

Zokir Rustamovich SODIKOV

*O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi
Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi
kafedrası mudiri,
iqtisod fanlari nomzodi, dotsent
z.sodikov@iiaau.uz*

ЗИЙОРАТ ТУРИЗМИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Annotatsiya: Bugungi kunda musulmon aholi farovonligining oshishi ta'tilni islom qadriyatlari asosida o'tkazishga bo'lgan talabini keltirib chiqardi. Shu bois kelgusi yillarda ta'tilga chiqadigan musulmonlar sonining ko'payishini inobatga olinadigan bo'lsak, shu bois turizm sohasida rivojlanishi mumkin bo'lgan yangi sektor ziyorat turizmi bozori hisoblanadi. Mamlakatimizga tashrif buyuradigan sayyohlarning ko'payishidan o'ziga xos bozor hisoblangan ziyorat turizmini rivojlantirish maqsadida foydalanish kerak.

Tayanch iboralar: turizm, ziyorat, ziyorat turizmi, halol brendli turizm, islomiy turizm, ziyorat turizmi bozori, gastronomiya, musulmon sayyohlar, muqobil turizm turlari, xizmat ko'rsatish sektori, iqtisodiyot, milliy iqtisodiyot.

Аннотация: Рост благосостояния мусульманского населения сегодня породил спрос на проведение отпусков, основанных на исламских ценностях. Поэтому, учитывая растущее число мусульман, отправляющихся в отпуск в ближайшие годы, новым сектором, который может развиваться в сфере туризма, является рынок паломнического туризма. Увеличение числа туристов, посещающих нашу страну, должно быть использовано в целях развития паломнического туризма, который считается своеобразным рынком.

Ключевые слова: туризм, зиярах, зиярах туризм, халяльный туризм, исламский туризм, рынок зиярах туризма, гастрономия,

мусульманские туристы, альтернативный туризм, сфера услуг, экономика, национальная экономика.

Annotation: The growing prosperity of the Muslim population today has generated a demand for vacations based on Islamic values. Therefore, given the growing number of Muslims going on vacation in the coming years, a new sector that can develop in tourism is the pilgrim tourism market. The increase in the number of tourists visiting our country should be used for the development of pilgrim tourism, which is considered a kind of market.

Key words: tourism, ziyarah, ziyarah tourism, halal tourism, Islamic tourism, ziyarah tourism market, gastronomy, Muslim tourists, alternative tourism, service sector, economy, national economy.

Turizm sohasi, xizmat ko'rsatish sektorining manfaatdor va o'ziga xos jihatlaridan biri bo'lib, u bugungi kunda ko'plab mamlakatlarda milliy daromadning oshishiga katta hissa qo'shayotganligi ma'lum. Xususan, valyuta tushumlari va ish bilan ta'minlash kabi imkoniyatlari mavjud. Zero, hozirda shaxslarning turmush tarzidagi o'zgarishlar bilan ularning iste'mol qilish an'analari va xatti-harakatlari ham yangilanib boradi. Ushbu o'zgarishlar va yangiliklar kishilarning turistik mahsulotlarga bo'lgan talablariga ta'sir qiladi va yangi turistik turlarning tashkil etilishiga turtki bo'ladi. Ziyorat turizmi yoki halol turizm tushunchasining kontseptual asoslari tadqiq qilinganda "ziyora turizmi" kategoriyasini talqinida xilma-xillik mavjudligini ko'rish mumkin. Tadqiqotning asosiy maqsadi ziyorat turizmining nazariy jihatlarini o'rganish va uni talablarga muvofiqligini ko'rsatib berishdir.

