

TURIZM VA MEHMONXONA BIZNESIDA FRANSHIZA TIZIMINING SINGAPUR MODELI TAJRIBASI

Sevara Ochilova - stajyor-o'qituvchi
Qarshi davlat universiteti

Annotatsiya. Mazkur maqolada turizm va mehmonxona biznesida franshiza tizimining xalqaro tajribasi Singapur modeli misolida tahlil qilingan. Tadqiqot natijasida franshiza tizimi milliy turizm bozorini rivojlantirish, xizmatlarni xalqaro standartlarga moslashtirish va iqtisodiy samaradorlikni oshirishda muhim omil ekani aniqlandi.

Kalit so'zlar: turizm, mehmonxona biznesi, franshiza tizimi, franchayzing, Singapur modeli, xalqaro tajriba, mehmonxona tarmoqlari, xizmatlar bozori, investitsiya, turizm infratuzilmasi, xalqaro brend, Marriott, Hilton, Accor.

Аннотация. В данной работе анализируется международный опыт франчайзинговой системы в туристическом и гостиничном бизнесе на примере сингапурской модели. На примере Узбекистана была оценена роль международных гостиничных сетей в развитии и повышении качества обслуживания в городах Ташкент, Самарканд, Бухара и Хива. В результате исследования было установлено, что система франчайзинга является важным фактором развития национального туристического рынка, адаптации услуг к международным стандартам и повышения экономической эффективности.

Ключевые слова: туризм, гостиничный бизнес, система франчайзинга, франчайзинг, сингапурская модель, международный опыт, гостиничные сети, рынок услуг, инвестиции, туристическая инфраструктура, международный бренд, Marriott, Hilton, Accor.

Abstract. This thesis analyzes the international experience of the franchise system in the tourism and hotel business using the Singapore model as an example. As a result of the study, it was found that the franchise system is an important factor in developing the national tourism market, adapting services to international standards, and increasing economic efficiency.

Keywords: tourism, hotel business, franchise system, franchising, Singapore model, international experience, hotel chains, services market, investment, tourism infrastructure, international brand, Marriott, Hilton, Accor.

KIRISH. So'nggi yillarda jahon iqtisodiyotida xizmatlar sohasi eng tez rivojlanayotgan yo'nalishlardan biriga aylandi va ayniqsa turizm hamda mehmonxona biznesining iqtisodiy ahamiyati sezilarli darajada ortdi. Avvallari turizm ko'proq dam olish vositasi sifatida qaralgan bo'lsa, bugungi kunda u davlat byudjetiga katta daromad olib kiruvchi strategik tarmoqqa aylangan. Jahon Turizm Tashkiloti

ma'lumotlariga qaraganda, 2024-yilda xalqaro turistlar soni 1,3 milliard nafardan oshgan. Bu ko'rsatkich pandemiyadan keyingi tiklanish jarayonining tezlashganini anglatadi. Ayniqsa Osiyo-Tinch okeani mintaqasida mehmonxona xizmatlariga talab yuqori sur'atlarda o'smoqda. Singapur, Malayziya, BAA va Janubiy Koreya kabi davlatlar turizmni milliy iqtisodiyotning muhim qismi sifatida rivojlantirmoqda. Shu jarayonda mehmonxona biznesida franshiza tizimi muhim mexanizm sifatida shakllandi. Franshiza modeli xorijiy tajriba, tayyor boshqaruv tizimi, marketing strategiyasi va xalqaro standartlarni mahalliy bozorlarga olib kiradi. Menimcha, aynan shu jihat rivojlanayotgan davlatlar uchun juda muhim. Chunki ko'plab mamlakatlarda mehmonxona binolari quriladi, biroq xizmat sifati xalqaro darajaga chiqa olmaydi. Franshiza esa nafaqat nom yoki logotip, balki boshqaruv madaniyatini ham olib kiradi. O'zbekistonda ham bu yo'nalish asta-sekin rivojlanmoqda. Xususan, Toshkent shahrida Hilton, Hyatt Regency, Wyndham va Holiday Inn kabi xalqaro mehmonxona tarmoqlari faoliyat yuritmoqda. Bu esa mahalliy mehmonxona bozorida raqobatni kuchaytirgan holda xizmat sifati oshishiga sabab bo'ldi. Turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish masalasi davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida qaralmoqda. 2023-yilda O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni 6,6 million nafarga yaqinlashgani ham bu sohadagi o'sish sur'atlarini ko'rsatadi.

