

ECONOSCITECH INTEGRATION

ISSUE
6

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
ELECTRONIC JOURNAL



TASHKENT STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS



American University
of Technology

Powered by Arizona State University®

ISSN: 3060-5075



Acceptance of articles
PUBLISHED MONTHLY



ARTICLE CONTRIBUTORS
PROFESSORS, SCHOLARS,
SPECIALISTS, AND RESEARCHERS



Google
Scholar

Academic
Resource
Index
ResearchBib

BASE

OpenAIRE

doi
Digital
Object
Identifier

OPEN ACCESS

CONTACT:



+998 94 3540880



<https://econoscitech-integration-journal.uz>



2026



EDITOR-IN-CHIEF:

Zufarova Nozima Gulamiddinovna
DSc., Dean of Tourism Faculty, TSUE

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF:

Makhmudov Nosir Makhmudovich
DSc., Prof., Academician

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF:

Suyunov Dilmurod Xolmurodovich
Doctor of Economics (DSc), Professor,

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF:

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich
doctor of economics (DSC), professor

RESPONSIBLE SECRETARY:

Otaboyev Axmed Maxsudbek o'g'li
TSUE independent researcher

THE SCIENTIFIC-POPULAR
ELECTRONIC JOURNAL
"ECONOSCITECH-INTEGRATION"
HAS BEEN REGISTERED UNDER
THE NUMBER C-5669651 BY THE
AGENCY FOR INFORMATION AND
MASS COMMUNICATIONS (AOKA)
OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN,
EFFECTIVE FROM OCTOBER 9, 2024.

In accordance with Resolution No. 384/6 dated April 10, 2026, issued by the Presidium of the Supreme Attestation Commission under the Ministry of Higher Education, Science and Innovation of the Republic of Uzbekistan, this journal is included in the list of recommended international scientific publications for publishing the primary research findings of doctoral dissertations in the field of Economic Sciences.

Partners: Tashkent State University of Economics / American University of Technology in Tashkent (AUT)

Electronic publication, Issue 6. 374 pages.
Approved for publication on Iyun, 2026.

Editorial Board Members:



Sharipov Kongratbay Avezimbetovich,
Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor



Teshabayev To'liqin Zakirovich,
Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor



Said Irandoust,
Doctor of Chemical Engineering Sciences,
Professor



Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna,
Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor



Khudoykulov Sadirdin Karimovich,
Doctor of Economics, (DSc), Professor



Tokunaga Masahiro,
professor, PhD of Economics of the Faculty of
Business and Commerce



Debasis Das,
professor Department of Computer Science



Nitin Goje,
professor and Program Lead - Computer Science



Nargizakhon Shamshieva
Doctor of Economic Sciences, Professor



Rakhmonov Norim Razzakovich,
Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich
Doctor of Science (DSc), Professor



