

OLIIY TA'LIM MUASSASALARINI XALQAROLASHTIRISHDAGI ZAMONAVIY TENDENSIYALAR

Jo'rayev A.T.

BuxDU xalqaro hamkorlik bo'yicha prorektori, i.f.n. dotsent

Annotatsiya. *Ushbu maqolada oliy ta'lim muassasalarini (OTM) xalqarolashtirish jarayonlaridagi zamonaviy tendensiyalar tahlil qilinadi. J. Xudzik tomonidan taklif etilgan "keng qamrovli xalqarolashtirish" tushunchasiga tayangan holda, xalqaro hamkorlik, transmilliy o'quv dasturlari, q'oshma diplom loyihalari, talabalar hamda professor-o'qituvchilar mobilligi va global reytinglar kabi jarayonlarning mazmuni ochib beriladi. Mazkur jarayonlar iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy-madaniy, texnologik omillar bilan uyg'un holda kechishi, OTMlarning boshqaruv strukturalari, ta'lim dasturlari va strategik rejalashtirishida muhim o'rin tutishi alohida ta'kidlanadi. Muallif xalqarolashtirishning idealizm, instrumentalizm va ta'lim oqimi kabi g'oyaviy oqimlari, shuningdek, akademik va iqtisodiy maqsadlar, xalq diplomatiyasi va global hamkorlik masalalarini yoritadi. Maqolada zamonaviy sharoitda OTMlar xalqaro rivojlanishning global ehtiyojlariga moslasha olishlari, rahbar kadrlarning roli hamda institutsional majburiyatlar haqida xulosa qilinadi.*

Kalit so'zlar: *Xalqarolashtirish, oliy ta'lim, keng qamrovli xalqarolashtirish, akademik mobillik, global reytinglar, idealizm, instrumentalizm, ta'lim oqimi, OTM strategiyasi.*

Annotation. *This scholarly article examines contemporary trends in the internationalization of higher education institutions (HEIs). Building upon the concept of "comprehensive internationalization" articulated by J. Hudzik, it explores the multifaceted components of internationalization processes—ranging from academic mobility and transnational partnerships to global research collaborations and cross-border educational programs. The discussion underscores how political, economic, socio-cultural, and technological factors drive HEIs to reshape their organizational structures, curricula, and strategic priorities. Ultimately, the article calls for a nuanced approach that balances economic goals, social equity, cultural adaptation, and academic ideals to achieve a holistic, sustainable model of internationalization.*

Keywords: *Internationalization, higher education, comprehensive internationalization, academic mobility, global rankings, idealism, instrumentalism, education flow, HEI strategy.*

XXI asrning ikkinchi o'n yilligiga kelib, oliy ta'lim muassasalarini xalqaro miqyosda isloh qilish jarayonlari tubdan kengaydi va "keng qamrovli xalqarolashtirish" tushunchasi dolzarb bo'ldi. Mazkur tushunchaning asosiy mualliflaridan biri J. Xudzik uni oliy ta'lim tizimiga tadbiiq etish jarayonini batafsil tavsiflagan. Ayni paytda ko'plab davlatlarda global savdo, iqtisodiy hamkorlik, innovatsion tadqiqotlar va kommunikatsiyaning transmilliy xususiyati oliy ta'lim rasmiyati va amaliyotini ham keskin o'zgarmoqda.

Har bir OTM xalqaro miqyosdagi mavqeini yanada mustahkamlash, xalqaro reytinglarda o'z o'rnini yaxshilash, xorijiy talabalar va professor-o'qituvchilarni jalb etish orqali daromad, sifat va obro'ni oshirishga harakat qilmoqda. Ayniqsa, pandemiyadan keyingi sharoitda masofaviy o'qitish texnologiyalari rivojlanishi "o'z mamlakatida xalqaro hamkorlik" modelini ilg'or holga keltirdi. Biroq, ushbu jarayonlar shunchaki tadbirlar o'tkazish yoki alohida qisqa muddatli loyihalar bilan cheklanib qolmasdan, uzoq muddatli, strategik yondashuvni talab etadi.