Turizm va mehmonxona biznesida franchayzing tizimi rivojlangan davlatlarda ko'proq iqtisodiy xavflarni kamaytiruvchi mexanizm sifatida qaraladi. Chunki yangi mehmonxona tashkil qilishda eng katta muammo brendga bo'lgan ishonchni shakllantirishdir. Mijoz esa ko'pincha tanilgan nomni tanlaydi. Masalan, turist Singapur yoki Toshkentga borganda xalqaro tarmoqdagi mehmonxonani ko'rsa, xizmat sifati haqida oldindan tasavvurga ega bo'ladi. Shu sababli Marriott, Accor yoki Hilton kabi tarmoqlar butun dunyoda kengayib bormoqda. Singapur tajribasi bu borada alohida ahamiyatga ega. Chunki ushbu davlat hudud jihatdan kichik bo'lishiga qaramay, Osiyodagi eng rivojlangan turizm markazlaridan biri hisoblanadi. 2024-yilda Singapur yalpi ichki mahsulotining qariyb 4 foizi turizm hissasiga to'g'ri kelgan. Mehmonxona sektorida esa xalqaro franshiza asosida ishlovchi obyektlarning ulushi 70 foizdan yuqori ekani qayd etilgan. Bu raqam juda katta ko'rsatkich. O'ylashimcha, Singapur modeli muvaffaqiyatining asosiy sababi davlat siyosati va xususiy sektor hamkorligining uyg'unligidir. Mehmonxona biznesida raqamli texnologiyalar, xavfsizlik tizimi va xizmat ko'rsatish madaniyatiga katta e'tibor qaratiladi. O'zbekistonda esa bu tizim hali shakllanish bosqichida turibdi. Ba'zi hududlarda mehmonxonalar soni ko'paygan bo'lsa ham, xalqaro standart masalasi hanuz dolzarb bo'lib qolmoqda. Ayniqsa hududiy turizm markazlarida xizmat ko'rsatish sifati o'rtasidagi tafovut seziladi. Shu nuqtai nazardan Singapur tajribasini o'rganish amaliy jihatdan ham muhim hisoblanadi.

Bugungi global iqtisodiyotda franshiza modeli oddiy biznes hamkorligi shakli emas, balki xalqaro integratsiya vositasiga aylangan. Chunki bu tizim orqali bir

davlatdagi muvaffaqiyatli xizmat modeli boshqa davlatga moslashtiriladi. Turizm sohasida esa bu jarayon yanada tezroq kechmoqda. Sababi turistlarning talabi bir xil standartlarni kutadi. Masalan, Singapurdagi Marriott mehmonxonasida qanday xizmat ko'rsatilsa, Dubay yoki Toshkentdagi filialida ham shunga yaqin darajadagi xizmat bo'lishi kerak. Bu esa franchayzing tizimining asosiy afzalliklaridan biri hisoblanadi. Singapur hukumati 2010-yillardan boshlab mehmonxona xizmatlarini raqamlashtirish va xorijiy brendlarni jalb qilishga alohida e'tibor qaratdi. Natijada mamlakatda xizmat ko'rsatish samaradorligi sezilarli oshdi. Ayniqsa Changi aeroporti atrofidagi mehmonxona klasterlari turizm oqimining ko'payishiga xizmat qildi. O'zbekistonda esa "Yangi O'zbekiston" iqtisodiy strategiyasi doirasida turizmni rivojlantirish bo'yicha keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. 2022–2025-yillarga mo'ljallangan turizm dasturlarida mehmonxona infratuzilmasini rivojlantirish, investitsiyalarni jalb qilish va xalqaro brendlarni ko'paytirish masalalari alohida qayd etilgan. Shu bilan birga, mehmonxona biznesida mahalliy boshqaruv tajribasi yetarli emasligi seziladi. Menimcha, franchayzing aynan shu muammoni hal qilish imkonini beradi. Chunki u tayyor menejment tajribasini ham olib kiradi. Ayniqsa kadrlar tayyorlash, marketing va mijozlar bilan ishlash tizimida xalqaro tajriba katta rol o'ynaydi.