Shomurodov Ravshan Tursunkulovich,
PhD, Associate Professor



Boymuratov Abduraxmat Djumayevich
Doctor of Philosophy (PhD) in Economics



Sharopova Nafosat Radjabovna
DSc, Associate Professor



Sultanova Kamila Mukhtorali Kizi
Master of Science

CONTENTS

MECHANISMS FOR IMPLEMENTING TECHNOLOGICAL AND DIGITAL INNOVATIONS.....	10
Shakirxodjayeva Zuxra Rustamxanovna	
DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISMS FOR IMPROVING INVESTMENT PROCESSES IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY	16
Aliyeva Zilola Mamatvalyevna	
CURRENT STATE AND STRUCTURAL ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF SERVICE SECTORS IN TASHKENT CITY.....	23
Abdikayumov Bekzod Turdiniyozovich	
GREEN BONDS VS. SUSTAINABILITYLINKED LOANS: WHICH WORKS FOR INDUSTRIAL DECARBONISATION?	29
Ataxanov Umidbek Olimovich	
ИНТЕГРИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ БАНКА.....	34
Маликова Дилрабо Муминовна	
ECONOMETRIC MODELLING OF FAMILY ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE TOURISM SECTOR: EVIDENCE FROM UZBEKISTAN	42
Pardayeva Ozoda Mamayunusovna	
AN INTEGRAL INDEX METHODOLOGY FOR ASSESSING THE INVESTMENT POTENTIAL OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	49
Sayyora Bakhtiyorovna Nazirova	
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ, ПУБЛИЧНЫЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ГРАНИЦЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭВОЛЮЦИЯ.....	53
Срождидинова Зарина Хайриддиновна	
BLOCKCHAIN-BASED FINANCIAL TRANSACTION MONITORING SYSTEM (SMART CONTRACTS, DECENTRALIZED DATABASE, AND AUDIT TRAILS).....	58
Olimova Mukhlisa Vohidjon qizi	
FAMILY ENTREPRENEURSHIP AS A DRIVER OF EMPLOYMENT IN THE TOURISM SECTOR: REGIONAL DISPARITIES AND INSTITUTIONAL MECHANISMS IN UZBEKISTAN.....	65
Pardayeva Ozoda Mamayunusovna	
ANALYSIS OF THE MAIN STATISTICAL INDICATORS OF LABOR RESOURCE UTILIZATION IN SURXONDARYO REGION.....	72
Haydarova Dinora Atamurot qizi	
ASSESSING THE ROLE OF SPECIAL ECONOMIC ZONES IN REGIONAL ECONOMIC GROWTH ACROSS THE REGIONS OF UZBEKISTAN USING INTENSITY COEFFICIENTS AND CLUSTER ANALYSIS.....	77
Anvarkhonov Abdulatifkhon Jamshidkhon ugli	
TECHNICAL, ECONOMIC, AND ENVIRONMENTAL EFFICIENCY OF IMPLEMENTING AGRIVOLTAIC SYSTEMS IN UZBEKISTAN	85
Jabborov Shaymurod Akram o'g'li	
Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li	
Atoyeva Mohinur Amrilloevna	
Avazov Jonibek Azizbek o'g'li	
МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ТРАЕКТОРИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....	91
Хазраткулова Лола Нармуминовна	
FINANCING GREEN PROJECTS IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN: STATUS, CHALLENGES AND PROSPECTS	97

Qorriyeva Shahnoza Safarbayevna

FORMULA-BASED DISTRIBUTION OF INTERGOVERNMENTAL TRANSFERS TO LOCAL BUDGETS IN UZBEKISTAN: A COMPARATIVE SIMULATION ANALYSIS BASED ON 2026 FORECAST INDICATORS.....	103
Umidjon Pardaev	
Sarvar Maxmudov	
GOVERNMENT FUNDING AND THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES: FINANCIAL PROMOTION MECHANISMS.....	115
Bahriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
FORECASTING EXPORT AND IMPORT INDICATORS OF BUKHARA REGION	122
Ergashev Mirjon Yorqin o'g'li	
A CUSTOMER-ORIENTED INTEGRATIVE METHODOLOGICAL MODEL FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF TOURIST SERVICES IN THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY	130
Bakayev Ziyovuddinkhan Toshbolta ogli	
A PESTLI ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF THE HOUSING STOCK MANAGEMENT SYSTEM.....	139
Mamanazarov Oybek Shomurodovich	
ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT STATUS AND EXPORT ACTIVITIES OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN UZBEKISTAN	146
Khikmatullayeva Nargiza Jamoliddin kizi	
CHANGE MANAGEMENT DURING QUALITY ASSURANCE REFORM IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS	154
Urinov Bobur Nasilloevich	
СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ	162
Каримова Дилафруз Садриддин кизи	
E-COMMERCE AS A DIGITAL FORM OF ENTREPRENEURSHIP IN INCREASING HOUSEHOLD INCOMES.....	167
Eshbayeva Shahnoza Fakhriddinovna	
ADVANTAGES OF IMPLEMENTING AN OCCUPATIONAL AND SKILLS MAPPING SYSTEM IN UZBEKISTAN'S LABOUR MARKET	172
S.B.Goyipnazarov	
S.M.Kurbanbaeva	
ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF FIXED ASSETS UTILIZATION IN RAILWAY ENTERPRISES: EVIDENCE FROM UZBEKISTAN.....	178
Turdiyeva Irodaxon Ismoil qizi	
SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING RESOURCE USE IN THE CONTEXT OF A GREEN ECONOMY.....	183
Karimov Islombek Bekpolat o'g'li	
THE IMPACT OF ECOTOURISM ON REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT	
Samiev Siroj Saitovich	
Ochilova Guli Rashid kizi	
THE IMPACT OF RISK ALLOCATION ON INVESTMENT EFFICIENCY IN PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP (PPP) PROJECTS	197
Khaydarova Charos Nizomiddinovna	
PROSPECTS FOR CHANGING THE VOLUME OF GRAPE CULTIVATION DUE TO THE USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE VITICULTURE COMPLEX.....	202
Boltaev Nazarbek Narzullaevich	
ЦИФРОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ОБОСНОВАНИЯ НАЧАЛЬНОЙ ЦЕНЫ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПКАХ: ПРОЗРАЧНОСТЬ, КОНКУРЕНЦИЯ	

И РАЦИОНАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ.....	209
Тўхтасинов Бобомурод Исақжон ўғли	
ENHANCING FOREIGN DIRECT INVESTMENT INFLOWS IN THE POST-CRISIS ERA: AN ECONOMETRIC ANALYSIS OF UZBEKISTAN.....	215
Foziljon Rustamov Hazratkulovich	
CURRENT STATE AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE TEXTILE INDUSTRY.....	219
Musayeva Shoirazimovna	
THE PECULIARITIES OF USING FOREIGN EXPERIENCE IN IMPROVING THE EFFICIENCY OF TOURIST AND RECREATIONAL AREAS.....	225
Makhliso Umarova	
CHALLENGES OF ATTRACTING INVESTMENTS IN HUMAN CAPITAL AND STRATEGIES FOR THEIR RESOLUTION.....	231
Aloviddin Zayniddinov Zayniddin ugli	
ANALYSIS OF THE EXPERIENCE OF SUCCESSFUL AGROTOURISM DESTINATIONS IN DIFFERENT COUNTRIES: RECOMMENDATIONS FOR UZBEKISTAN.....	237
Aktamov Olimjon Abdugani o'g'li	
ASSESSING THE EFFICIENCY OF STRATEGIC MANAGEMENT OF EDUCATIONAL SERVICES EXPORT AT THE REGIONAL LEVEL.....	247
Alimova Shamsiya Abidovna	
ECONOMIC ESSENCE OF THE EXPORT POTENTIAL OF BUSINESS ENTITIES AND CLASSIFICATION OF THE FACTORS SHAPING IT: THE CASE OF BUKHARA REGION.....	254
Djurayeva Munira Sadillovovna	
THE ROLE OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE ECONOMY OF BUKHARA REGION AND THEIR DEVELOPMENT TRENDS: AN ANALYSIS OF STRUCTURAL CHANGES AND REGIONAL CONCENTRATION.....	261
Azizjon Anvarovich Kadirov	
Nigina Djurayevna Yusupova	
IMPROVING THE ECONOMIC MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF BORDER TRANSPORT SYSTEMS.....	268
Ikromov Elyor Ibdulloevich	
ПУТИ ИНТЕГРАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	273
Бобонарова Камола	
GREEN BONDS AND SOVEREIGN DEBT INSTRUMENTS FOR INFRASTRUCTURE ASSET RENEWAL: AN ANALYSIS OF FINANCIAL MECHANISMS.....	278
Suleimanov Farrukh	
ENHANCING THE COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: A COMPARATIVE ANALYSIS OF INTERNATIONAL AND NATIONAL EXPERIENCES.....	286
Qudratova Gulzoda Mahmudovna	
THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF INFORMATION AND COMMUNICATION SERVICES IN THE DIGITAL ECONOMY.....	291
Munisa Abdurakhmonova	
ECONOMETRIC MODELING OF REGIONAL ECONOMIC GROWTH BASED ON THE COBBDOUGLAS PRODUCTION FUNCTION: A CASE STUDY OF SURXONDARYA REGION.....	296
Turaev Bakhtiyor Ergashevich	
GENERAL APPROACHES TO COST REDUCTION IN THE TEXTILE INDUSTRY.....	302
Kamola Saidova	