Globalashuv jarayoni chuqurlashib borayotgan sharoitda rivojlanib borayotgan turizm turlaridan biri bu ziyorat yoki halol turizm hisoblanadi. Dunyoda musulmon aholi sonining muntazam ravishda jahon o'rtachasidan yuqori sur'atlarda o'sib borayotganligi va kelgusi yillarda bu ko'rsatkich yanada yuksalib borishini hisobga oladigan bo'lsak, ziyorat turizmi muqobil turizm turlari orasida yaxshi daromad keltiruvchi yo'nalish sifatida katta ahamiyatga ega bo'lishi aniq bo'lmoqda. Ziyorat yoki halol brendli turizm

oziq-ovqat va ichimliklar o'ldiruvchi ekanligi bois uning gastronomiya turizmiga bog'liq jihatlari bisyor hisoblanadi. Ma'lumki, Gastronomiya - bu madaniyat bilan oziq-ovqat o'rtasidagi bog'liqlikni va munosabatlarni tadqiq qiladigan soha hisoblanadi. Shuning uchun madaniy jihatdan yaqin yoki mushtarak bo'lgan jamiyatlar bir-birlarining taomlarini afzal ko'rishlari mumkin. Shu nuqtayi nazardan kelib qaraganda, musulmon xalqlarda bir-birining taomini iste'mol qilish keng ommalashganligini kuzatish mumkin. Shuning uchun ziyorat turizmini rivojlantirishda gastronomiya turizmiga ustuvor ahamiyat berish talab etiladi. Aynan, jamiyatlarning marosimlari bugungi kunda e'tiqodning bir qismi sifatida qadrlanadi va avloddan avlodga o'tib boradi. Ayni paytda, ko'plam marosimlar va o'ziga xos qadriyatlar ziyoratchilarning tashriflarini amalga oshirishlari uchun jozibadorlikni ta'minlab beradi [4:82].

Jahonda ko'plab tadqiqotchilar tomonidan olib borilgan ilmiy izlanishlarga ko'ra, dunyo musulmonlari soni 2000 yilda 1,3 milliard kishini, 2010 yilda 1,6 milliard kishini, 2020 yilda 1,9 milliard kishini tashkil etgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2030 yilga kelib 2,2 milliard kishiga yetadi yoki 2000 yilga nisbatan 69 foizga, 2010 yilga nisbatan esa 37,5 foizga o'sishi prognoz qilinmoqda. Mastercard va CrescenRating tomonidan qilingan tadqiqotlarga ko'ra, 2030 yilda musulmonlar dunyo aholisining 26 foizini tashkil qiladi (newsroom.mastercard.com, 2016). So'nggi yigirma yilda yoki 21 asrning dastlabki, yigirma yilida musulmon xalqlar boshqalar bilan taqqoslaganda ikki baravar tez ko'paymoqda. Xususan, dunyo bo'yicha aholining o'sish sur'ati solishtirib ko'rilganda musulmon xalqlarning o'rtacha o'sish sur'ati 1,5%ni tashkil etgan bo'lsa, qolganlarniki 0,7%ga teng bo'lmoqda [11:9].

Musulmon xalqlar istiqomat qiladigan mamlakatlar farovonlik darajasining oshishi va kishilar tomonidan olinadigan daromad hajmining ko'payishi natijasida odamlarning sayyohlik va turistik mahsulotlar hamda xizmatlarni xarid qilishdagi xatti-harakatlariga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Bundan tashqari, Dinarstandart tadqiqotlari asosida Musulmon aholining sayohat xarajatlarining hajmi 2014 yilda 107,2 mlrd. AQSh dollaridan ortiqni tashkil etgan bo'lsa, u 2020 yilda

190 mlrd. AQSh dollariga yetishi ma'lum qilingan. Olingan ma'lumotlardan musulmonlarning sayyohlik bozori salmoqli darajadali kelib chiqmoqda. Shuningdek, bu bozordagi talabni qondira oladigan darajada mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarish salohiyati ham mavjud [6:765].