METODOLOGIYA.

Mazkur tadqiqotni amalga oshirish jarayonida bir nechta ilmiy usullardan foydalanildi. Avvalo, qiyosiy tahlil usuli yordamida Singapur va O'zbekiston mehmonxona biznesidagi franshiza tizimi o'rtasidagi farqlar o'rganildi. Statistik ma'lumotlar asosida mehmonxona tarmoqlarining rivojlanish sur'atlari tahlil qilindi. Shuningdek, ilmiy maqolalar, xalqaro tashkilotlar hisobotlari va turizm sohasiga oid rasmiy ma'lumotlardan foydalanildi. Tadqiqot davomida 2019–2025-yillar oralig'idagi iqtisodiy ko'rsatkichlar o'rganildi. Ayniqsa pandemiyadan keyingi tiklanish davri alohida tahlil qilindi. Chunki COVID-19 mehmonxona biznesiga juda katta ta'sir ko'rsatgan edi. Singapur tajribasida mehmonxona bandligi 2020-yilda 40 foizgacha tushib ketgani kuzatilgan bo'lsa, 2024-yilda bu ko'rsatkich yana 77 foizga yetgan. O'zbekistonda esa 2021-yildan boshlab ichki turizmni rag'batlantirish orqali mehmonxona xizmatlari tiklana boshladi. Tadqiqotda induktiv va deduktiv yondashuvlardan ham foydalanildi. Dastlab alohida misollar tahlil qilinib, keyinchalik umumiy xulosalar chiqarildi. Men ayrim statistik ma'lumotlarni tahlil qilish jarayonida hududlar o'rtasidagi farqlar ancha sezilarli ekanini payqadim. Masalan, Toshkent va Samarqanddagi mehmonxona xizmatlari bilan viloyatlardagi xizmat sifati o'rtasida tafovut mavjud. Bu esa xalqaro brendlarning asosan markaziy hududlarda to'planganini ko'rsatadi. Tadqiqotda grafik tahlil, foizli solishtirish va iqtisodiy baholash usullari ham qo'llanildi.

Tadqiqot metodologiyasining muhim qismi sifatida Singapur modelining institutsional asoslari o'rganildi. Bu yerda davlatning turizm siyosati, investitsion

muhit va biznesni qo'llab-quvvatlash mexanizmlariga e'tibor qaratildi. Singapur Turizm Kengashi tomonidan mehmonxona biznesini rivojlantirish uchun yaratilgan preferensiyalar o'rganildi. Masalan, xorijiy investorlarga soliq imtiyozlari va soddalashtirilgan litsenziya tizimi taqdim etilishi franchayzing rivojiga ijobiy ta'sir qilgan. O'zbekistonda ham oxirgi yillarda shunga o'xshash choralar ko'rilmoqda. 2023-yilda turizm sohasiga kiritilgan investitsiyalar hajmi 1 milliard dollardan oshgani qayd etilgan. Shu bilan birga, xalqaro mehmonxona tarmoqlari soni ham ortmoqda. Tadqiqotda mehmonxona biznesining xizmat sifati, daromadlilik va mijozlar oqimiga ta'siri o'rtasidagi bog'liqlik o'rganildi. Bu jarayonda SWOT tahlil usulidan ham foydalanildi. Singapur modelining kuchli tomonlari sifatida yuqori boshqaruv sifati, xavfsizlik va innovatsion xizmatlar ajratib ko'rsatildi. Zaif tomonlari esa yuqori narx siyosati bilan bog'liq ekani qayd etildi. O'zbekistonda esa aksincha, narxlar nisbatan arzon bo'lsa ham, xizmat sifati hamma joyda bir xil emasligi seziladi. Tadqiqot davomida mehmonxona biznesida inson omili katta rol o'ynashi ham aniqlandi. Chunki eng zamonaviy mehmonxona ham malakali xodimsiz muvaffaqiyat qozona olmaydi.