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	307
Саитмуратов Саитмурат Машарип угли	
A CONCEPTUAL MODEL OF THE IMPACT OF INTERMEDIATION SERVICES ON BANK PERFORMANCE AND ITS STATISTICAL RESEARCH METHODOLOGY.....	314
Miraxmedov Jasur Isroilovich	
EMPLOYER BRANDING IN UZBEKISTAN: HOW TO BECOME AN EMPLOYER OF CHOICE FOR TALENT	320
Doniyorova Fotimabonu Alisher qizi	
FORMING THE COMMUNICATIVE CULTURE OF MANAGING PERSONNEL AND STUDENTS BASED ON A COMPETENCY-BASED APPROACH.....	325
Temirova Shakhlo Rakhmonovna	
MODERN APPROACHES TO FORMING A COMMUNICATIVE CULTURE OF STUDENTS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....	331
Temirova Shakhlo Rakhmonovna	
IMPROVEMENT OF THE SYSTEM OF ACCOUNTING AND ANALYSIS OF MATERIAL COSTS IN OIL AND GAS INDUSTRY ENTITIES BASED ON MODERN MANAGEMENT REQUIREMENTS.....	336
Sa'dullayeva Sayyora Nasillo qizi	
ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC APPROACHES AND BARRIERS TO THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN	341
Samieva Gulnoza Tokhirovna	
THE IMPACT OF EFFECTIVE UTILIZATION OF LABOR POTENTIAL ON THE SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT OF A REGION (A case study of the Khorezm region).....	348
Kutlimuratov Mansurbek Sattarovich	
CHARACTERISTICS OF CLUSTERING TEXTILE ENTERPRISES.....	354
Asadbek Eshniyozov	
THE ROLE OF EDUCATION AND CAPACITYBUILDING IN DEVELOPING THE ISLAMIC FINANCE INDUSTRY: A THEORETICAL AND COMPARATIVE ANALYSIS	358
Abdullaev Azamat Akbar o'g'li	
THE ROLE OF 5G TECHNOLOGIES IN IMPROVING THE ECONOMIC PERFORMANCE OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES	366
Saidqosimova Umida Ibragimovna	
DIGITAL PLATFORMS AND THE EFFICIENCY OF INCLUSIVE EDUCATION: EVIDENCE FROM UZBEKISTAN	371
Kholmonov Shodiyor Karshiboyevich	
MAIN DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF INTEREST RATE RISK MANAGEMENT PRACTICES IN COMMERCIAL BANKS OF UZBEKISTAN.....	377
Seitnazarov Daniyar Bakhadyrovich	
METHODOLOGY AND WAYS OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF SMALL INDUSTRIAL ZONES.....	385
Shodmonkulov Kamoliddin Murodillayevich	
MAIN DIRECTIONS AND PROSPECTS FOR THE EFFECTIVE MANAGEMENT OF INVESTMENTS IN THE CONTEXT OF TRANSFORMATION	391
To'rayev Jasurali To'rayevich	
IMPROVING THE EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF SMALL INDUSTRIAL ZONES.....	395
Shodmonkulov Kamoliddin Murodillayevich	
ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНОВ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....	399
Бутаева Сабина Холиёровна	

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN INCREASING THE BRAND CAPITAL OF TOURISM ENTERPRISES	404
Zufarov Akmal Gulamiddinovich	
ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF INFRASTRUCTURE PROJECT FINANCING UNDER PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS (PPP)	416
Shodiev Akmal O'ktamjon ugli	
IMPROVING THE MANAGEMENT OF THE INVESTMENT ENVIRONMENT	422
To'rayev Jasurali To'rayevich	
BLOCKCHAIN AND IOT FOR DIGITAL TRACKING OF FOOD EXPORT/IMPORT FLOWS.....	426
Nazarova Ra'no Rustamovna	
Najmiddinov Yakhyo Fazliddin ugli	
THE PAYBACK PERIOD METHOD IN PERSONAL FINANCE: APPLICATIONS AND IMPLICATIONS FOR FINANCIAL DECISION-MAKING	438
Akhunova Elena Anvarovna	
DEVELOPMENT OF AN ADAPTIVE FIBONACCI STRUCTURAL ANALYSIS MODEL FOR GOLD TRADING: EVIDENCE FROM THE XAU/USD MARKET	447
Tukmirzaev Kamol Mumin ugli	
DEVELOPING MARKETING MANAGEMENT IN RETAIL TRADE THROUGH A BRAND MANAGEMENT SYSTEM: DIRECTIONS AND STRATEGIC PRIORITIES.....	455
Shohboz Ro'zimatov Hamdambek o'g'li	
MODERN APPROACHES TO FORMING A COMMUNICATIVE CULTURE OF STUDENTS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS	461
Temirova Shakhlo Rakhmonovna	
FORMING THE COMMUNICATIVE CULTURE OF MANAGING PERSONNEL AND STUDENTS ON THE BASIS OF A COMPETENCY-BASED APPROACH.....	466
Temirova Shakhlo Rakhmonovna	
ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНЫХ ВЗГЛЯДОВ НА РОЛЬ СФЕРЫ УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ.....	472
Усманов Фарзод Шохрухович	

ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНЫХ ВЗГЛЯДОВ НА РОЛЬ СФЕРЫ УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ

Усманов Фарзод Шохрухович

Соискатель

Самаркандский институт экономики и сервиса,
Самарканд, Республика Узбекистан

Аннотация. В данной статье рассматривается современная экономика с точки зрения развития сферы услуг и смещения процессов создания добавленной стоимости в сторону нематериальных и сервисных компонентов, развития информационных и цифровых технологий, платформенных бизнес-моделей, их современной роли в формировании ценности в условиях цифровой экономики, а также необходимости комплексного анализа эволюции научных подходов к сфере услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, услуга, третичный сектор, постиндустриальная экономика, сервисная экономика, сервитизация, сервисно-доминантная логика, цифровые платформы, экономика впечатлений.