Mazkur maqolada oliy ta'lim xalqarolashtirishining zamonaviy tendensiyalari, g'oyaviy oqimlari, asosiy maqsadlari hamda ularning institutlar hayotiga ko'rsatadigan ta'siri har taraflama ko'rib chiqiladi. Shuningdek, akademik mobillik, xalqaro tadqiqot hamkorligi va reytinglar kabi amaliy jihatlar, rahbar kadrlarning roli va kelgusida duch kelinadigan muammolar ham tahlil etiladi.

J. Xudzik ta'kidlashicha, oliy ta'lim muassasalarida xalqaro tamoyillarni nafaqat formal darajada, balki butun faoliyat doirasida - o'qitish, ilmiy tadqiqot va xizmat ko'rsatish yo'nalishlari bo'yicha tadbiiq etish "keng qamrovli xalqarolashtirish"dir. Bunda:

- OTM strategik rejasida xalqaro maqsadlar aniq belgilanishi;
- Xalqaro hamkorlik bo'limlari yoki markazlari samarali faoliyat yuritishi;
- Institut ichida xalqaro qadriyatlar (bag'rikenglik, madaniyatlararo muloqot, transmilliy muammolarga e'tibor) shakllanib, ichki siyosat bilan uyg'un kechishi;
- Professor-o'qituvchilar, ilmiy tadqiqotchilar, talabalar, boshqaruv xodimlari xalqaro ko'nikma va kompetensiyalarga ega bo'lishi kerak.

Bugungi kunda, ba'zi OTMlar xalqaro siyosiy, iqtisodiy va demografik voqeliklarga tez moslashish maqsadida o'quv dasturlarini butkul qayta ko'rib chiqish yoki yangi q'oshma loyihalar yo'nalishida ish olib bormoqda. Bunda, albatta, uzun muddatli xalqarolashtirish strategiyasi zarur.

Oliy ta'lim xalqaro dasturlari, hamkorlik shartnomalari va transmilliy loyihalar ko'paygani sari, xalqarolashtirish jarayonining quyidagi oltita asosiy komponenti ajratilmoqda:

1. Bilimning jahon bo'ylab harakati - ma'lumotlar, kitoblar, mediamaqolalar, elektron resurslar bilan global almashuv. Raqamli texnologiyalar bu jarayonni jadallashtirmoqda.

2. Mamlakatlararo jismoniy ko'chish - talabalar, professor-o'qituvchilar, rahbar xodimlarning stajirovka, almashuv va ish jarayonlari uchun boshqa davlatlarga borishi. Bu jarayon ta'limdagi mobillik siyosati bilan ham bog'liq.

3. Xalqaro hamkorlik va aloqalar - turli mamlakatlar va OTMlar o'rtasida qo'shma tadqiqotlar, konferensiyalar, assotsiatsiyalar. Shaxsiy darajada (olimdan olimgacha) ilmiy hamkorlik ham kiradi.

4. Xalqaro ta'lim va ilmiy tadqiqotlar - q'iyosiy tahlil, madaniy integratsiya va ilmiy faoliyatdagi transmilliy loyihalar. Global muammolar va barqaror rivojlanish ustuvorligi ham shu yerda ko'rinadi.

5. Xalqaro o'xshashlik - oliy ta'limga global maqom berish, madaniyatlararo bag'rikenglik, adaptatsiya, ko'p tillilikni ilgari surish. G'oyaviy jihatdan global fuqarolik g'oyasi bilan ham bog'liq.

6. Xalqaro miqyosda obro'-e'tibor - reytinglar, tan olingan assotsiatsiyalar, xalqaro to'r (network), qo'shma diplom dasturlari. Bu bilan OTM xalqaro "brend"ini mustahkamlashni ko'zlaydi.

Hozirda bu oltita komponent OTMlarning strategik rejasida turlicha nisbatda ifodalanadi. Masalan, ba'zi OTMlar talaba almashinuvi (2-komponent) yoki xorijiy ilmiy hamkorlik (3- va 4-komponent)ni ustun qo'yishadi, boshqalar esa reytinglarda ko'tarilish yoki onlayn kurslarni global miqyosda targ'ib qilishga urg'u berishadi.