Ziyorat turizmi tushunchasi ilmiy muomalaga va hayotimizga yangi kirib kelayotgan bo'lib, bu tushunchaga nisbatan turli xil talqinlar hamda ta'riflar mavjud. Xususan, xorijiy manbalarda ziyorat turizmiga nisbatan, halol turizm, konservativ turizm, Shariat talablariga muvofiq turizm va boshqa shu kabi tushunchalar qo'llanilgan. Zero, uzoq davrdan beri kishilar o'zlari ishongan dinlarning talablariga va qadriyatlariga muvofiq tarzda sayohat qilganliklari kuzatilgan. Xususan, bu sayohatlar muqaddas joylarni ziyorat qilish, ilm olish va boshqa shu kabi turli-tuman maqsadlar uchun amalga oshirilganligi ma'lum bo'ladi. Shu bois aytish mumkinki, diniy-ma'naviy qadriyatlar va urf-odatlar kishilarning turist sifatida sayohat qilishiga ta'sir ko'rsatadi. Faqat ziyorat turizmi, halol turizm va boshqalari o'rtasida ma'no jihatidan umumiy va xususiy jihatlar mavjud bo'lishi mumkin [7:115].

Insonlar o'zlarining diniy-ma'naviy qadriyatlarini ro'yobga chiqarish uchun muqaddas joylarga uyushtiradigan tashriflari va ziyoratlari "e'tiqodga oid sayohat" sifatida ta'riflansa, kishilarning o'z diniy-ma'naviy odoblariga muvofiq dam olishlari, hordiq chiqarishlari va sayohatlar qilishlari diniy qadriyatlar doirasidagi turizm yoki "halol brendli turizm" shaklida izohlanishi mumkin. Shu bois ziyorat turizmi yoki halol turizm doirasida muhim jihatlardan biri halol kontseptsiyasiga asoslangan mehmonxonalar biznesiga va ular tomonidan taqdim etiladigan imkoniyatlarga e'tibor qaratish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Ziyorat turizmi atamasi yangi tushuncha bo'lgani uchun bu borada milliy tadqiqotlar hali yetarli darajada rivojlanmagan. Shuning uchun chet el manbalari va adabiyotlar o'rganilganda, ularda ko'proq "ziyosat turizmi" bilan bir qatorda "Halol brendli turizm" va "Diniy qadriyatlar doirasidagi turizm" atamaları keltirib o'tilgan [10:8].

Ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm tushunchasi sayohat qilayotgan turistlarning turar joylari bo'yicha kelib chiqadigan ehtiyojlarini qondirish, sayohat jarayonida qulayliklarga

ega bo'lish, ma'naviy jihatdan maroqli dam olish va hordiq chiqarish singari sharoitlarni ta'minlash maqsadiga asoslangan. Shundan kelib chiqqan holda ziyorat turizmi yoki halol turizm tushunchasi umuman bozor iqtisodiyoti sharoitida keng rivojlangan turizmning umumiy ta'rifidan ayrim jihatlari va xususiyatlariga farq qiladi. Jumladan, ziyorat turizmi yoki halol turizm sayohat qilayotgan kishilarning barcha ehtiyojlarini diniy qadriyatlar doirasida va e'tiqodlarga muvofiq tarzda qondirilishini bildiradi. Xususan, diniy qadriyatlarga mos kelmaydigan go'sht va go'sht mahsulotlari, spirtli ichimliklar va boshqa shu kabi turizm xizmatlari ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm doirasida sayohat qilayotgan turistlarga taklif qilinmaydi [12:12].

Ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm doirasida tadqiqot olib borgan mutaxassislar ziyorat turizmi yoki halol turizm faqat diniy turizm bilan chegaralanib qolmasligini ta'kidlab, diniy qadriyatlarga zid bo'lmagan barcha turdagi sayyohlik faoliyatlarini qamrab olishiga urg'u beradilar. Ziyorat turizmi yoki halol turizm doirasida uyushtiriladigan turistik turlar deganda daryo bo'ylari va dengiz sohillaridagi hududlarda tashkil etiladigan sayyohlik maskanlarida joylashgan turar - joy binolarida dam olish, hordiq chiqarish va ko'ngil ochar tadbirlarini, davolanish ishlarini va boshqa shu kabi sayyohlik faoliyatlarini diniy qadriyatlarga va tamoyillarga muvofiq ravishda amalga oshirish tushuniladi.