Abstract. This article examines the modern economy in terms of the development of the service sector and the shift in value-added creation processes towards intangible and service components, the development of information and digital technologies, platform business models, their modern role in value formation in the digital economy, and the need for a comprehensive analysis of the evolution of scientific approaches to the service sector.

Keywords: service sector, service, tertiary sector, post-industrial economy, service economy, servitization, service-dominant logic, digital platforms, experience economy.

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития мировой экономики характеризуется значительными структурными изменениями, которые в научной литературе обозначаются как сервитизация экономики. Переход от индустриальной модели к постиндустриальной системе привёл к смещению акцента с производства материальных благ на развитие сферы услуг. В результате сектор услуг перестал рассматриваться только как вспомогательная часть экономики и стал одним из ключевых факторов экономического роста. Сегодня услуги во многом выступают источником инноваций, создают значительную часть добавленной стоимости и играют важную роль в развитии человеческого капитала. Услуги перестают ограничиваться исключительно торговлей, транспортом или бытовым обслуживанием, а всё чаще выступают в форме интеллектуальных, информационных, финансовых, образовательных, аналитических и цифровых решений.

Несмотря на то что сфера услуг занимает доминирующее место в структуре ВВП развитых стран, её экономическая природа до сих пор остаётся предметом научных дискуссий и исследований. В экономической теории существует противоречие между традиционным представлением об услугах как об «исчезающем полезном эффекте» (Smith, 2007) и их современной ролью в развитии экономики впечатлений и цифровых платформ. Поэтому для более полного понимания сущности и развития данной категории необходимо обратиться к анализу эволюции экономической мысли.

Целью данной статьи является изучение эволюции научных представлений о роли услуг в экономике в истории экономической мысли. Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи:

- изучить формирование представлений о сфере услуг в рамках различных школ экономической мысли;
- определить особенности интерпретации услуг в доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный периоды;
- выявить ключевые факторы трансформации взглядов на роль услуг в экономике;

- проанализировать современные концепции сервисной экономики, сервитизации, платформенной экономики и экономики впечатлений;
- определить влияние цифровых технологий и технологических изменений на развитие сферы услуг;
- систематизировать современные научные подходы к исследованию сервисной экономики.

Понимание этой преемственности позволит систематизировать существующие научные подходы и определить основные тенденции развития сферы услуг в условиях современной экономики.

Теоретическая важность исследования состоит в систематизации и переосмыслении подходов к изучению сферы услуг на фоне трансформации экономических отношений и изменений в механизмах создания стоимости. Анализ позволяет объединить классические, неоклассические и современные концепции сервисной экономики в единую эволюционную модель развития сферы услуг.

Практическая значимость заключается в использовании полученных результатов для разработки стратегий развития сервисного сектора, цифровых платформ и бизнес-моделей, ориентированных на сервис, а также для совершенствования механизмов управления предприятиями в условиях цифровой экономики. Результаты могут применяться в научной, образовательной и аналитической деятельности при изучении трансформации современной экономической системы.

Научная новизна заключается в комплексном переосмыслении эволюции взглядов на сферу услуг, связанной с изменением логики создания экономической ценности — от материального производства к знаниям, цифровым сервисам и платформенным экосистемам, что позволяет по-новому интерпретировать роль услуг в современной экономике.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

Теоретическая база исследования сформирована трудами представителей различных научных школ и направлений экономической мысли XVIII–XXI веков. В ходе исследования проанализированы ключевые работы классиков экономической теории (А. Смита, К. Маркса, А. Маршалла, Л. Вальраса), а также исследователей структурных изменений (А. Фишера, К. Кларка, Д. Белла). Также рассмотрены современные работы по сервисной экономике, цифровым платформам и экономике знаний (М. Кастельса, С. Сассен, Р. Лаша, С. Варго, Н. Срничека, Ш. Зубофф, Э. Бриньольфссона и других).