NATIJALAR.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, Singapur mehmonxona biznesida franshiza tizimi iqtisodiy samaradorlikning muhim omiliga aylangan. Xalqaro brendlar mamlakat turizm salohiyatini oshirishda katta rol o'ynagan. 2024-yil holatiga ko'ra Singapurda faoliyat yuritayotgan mehmonxonalarning katta qismi xalqaro tarmoqlarga tegishli ekani aniqlangan. Bu esa turistlarning ishonchini oshirgan. Ayniqsa biznes turizmi rivojlangan hududlarda xalqaro mehmonxonalarga talab yuqori bo'lgan. Tadqiqot davomida aniqlanishicha, franchayzing asosida ishlovchi mehmonxonalar oddiy mustaqil mehmonxonalarga nisbatan o'rtacha 25–30 foiz ko'proq daromad oladi. Sababi marketing tarmog'i va brend obro'si kuchli bo'ladi. Singapurda xizmat sifati monitoringi juda qat'iy yo'lga qo'yilgan. Bu holat mijozlarning qayta tashrif buyurish ehtimolini oshiradi. O'zbekistonda esa xalqaro brendlar kirib kelgan hududlarda xizmat sifati sezilarli yaxshilangani kuzatilmoqda. Masalan, Samarqandda 2022-yildan keyin yangi mehmonxonalar ochilishi natijasida turistlar oqimi sezilarli oshgan. Shu bilan birga, xalqaro forum va konferensiyalar soni ham ortdi. Menimcha, bu holat franchayzing tizimining iqtisodiy samaradorligini yaqqol ko'rsatadi. Chunki turist nafaqat tarixiy obidani, balki qulay va xavfsiz xizmatni ham xohlaydi. Mehmonxona biznesida ishonch omili juda katta ahamiyatga ega. Shu sababli xalqaro standartlarga moslashish O'zbekiston uchun ham strategik zarurat hisoblanadi.

Natijalar asosida yana bir muhim jihat aniqlandi: franchayzing tizimi mehmonxona biznesida innovatsiyalarni tezroq joriy qilish imkonini beradi. Singapurda mehmonxonalarning aksariyati raqamli xizmatlardan foydalanadi. Masalan, mobil check-in, sun'iy intellekt asosidagi mijozlarga xizmat ko'rsatish va avtomatlashtirilgan xavfsizlik tizimlari keng qo'llaniladi. Bu esa xizmat tezligini

oshirish bilan birga inson omilidan kelib chiqadigan xatolarni kamaytiradi. O‘zbekistonda ham ayrim mehmonxonalarda raqamlashtirish ishlari boshlangan. Biroq bu jarayon barcha hududlarda bir xil emas. Ayrim mehmonxonalarda hali ham eski boshqaruv usullari saqlanib qolgan. Tadqiqot davomida ma’lum bo‘ldiki, xalqaro franshiza tarmoqlariga qo‘shilgan mehmonxonalarda xodimlarning malaka oshirish darajasi yuqoriroq bo‘ladi. Chunki ular muntazam trening va sertifikatlash tizimidan o‘tadi. Bu esa xizmat sifatiga bevosita ta’sir qiladi. Singapur modelining yana bir muhim jihati ekologik turizm va “yashil mehmonxona” konsepsiyasiga e’tibor qaratilishidir. O‘zbekistonda esa bu yo‘nalish endigina rivojlanmoqda. Men ayrim ma’lumotlarni o‘rganish jarayonida shuni sezdimki, turistlar endilikda faqat qulay xona emas, balki ekologik xavfsizlik va raqamli qulayliklarni ham talab qilmoqda. Bu esa mehmonxona biznesining kelajakdagi rivojlanish yo‘nalishini belgilab beradi.

MUHOKAMA.