Shuningdek, ayrim tadqiqotchi mutaxassislar ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm tor ma'noda dinda belgilangan haj va boshqa shu kabi vazifalarni bajarishni anglatishi mumkin. Lekin, bu tushuncha keng ma'noda diniy qadriyatlarga asoslangan qoidalar doirasida turistlarning barcha turdagi sayohatlarni amalga oshirishi ekanini ta'kidlaydi. Ayni vaqtda, diniy qadriyatlar doirasidagi ziyorat turizmi yoki halol turizm turizm sektoriga yangi axloqiy mezonlarning kirib kelishiga va uni rivojlanishiga katta hissa qo'shmoqda. Zero, ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm odatda yuksak axloqiy standartlarni va mo'tadil qabul qilingan qadriyatlarni o'ziga mujassam qilgan. Shu bilan birga, ziyorat turizmi yoki islomiy turizm har bir shaxs e'tiqodini va qadriyatlarini doimo hurmat qilishni anglatadi. Ziyorat turizmi yoki islomiy turizm turli millatlar

va sivilizatsiyalar o'rtasida o'zaro tushunishni va dialogni rag'batlantirish orqali turli jamiyatlar va ijtimoiy meroslarning asoslarini, tub ildizlarini teran o'rganishga harakat qilmoqda. Shu nuqtayi nazardan, ziyorat turizmi yoki islomiy turizm kishilarni birlashtiruvchi rol o'ynayotganligini aytish mumkin. Ziyorat turizmi yoki islomiy turizm ta'riflaridan kelib chiqmoqdaki, ziyorat turizmi yoki islomiy turizm dinda belgilangan vazifalarni bajarish uchun turli maskanlarga tashrif buyurishlardan ko'ra, turist sifatida sayyohlik faoliyatlarining diniy qadriyatlarga muvofiq keladigan sharoitlarda amalga oshirishdan iboratligi tushunilmoqda. Bugungi kunda ziyorat turizmini yoki halol turizmni turli madaniyatlarni o'rganishni xohlovchilar, tinch-totuv dam olishni va hordiq chiqarishni afzal ko'ruvchi ko'pchilik millat va din vakillari amalga oshirishga harakat qilmoqda [5:642].

Jahon amaliyotidan ma'lumki, turizm industriyasi turli sektori bilan o'zaro bog'liq bo'lgan tarmoq hisoblanadi. Shu nuqtayi nazardan, ziyorat turizmi yoki halol turizm ham turli sohalar bilan hamkorlikda ekanligini va bu sektorlarning ziyorat turizmi yoki halol turizm faoliyatini to'liq ro'yobga chiqishi uchun to'ldiruvchi xususiyatga egaligini aytish mumkin. Ziyorat turizmi yoki halol turizm faoliyati bilan bog'liq bo'lgan sektorlar:

- Halol brendli standrtlarga asoslangan mehmonxonalar va dam olish maskanlari.
- Halol brendli oziq-ovqat va ichimliklar bilan shug'ullanadigan korxonalar.
- Halol sayohat agentliklari va turoperatorlari.
- Halol brendli transport vositalari.
- Halol brendli moliya jarayonlari.
- Halol brendli o'yin-kulgi va ko'ngil ochar tadbirlarni tashkil etishdan iborat.

Demak, bu tarkibdan ko'rinib turibdiki, ziyorat turizmi yoki halol turizm faoliyatini amalga oshirish uchun nafaqat turar joy maskanlari va dasturlari, balki turizm sektoriga aloqador bo'lgan boshqa sohalarining muhim ahamiyati mavjud. Bu holat halol turistik faoliyatni amalga oshirish uchun boshqa talab etilgan shartlarni bajarish zarurligini keltirib chiqaradi. Islom qadriyatlari musulmonlarning yashash joylariga va turmush tarziga katta ta'sir ko'rsatadi.

Shu bois turist sifatida sayohatga chiqqan musulmonlar sayohatlari davomida o'zlarining

diniy turmush tarzlarini davom ettirishga moyil bo'ladilar. Shuning uchun ushbu qadriyatlar ta'siri doirasida musulmon sayyohlar turist sifatida o'zining tanlovini va turizm xizmatlarini xarid qilish qarorini belgilaydi.

Ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm xizmatlarini xarid qilib biror bir mamlakatga tashrif buyuradigan turistga, sayohat qiladigan transport vositalari, oziq-ovqat va ichimliklar xizmatlarini amalga oshiradigan korxonalar, o'yin-kulgi va ko'ngilochar maskanlari halol turistik faoliyatni taklif etishi kerak bo'ladi [15:756]. Ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm tushunchasi bilan xizmat ko'rsatadigan mehmonxonalar va boshqa turar joy korxonalari, diniy buyruqlarga va taqiqlarga e'tiborli bo'lib, turistik xizmatlar bilan bog'liq jarayonlar ushbu buyruqlar va taqiqlarga muvofiq ishlab chiqilgan bo'lishi kerak. Xususan, oziq-ovqat va ichimliklarini qadriyatlarni ko'zda tutgan holda taklif qilish, spirtli ichimliklar va taqiqlangan mahsulotlar servisini umuman amalga oshirmaslik, ayollar va erkaklarning harakat hududlari belgilangan standart doirasida bo'lishi kerak. Shuningdek, ibodat qilish uchun ham halol brendli standart doirasida sharoit yaratilgan bo'lishi talab etiladi.

Xalqaro amaliyotda halol brendli standartlarga asosan xizmat ko'rsatuvchi mehmonxonalarning xususiyatlari o'rganilganda quyidagilar kuzatilgan:

- Halol brendli oziq-ovqat va ichimliklar servis xizmatini amalga oshirilishi talab etiladi.
- Mehmonxonadagi mini-barlarda spirtli ichimliklar bo'lmasligi talab etiladi.
- Xonaning tartibga keltirilishi islom qadriyatlariga muvofiq bo'lishi va yotoq bilan hojatxonaning yo'nalishi qiblaga qaragan bo'lmasligi talab etiladi.
- Xonalarda joynamoz va Qur'on bo'lishi talab etiladi.
- Qiblani ko'rsatuvchi belgi bo'lishi talab etiladi.
- Mehmonxonada ishlaydigan xodimlarning kiyimlari islom qoidalariga muvofiq bo'lishi talab etiladi.
- Korxonani moliyalashtirish islom qoidalariga muvofiq amalga oshirilishi talab etiladi.
- Erkaklar va ayollar uchun alohida masjidlar bo'lishi talab etiladi.

- Xonalarda va umumiy foydalaniladigan joylarda odam qiyofasidagi jonsiz narsalar bo'lmasligi kabi xususiyatlar talab etiladi.

Mazkur holatlardan ma'lum bo'lmoqdaki, halol brendli standartlar bo'yicha faoliyat olib bormagan mehmonxonalarni ushbu kontseptsiyaga muvofiqlashtirish qiyin kechmaydi. Shu bois ushbu yo'nalishda faoliyatlarni yo'lga qo'yish va mavjud standartlarni joriy etish tabiiy jarayonga aylanmoqda. O'ziga xos standartlarni joriy etilishi va u standartlarga rioya qilish maqsadida xalqaro darajada sertifikatlash tizimi tashkil etilgan. Xulosa sifatida aytganda, turizm sektorida iste'molchilarga yo'naltirilgan marketingning aniq misollaridan biri halol standartlarga asoslangan mehmonxonalar tizimining mavjudligi hisoblanadi. Shu bois hozirda jahon amaliyotida bir qator mehmonxonalar o'z faoliyatini halol turizm talablariga muvofiq loyihalashtirayotgan bo'lsa, ayrimlari, mavjud sharoitlarini halol standartlarga asoslangan mehmonxonalar talablariga moslashtirmoqda [17:195].

Ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm bozori jahondagi ko'plab mamlakatlar uchun o'ziga xos bozorlardan hisoblanadi. Ko'rsatilgan muqobil turizm turlaridan biri bo'lgan halol brendli turizm belgilangan talablar nuqtayi nazaridan ko'rib chiqilganda narxi yuqori ko'rinishi mumkin. Buning uchun ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm bilan bog'liq marketing strategiyasini kuchaytirish, xususan, boy musulmon mamlakatlaridan ziyoratchilarni jalb etishga va ularning sonini o'sishiga erishish, mahalliy bozorning tashqi bozorlarda reklamasini amalga oshirish va mavjud imkoniyatlarni namoyish qilish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Xulosa: Bugungi globallashtirish jarayoni avj olib borayotgan sharoitda ziyorat turizmi bozori nafaqat mamlakatimiz uchun, balki, jahon hamjamiyatidagi ko'plab milliy iqtisodiyotlar uchun katta ahamiyatga ega o'ziga xos bozorlardan hisoblanadi. Shu bois keltirib o'tilgan muqobil turizm turlaridan biri bo'lgan va hozirda shiddat bilan yuksalib borayotgan halol brendli turizm talab etilayotgan mezonlar va shartlar nuqtayi nazaridan xulosa qilganda narx yuqori ko'rinishi tabiiy. Shu bois milliy iqtisodiyotda ziyorat turizmi yoki halol brendli turizm bilan bog'liq marketing

tadqiqotlarini va reklama strategiyasini kuchaytirish orqali mazkur bozorning jozibasini va mavjud imkoniyatlarni to'liq ko'rsatib berish talab etiladi. Ayniqsa, ijtimoiy-iqtisodiy salohiyati kuchli va boy musulmon mamlakatlaridan sayyohlarni keng jalb etishga va ularning sonini keskin o'shishga erishish hamda zaruriy shart-sharoitlarni yaratish va infratuzilmalarni takomillashtirish, mahalliy bozorning xorijiy bozorlarda reklamasini amalga oshirish, mamlakatimizda tashkily-huquqiy jihatdan yaratilgan qulayliklarni va imkoniyatlarni xalqaro ommaviy axborot vositalari hamda boshqa matbuotlar orqali namoyish qilish muhim ahamiyat kasb etadi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi farmoni (2017 yil 7 fevral, PF-4947-son): –T.: Adolat, 2018. –112 b.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi, 29.12.2020.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi, 24.01.2020.
4. Tuxliev N. Osiyo taraqqiyot modeli. – T.: "O'zbekiston", 2015. – 126 b.
5. Dominick Salvatore, 13th ed. 2019. International Economics, Wiley & Sons, 3rd ed. 2012. 6th ed., Prentice-Hall, 2012.
6. Halil Seyidoğlu, Uluslararası iktisat: teori, politika ve uygulama, 21. baski. Güzem can yayınları №:20. Istanbul 2017. 956 s.
7. Sodikov, Z. (2020) Fundamentals of new economic processes. American Journal of Research www.journalofresearch.us 5-6, May-June 2020. https://journalofresearch.us/wp-content/uploads/2020/07/2020_5_6-AJR_16.pdf. P. 113-118.
8. Sodikov, Z. (2019). Directions of national tourism development and the role of international experiences. The Light of Islam, 2019(4), 36. <https://uzjournals.edu.uz/cgi/viewcontent.cgi?article=1078&context=iiu>
9. Sodikov, Z. TRANS Asian Journal of Marketing & Management Research (TAJMMR) <https://tarj.in>. ISSN: 2279-0667 Vol 9, Issue 11, November 2020, Impact Factor: SJIF 2020 = 7.209
10. Sodikov, Z. Бизнес эксперта-2020, 8-сон.
11. Sodikov, Z. ЎЗА Электрон журнал, 2020, 9-сон.
12. Sodikov, Z. ЎЗА Электрон журнал, 2020, 12-сон.
13. Sodikov, Z. Ислом тафаккури 2020, махсус сон.
14. Sodikov, Z. Ислом зиёси 2020, 4-сон.
15. Gulyamova Gulnora va b. Opportunities for establishment of transborder free economic zones in Central Asia. Journal Of Social Sciences and Humanities, 4 (16). Retrieved from. (2019). R. 754-761
16. Batirova, N. (2019). Features of industrial development of the tashkent region. The Light of Islam, 2019(4), 40.
17. Batirova, N. (2020). Tendencies of development of high technology industry in Tashkent region. TheLightofIslam, 2020(2), 193-198.