Oliy ta'lim xalqarolashtirish jarayonida uchta g'oyaviy oqim e'tirof etiladi:

1. Idealizm, ya'ni global tenglik, adolat, hamkorlik va demokratik qadriyatlarni rivojlantirish maqsadida xalqaro almashuvlarni kengaytirish. Bu oqim tarafdorlari nazarida xalqaro hamkorlik jahon hamjamiyatining taraqqiyotiga xizmat qiladi.

2. Instrumentalizm, ya'ni xalqaro ta'limning amaliy, iqtisodiy foydasini ta'kidlash. OTMlar xorijiy talabalardan tushadigan daromad, global iqtisodda raqobatbardoshlikni oshirish uchun xalqaro dasturlardan foydalanishi.

3. Ta'lim oqimi, ya'ni asosiy diqqat ta'lim jarayonini boyitishga, talabalar va o'qituvchilarning akademik tajribasini oshirishga qaratiladi. Xalqaro almashuv - shaxsiy o'sish, madaniyatlararo anglash, tadqiqot salohiyatini kengaytirish usuli sifatida ko'riladi.

Ba'zi tadqiqotchilar idealizm va instrumentalizmni qarama-qarshi qo'yishadi, biroq zamonaviy sharoitda OTMlar ikkalasining uyg'unlashuvida harakat qilishga majbur: bir tarafdin iqtisodiy manfaat, ikkinchi tarafdin ta'lim sifatini oshirish va jamiyat foydasiga xizmat.

Zamonaviy xalqarolashtirish maqsadlari orasida:

- OTMning jahon reytinglarida o'rni, ilmiy-tekshirish salohiyati, xalqaro tan olinish;
- Qisqa muddatda xorijiy talabalar oqimidan daromad olish, uzoq muddatda malakali ish kuchi hamda iqtisodiy o'sishga hissa qo'shish. Demografik muammolarga duch kelayotgan davlatlarda bu masala ayniqsa dolzarb;
- Xalq diplomatiyasi, davlat xavfsizligi, milliy manfaatlarni ilgari surish, global rivojlanishda qatnashish;
- Global muammolarga e'tibor, bag'rikenglik, "global fuqarolik" g'oyasini takomillashtirish.

Natijada OTMlar har xil maqsadlar aralashmasidan foydalanib, xalqaro aloqalarni rivojlantirishadi. Lekin bu jarayon ko'pincha siyosiy, iqtisodiy, yoki akademik ustuvorlikka qaratilishi mumkin.

21-asrda kompyuter texnologiyalari, onlayn ta'lim platformalari, masofaviy dasturlar, franchayzing asosidagi xorijiy filiallar, q'oshma diplom loyihalari kabi yo'nalishlar jadal rivojlandi. Natijada OTMlar:

- Kampus tuzilishini qayta ko'rib chiqish: Talabalarning turli madaniy, tilda muloqot qilishi uchun qulay ijtimoiy muhit yaratish;
- Akademik mobillikni raqamli platformalar bilan boyitish: "Virtual" almashuv, masofaviy hamkorlik, onlayn konferensiyalar;
- Pandemiya sharoitlari ortidan "mahalliy xalqaro hamkorlik" (Internationalization at home) konsepsiyasi kuchaydi. Talabalar xorijga bormasdan turib ham xalqaro jarayonlarda ishtirok eta oladi;
- Reyting agentliklari turli xalqaro ko'rsatkichlarni tahlil qilishgan holda, OTMlarni "global miqyosda raqobatbardosh" yoki "xalqaro" sifatida tasniflashmoqda.

Shuningdek, OTM rahbarlari, professor-o'qituvchilar hamda xodimlar xalqaro istiqbolda fikrlashga odatlanishi, moslashuvchan malaka va kompetensiyalarni egallashi lozim. Zero, jahon bo'ylab akademik harakatlanishlar ko'payishi bilan, yangi muammolar – akkreditatsiya, diplomlar tan olinishi, madaniy moslashuv, kadrlar almashuvi – dolzarblashmoqda.