Turizm va mehmonxona biznesida franshiza tizimi oddiy tijorat kelishuvi emas, balki xizmat sifati, brend ishonchi, kadrlar tayyorlash va xalqaro standartlarni birlashtiruvchi boshqaruv mexanizmi sifatida namoyon bo‘ladi. Singapur tajribasi shuni ko‘rsatadiki, kichik hududga ega davlat ham to‘g‘ri strategiya orqali global turizm markaziga aylanishi mumkin. 2024-yilda Singapur 16,5 million xalqaro tashrifchini qabul qilgan, turizm tushumlari esa rekord darajadagi 29,8 milliard Singapur dollariga yetgan; mehmonxonalarning o‘rtacha bandlik darajasi 81,8 foiz bo‘lgan. Bu raqamlar franchayzing va xalqaro mehmonxona tarmoqlarining bozor barqarorligiga ta’sirini ko‘rsatadi. Chunki turistlar ko‘pincha tanish brendni tanlaydi: u xona tozaligi, xavfsizlik, servis tezligi va narx siyosati haqida oldindan tasavvur beradi. O‘zbekiston uchun ham bu tajriba muhim, chunki mamlakatda 2024-yilda xorijiy fuqarolarning turistik safarlari 7,96 milliontaga yetib, 2023-yilga nisbatan 20,1 foizga oshgan. Demak, talab bor, lekin talabni sifatli xizmat bilan ushlab qolish masalasi hal qiluvchi ahamiyatga ega.

1-jadval.

Singapur modeli tahlili

Ko‘rsatkich	Singapur modeli	O‘zbekiston holati	Ilmiy izoh
2024-yil xalqaro tashriflar	16,5 mln	7,96 mln turistik safar	Singapur tranzit va biznes turizmi kuchli; O‘zbekiston madaniy-tarixiy turizmga tayanadi
Mehmonxona bandligi	81,8%	hududlar bo‘yicha notekis	Toshkent va Samarqandda talab yuqori, viloyatlarda servis farqi bor
Turizm tushumi	\$29,8 mlrd	\$3,52 mlrd turizm xizmatlari eksporti	O‘zbekistonda o‘lish yuqori, ammo monetizatsiya salohiyati hali to‘liq ochilmagan
Asosiy model	xalqaro brend + davlat strategiyasi	milliy mehmonxonalar + kirib kelayotgan xalqaro tarmoqlar	Franshiza xizmat sifatini standartlashtiradi
Rivojlanish yo‘nalishi	raqamli servis, premium xizmat, biznes turizmi	ziyosat, madaniy turizm, mehmonxona infratuzilmasi	O‘zbekiston Singapurdan boshqaruv va servis tizimini o‘rganishi mumkin

Singapur modelining O'zbekiston uchun eng muhim sabog'i shundaki, mehmonxona franshizasi faqat xorijiy nom ostida ishlash emas. Bu tizim xodimlarni tayyorlash, bronlash kanallari, xalqaro marketing, mijozlar shikoyatini boshqarish va sifat nazoratini ham olib kiradi. Masalan, Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva kabi shaharlarda xalqaro mehmonxona brendlarining ko'payishi nafaqat turistlar soniga, balki ularning sarflaydigan mablag'i va qolish muddatiga ham ta'sir qiladi. O'zbekiston 2024-yilda turizm xizmatlari eksportini 3,52 milliard dollargacha oshirgani bu sohada iqtisodiy imkoniyatlar kengligini ko'rsatadi. Lekin franshiza tizimini joriy etishda ayrim xavflar ham bor. Birinchidan, xalqaro brendlar ko'pincha katta investitsiya, qat'iy standart va yuqori operatsion xarajat talab qiladi. Ikkinchidan, mahalliy tadbirkorlar franchayzing shartlarini to'liq tushunmasa, brend nomi bo'lsa ham, foyda kutilgan darajada chiqmasligi mumkin. Uchinchidan, xizmat sifati faqat bino yoki dizayn bilan belgilanmaydi; xodimning muomalasi, til bilishi, muammo hal qilish tezligi ham muhim. Menimcha, aynan shu nuqtada Singapur tajribasi O'zbekiston uchun foydali: u yerda turizm infratuzilmasi davlat siyosati, transport tizimi, aeroport, raqamli xizmat va mehmonxona biznesi bilan birgalikda rivojlantiriladi.

