорида тилга олинган рақобатбардошликнинг 90 ўзгарувчанлари кўрсаткичларини мунтазам яхшилаш бўйича аниқ тадбирларни амалга ошириш, мамлакатнинг туристик ҳудуд сифатида глобал даражада муваффақият қозониши, инвестицион жозибадорлиги ошиши ва барқарор ўсиши гаровидир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. “Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. *Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й., 49-сон, 559-модда.*

2. D’Hauterres, Anne-Marie. “Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort.” *Tourism Management*, (2000) 21: 23-32.

3. Hassan, Salah. “Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry.” *Journal of Travel Research*, 38 (February): (2000) 239-245.

4. Dwyer, Larry, and Chulwon Kim. “Destination Competitiveness: determinants and indicators.” *Current Issues in Tourism*, (2003) 6 (5): 369-414.

5. Poon, Auliana. *Tourism, Technology, and Competitive Strategy*. CAB International: Wallingford. (1993)

6. Porter, Michael (1990). *The competitive advantage of nations*, Macmillan: London.

7. Ritchie, Brent, and Geoffrey Crouch. “Competitiveness in International Tourism: A Framework for Understanding and Analysis.” Paper presented at the 43rd congress of the AIEST. San Carlos de Bariloche, Argentina. (1993)

8. Морозова Н.С. Теория и методология формирования и развития конкуренции в туризме. 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Сочи – 2012. 46 с.

9. Dupeyras, A. and N. MacCallum, “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document”, *OECD Tourism Papers*, 2013/02, OECD Publishing. (2013) <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>. [04.01.2017]

10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Published by the World Economic Forum. www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf [04.01.2017].

11. Ибрагимов Н.С. Дестинацион маркетингда рақобат турлари ва рақобатбардошликнинг 6А модели. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журналі. № 3, май-июнь, 2015 й., Б.1-6.

12. Навруз-Зода Б.Н., Хуррамов О.Қ., Шомиев Г.У. Иқтисодиётнинг нано даражасига хос маркетинг қиёфаси. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журналі. № 5, сентябрь-октябрь, 2016 йил. Б.1-13.