Global reytinglar (Times Higher Education, QS, Academic Ranking of World Universities) OTMlarning xalqaro miqyosdagi nufuzi va tadqiqot salohiyatini baholashda muhim rol o'ynaydi. Biroq ayrim tadqiqotchilar bu reytinglarning chegaralarini ta'kidlashadi:

- Reytinglar ko'p hollarda ilmiy-tekshirish natijalarining son ko'rsatkichlariga e'tibor qaratadi, sifatiy omillar chetda qolishi mumkin;
- Xalqaro ma'lumotlar bazalariga kirmaydigan, ammo hududiy jihatdan muhim bo'lgan tadqiqotlar e'tibordan chetda qoladi;

– “Obro‘ omili” (reputation) ham yetarli darajada obyektiv bo‘lmasligi mumkin.

Shu bilan birga, reytinglarda yuqoriga intilishni “instrumentalizm” nuqtayi nazari sifatida baholash mumkin. OTMLar daromad olish, marketing samaradorligini oshirish uchun reytinglarga e’tibor qaratishadi, bu ham siyosiy, ham iqtisodiy maqsadlarga xizmat qilishi mumkin.

Global xalqaro integratsiya foni OTMLarni quyidagi o‘zgarishlarga olib kelmoqda:

1. Xalqaro talabalar ijtimoiy va madaniy moslashuvini qo‘llab-quvvatlovchi markazlar, xorijiy tillar bo‘yicha servislar, turli klublar tashkil etish;

2. Loyihaviy ta’lim, o‘quv jarayonini xalqaro standartlar bilan uyg‘unlashtirish, masofaviy metodlarni joylashtirish;

3. Q‘oshma diplom dasturlari, ikki yoki undan ortiq OTMLar hamkorligidagi kurikulumlar, onlayn sertifikat kurslari;

4. Xalqaro grantlar, stajirovkalar, xorijda tajriba almashish. Boshqaruv kadrlarining global fikrlashi majburiy talabga aylanmoqda;

5. Yangi investitsiyalar, xalqaro talabalikdan tushadigan to‘lovlar, sponsorlik va xususiy sektor bilan hamkorlik. Bunda ehtiyotkorlik ham kerak, chunki sof iqtisodiy maqsadlar o‘qitish sifatiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Muammolar, asosan, to‘rtta asosiy yo‘nalishda ko‘zga tashlanadi. Birinchidan, akkreditatsiya va diplomlar tan olinishi jarayonidagi hujjatlashtirish, muvofiqlik standarti, diplomlarning xalqaro miqyosda e’tirof etilishi kabi masalalar yechimini talab qiladi. Ikkinchidan, mobillik (talabalar va xodimlar almashinuvi) doirasida viza rasmiylashtirish, hujjat va turli ruxsatnomalar olishdagi murakkabliklar hamda madaniy farqlar oqibatida yuzaga keluvchi muloqot to‘siqlari – moslashuv jarayonini murakkablashtiradi. Uchinchidan, OTMLar qisqa muddatda iqtisodiy manfaat (xorijiy talabalar oqimidan daromad, xalqaro grantlar) bilan uzoq muddatli akademik maqsadlar (ta’lim sifatini chuqur isloh qilish, barqaror rivojlanish) o‘rtasida muvozanat saqlashga majbur bo‘ladi. Nihoyat, to‘rtinchidan, boshlang‘ich investitsiya va qo‘llab-quvvatlov yetishmasligi xalqarolashtirish loyihalari samaradorligini cheklab qo‘yishi mumkin.

Uzoq muddatli, izchil va strategik yondashuvsiz xalqaro hamkorlik tadbirlari qisqa muddatli, parokanda loyihalar holida qolib ketishi mumkin. Shuning uchun oliy ta’lim muassasalari rahbariyati, barcha bo‘lim va mutaxassislar qatnashgan holda, mustahkam xalqaro strategiya ishlab chiqishi zarur. Bu strategiyani amalga oshirish barqaror investitsiya, zarur infratuzilma, huquqiy asoslar hamda kadrlar malakasini oshirish bilan qo‘llab-quvvatlanishi lozim.