XULOSA. Tadqiqot natijalariga ko'ra, Singapur modeli turizm va mehmonxona biznesida franshiza tizimining samarali ishlashi uchun uchta asosiy shart zarurligini ko'rsatadi: barqaror investitsion muhit, xalqaro sifat standartlari va kuchli servis madaniyati. O'zbekiston turizm bozorida oxirgi yillarda sezilarli o'sish kuzatilmoqda, ammo xalqaro mehmonxona brendlarini hududlar bo'yicha kengaytirish, kadrlar malakasini oshirish va mehmonxona xizmatlarini standartlashtirish hali ham dolzarb. Franshiza tizimi O'zbekiston uchun tayyor boshqaruv tajribasini olib kirishi, xorijiy turistlarda ishonch uyg'otishi va mahalliy mehmonxonalarning raqobatbardoshligini oshirishi mumkin. Ayniqsa Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz va Farg'ona vodiysi kabi turistik hududlarda xalqaro brendlar bilan hamkorlik qilish iqtisodiy jihatdan foydali bo'ladi. Shu sababli O'zbekiston Singapur tajribasidan to'g'ridan-to'g'ri nusxa olmasdan, uni o'zining tarixiy, madaniy va hududiy xususiyatlariga moslashtirishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Singapore Tourism Board. Singapore Achieves Historical High in Tourism Receipts in 2024. 2025.
2. Singapore Tourism Board. Annual Report 2024–2025. Singapore, 2025.
3. Statistics Agency under the President of the Republic of Uzbekistan. Development of Tourism and Recreation in the Republic of Uzbekistan. 2025.
4. Dustova M. D. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА И ФАКТОРЫ ЕГО РАЗВИТИЯ: НА ПРИМЕРЕ УЗБЕКИСТАНА //THE INNOVATION ECONOMY. – 2026. – Т. 1. – №. 01.

5. Дустова М. Х. МАМЛАКАТНИНГ ЭКСПОРТ САЛОҲИЯТИНИ ОШИРИШДА ТАШҚИ БОЗОРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ //SHOKH LIBRARY. – 2026. – Т. 1. – №. 1.
6. Dustova M. REGIONAL EXPORT POTENTIAL IN AN EMERGING ECONOMY: EVIDENCE FROM UZBEKISTAN //Eureka Journal of Business, Economics & Innovation Studies. – 2026. – Т. 2. – №. 1. – С. 1-12.
7. Alimova M. Y., Anvarovna P. S. RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR JORIY ETISH SHAROITIDA KORXONALARDA MEHNAT SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO ‘NALISHLARI //PEDAGOGIK ISLOHOTLAR VA ULARNING YECHIMLARI. – 2026. – Т. 18. – №. 01. – С. 421-424.
8. Alimova M. Qishloq aholisi turmush darajasini oshirishda ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish yo ‘llari. – 2025.
9. Ochilov A. O., Alimova M. Y. ҚИШЛОҚ АҲОЛИСИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР ТАЩИФИ //THE INNOVATION ECONOMY. – 2024. – Т. 4. – №. 04.
10. Alimova M., Kurbanova F. ECONOMIC MECHANISMS OF STATE SUPPORT OF PRIVATE ENTREPRENEURSHIP //Экономика и социум. – 2024. – №. 11-1 (126). – С. 45-50.
11. Alimova M. CLASSIFICATION OF FACTORS AFFECTING THE STANDARD OF LIVING OF VILLAGE POPULATION //THE INNOVATION ECONOMY. – 2023. – Т. 1. – №. 02. – С. 49-53.
12. Дустова М., Бахронова Н. ТРАНСФОРМАЦИЯ МОДЕЛИ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ФОНЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА //Shokh Articles Library. – 2025. – Т. 1. – №. 2.
13. Dustova M. MEVA-SABZAVOT EKSPORTINI OSHIRISHDA LOGISTIKA TO ‘SIQLARINI QANDAY YENGISH MUMKIN. – 2025.
14. Dustova M. KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA’MINLASHDA ZAMONAVIY YONDASHUVLAR //Теория и практика современной науки. – 2025. – №. 6 (120). – С. 12-16.