Oliy ta’lim muassasalarini xalqaro miqyosda keng qamrovli rivojlantirish — XXI asrda ustuvor yo‘nalish bo‘lib, “keng qamrovli xalqarolashtirish” konsepsiyasining

amaliy ahamiyati tobora ortib bormoqda. J. Xudzik ta'kidlaganidek, xalqaro hamkorlik va transmilliy tashabbuslar o'zi alohida tadbirlar to'plami emas, balki OTMning umumiy strategiyasiga chuqur integratsiyalashgan holda bo'lishi kerak. Zamonaviy tendensiyalar pandemiyadan keyingi sharoitda raqamli texnologiyalar, masofaviy ta'lim platformalari, franchayzing, q'oshma diplom dasturlari va shu kabi shakllar yordamida "xalqaro" maqsadlarga erishishga e'tibor qaratmoqda.

Biroq xalqaro reytinglar, turli davlat siyosati, iqtisodiy manfaatlar, jamiyatlarning milliy xavfsizlik masalalari bu jarayonni murakkablashtirmoqda. Shuningdek, idealizm, instrumentalizm va ta'lim oqimi kabi turli g'oyaviy oqimlar ham OTMlar faoliyatini shakllantiradi. OTM rahbarlari xalqaro potensialni oshirish uchun akademik mobillik, ilmiy tadqiqotlar, madaniy moslashuv mexanizmlarini kuchaytirishi, strategik reja orqali xalqaro tamoyillarni institut hayotiga singdirishi lozim.

Ishonchli xalqaro hamkorlik, bag'rikenglik, global mas'uliyat, ta'lim sifatini uzluksiz rivojlantirish kabi qadriyatlarga tayangan holda OTMlar iqtisodiy va ijtimoiy farovonlikka hissa qo'shishi mumkin. Zero, xalqaro hamkorlik va integratsiya jarayonlari nafaqat iqtisodiy daromad yoki reytinglar, balki jahon hamjamiyatiga intellektual, madaniy va ilmiy hissani oshirishga ham xizmat qilishi maqsadga muvofiqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Isokova, G. S., & Juraev, A. T. (2022). The Importance of Advertising on the Development of Corporate Tourism. *EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION IN NONFORMAL EDUCATION*, 2(4), 30-34.
2. Maxmudova, N. (2022). TA'LIM TURIZMI XIZMATLARINING TAMOYILLARI, VAZIFALARI VA FUNKSIYALARI. "Ekonomika va turizm" xalqaro ilmiy-innovatsion jurnali, 5(7).
3. Махмудова, Н. У., & Ахорова, Н. У. (2017). Инфраструктура экологического туризма. In *СОВРЕМЕННОЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ* (pp. 209-211).
4. Juraev, A., & Umarov, B. (2006). REFORMS FOR THE IMPROVEMENT OF UZBEKISTAN FOREIGN TRADE. *한국로고스경영학회 학술발표대회논문집*, 45-47.
5. Khabibulloyevna, K. S., & Ergashovna, L. M. (2022). The Importance of Developing Sustainable Tourism. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 3(4), 49-56.
6. Ikhtiyorovna, K. D. (2022). The Role Of SMM For Creating The Destination Image Of Uzbekistan. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 2(02), 154-163.

7. Khaydarova, D. I., & Djurayeva, N. B. (2022). Influences Instagram on Destination Image of a Country. EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION IN NONFORMAL EDUCATION, 2(5), 60–65.
8. Ikhtiyorovna, H. D., & Bakhodirovna, J. N. (2023). Influence of Instagram on the Image of the Country. Journal of Innovation, Creativity and Art, 2(2), 1–5.
9. Khaydarova, D. (2024). MAMLAKATIMIZDA AHOLINING MOLIYAVIY SAVODXONLIGINI OSHIRISH. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 49(49).
10. Khaydarova, D. (2024). MAMLAKATIMIZDA PANDEMIYADAN KEYINGI SHAROITDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA IMM VOSITALARINI QO‘LLASH. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 49(49).
11. Ikhtiyorovna, K. D. (2024). DIGITAL ECONOMY: DEVELOPMENTS IN UZBEKISTAN AND WORLD PRACTICE. Marketing, 1(3), 107–112.
- Xayrullayeva, N., Kadirova, S., & Aripova, M. (2021). The Role of Education and Sustainable Tourism in Achieving Cost Effectiveness during a Pandemic. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 8(8).
12. Nematillokizi, K. N., Nematillokizi, K. N., Khabibulloevna, K. S., & Salimovna, N. G. (2020). Professional proficiency progress in a foreign language on the example of students of tourism. Journal of Critical Reviews, 7(6), 1249-1255.
13. Mahmudova, N. U. (2019). The role of innovations in competitiveness of hotel industry. Мировая наука, (4 (25)), 69-72.
14. Махмудова, Н. (2022). ТАЪЛИМ ТУРИЗМИНИНГ МОҲИЯТИ, НАЗАРИЙ ВА КОНЦЕПТУАЛ АСОСЛАРИ. Economics and Innovative Technologies, 10(3), 414-421.
15. Махмудова, Н. У., & Шомуродова, И. Ф. (2017). Особенности рекламы и поощрения в ресторанном бизнесе. In Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России (pp. 279-284).
16. Juraev, A. T., Mahmudova, N. U., & Juraeva, Z. T. MARKETING ASPECTS OF ECOTOURISM DEVELOPMENT. МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА. (no further publication details provided)
17. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. Academy, (3 (54)), 43-45.
18. Turobovich, J. A., Uktamovna, M. N., & Turobovna, J. Z. (2020). Marketing aspects of ecotourism development. Economics, (1 (44)), 25-27.
19. Djuraeva, Z. T., Mahmudova, N. U., & Khurramov, O. K. (2016). Definitions, principles and main features of ecotourism. In Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования (pp. 783-789).
20. Mahmudova, N. U. (2019). THE INFLUENCE OF TOUR GUIDE’S SATISFACTION OF TOURISTS. Теория и практика современной науки, (5 (47)), 49-51.

21. Kadirova, S. X. Formation Of National Attention In Innovative Education-Preschool Educational Schools. European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences. (no volume/issue provided)

22. Kadirova, S. H. (2018). THE SIGNIFICANCE OF TRANSPORT SERVICES IN THE TOURISM MARKETING. Студенческий вестник, (10-5), 64-66.

23. Kadirova, Sh. H., Farmanov, E. A., & Pulatov, M. M. (2020). Важность внедрения новых транспортных маршрутов в развитии туризма. Вопросы науки и образования, (10 (94)), 9-14.

24. Juraev, A., & Sobirov, T. (2017, May). Content based instruction in teaching tourism and economics courses. In SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION. Proceedings of the International Scientific Conference (Vol. 1, pp. 208-215).

25. Махмудова, Н. У. (2016). МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА. In СОВРЕМЕННОЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ (pp. 648-651).

26. Махмудова, Н. У. (2017). ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ И ПООЩРЕНИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ FEATURES OF PROMOTION AND ADVERTISING IN RESTAURANT BUSINESS. Редакционная коллегия: СВ Дусенко—доктор социологических наук, профессор НЛ Авилова—доктор исторических наук, профессор, 279.

27. Махмудова, Н. У., & Ахматова, М. Э. (2016). Кредитная платёжная система как увеличивающий фактор туристического потока в туризме. Молодой ученый, (5), 367-370.

28. Turobovich, J. A., Uktamovna, M. N., & Turobovna, J. Z. (2020). Marketing aspects of ecotourism development. Economics, (1 (44)), 25-27.

29. Juraev, A., & Sobirov, T. (2017, May). Content based instruction in teaching tourism and economics courses. In SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION. Proceedings of the International Scientific Conference (Vol. 1, pp. 208-215). (Possible duplication)

30. Махмудова, Н. У. (2017). Экологический туризм один из перспективных видов туризма в Узбекистане. In СОВРЕМЕННОЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ (pp. 211-215).