Отбор научных источников осуществлялся по нескольким критериям: значимость работ для развития экономической теории сферы услуг, уровень цитируемости исследований, влияние авторов на формирование современных научных подходов, а также концептуальная связь рассматриваемых теорий с проблематикой сервисной экономики. Особое внимание уделялось исследованиям, посвящённым вопросам цифровизации, платформенной экономики, сервитизации и экономики впечатлений.

В исследовании использовались научные монографии, статьи в рецензируемых журналах, материалы международных научных баз данных, а также фундаментальные труды по экономической теории и сервисной экономике. География источников включает работы авторов из США, Великобритании, Германии, Франции и других стран, что обеспечило междисциплинарный и сравнительный характер исследования. Теоретическую основу исследования составили труды классиков экономической мысли, а также современные исследования в области сервисной экономики, цифровых платформ и экономики знаний, что обеспечило комплексность и научную обоснованность полученных результатов.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологическую основу исследования составили историко-экономический, институциональный, эволюционный и сравнительно-аналитический подходы, позволяющие проследить трансформацию научных взглядов на сферу услуг в контексте развития экономической мысли. Использование комплексного подхода обусловлено междисциплинарным характером исследуемой проблемы, поскольку современная сфера услуг рассматривается не только как сектор экономики, но и как форма организации общественного производства, знаний, информации и цифровых взаимодействий.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Первые элементы осмысления деятельности, связанной с оказанием услуг, прослеживаются в трудах Аристотеля, который заложил фундамент для классических экономических концепций, отделив естественный обмен (*oikonomia*) от деятельности, ориентированной на накопление богатства (*хрематистики*). Аристотель относил ремесло, торговлю и обслуживание к вспомогательным занятиям, не рассматриваемым как самостоятельный источник экономической ценности, а лишь

распределяющим блага для удовлетворения нужд полиса и домохозяйства (Cherkovets, 1987). Это противопоставление стало основой для последующих теорий о роли «непродуктивного» труда в экономике.

Упоминание услуг прослеживается в трудах представителей меркантилизма (XVI–XVIII вв.), которые рассматривали экономическую деятельность с точки зрения внешней торговли и накопления драгоценных металлов. Как отмечает Й. Шумпетер, меркантилисты не выделяли сферу услуг как самостоятельный сектор, однако интуитивно признавали её значимость для обеспечения внешнеторгового оборота (Schumpeter, 1954). Транспорт и логистика воспринимались ими как «обслуживающие» инструменты для поддержания торгового баланса. Британский экономист Э. Ролл подчёркивал, что меркантилисты рассматривали коммерческие услуги исключительно как вспомогательный механизм притока капитала, не придавая им значения самостоятельного источника богатства (Roll, 1992).

Примерно такое же отношение к услугам наблюдается во взглядах физиократов, чьи идеи стали отправной точкой для определения понятия «производительного труда». Б. Селигмен указывает, что строгое деление общества на классы было направлено на поиск единственного объективного источника прибавочной стоимости, которым, по их убеждению, могла быть исключительно земля (Seligman, 1962). Физиократы стремились найти объективный, физический закон создания богатства, и поскольку услуги, в отличие от сельскохозяйственной продукции, не создают материальные блага, их игнорировали, рассматривая как экономически незначимые. Представитель школы физиократов Ф. Кенэ в своём труде «Экономическая таблица» определил ремесленников, торговцев и других представителей «свободных профессий» как «стерильный класс» (*classe stérile*), аргументируя это тем, что их деятельность не создаёт нового продукта, а лишь перемещает уже существующие материальные блага (Kene, 1993).

Истоки теоретического осмысления услуг уходят корнями в труды классической политической экономии. Основы их выделения как особого объекта исследования были заложены в труде А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», где он предложил разделение «производительного» и «непроизводительного» труда. К последнему он относил услуги, аргументируя это тем, что их эффект исчезает сразу после оказания, не воплощаясь в осязаемом материальном продукте, способном к накоплению. Практический пример: труд мануфактурного рабочего производитель, так как он создаёт ткань, которую можно продать и через год. Труд оперного певца или юриста непроизводителен, так как их «услуга» потребляется мгновенно и не может быть отложена в «фонд накопления» нации (Smith, 2007, 2016). М. Блауг отмечает (Blaug, 1994), что для Смита «производительность» была синонимом «создания осязаемого продукта», что фактически закрепило за сферой услуг статус «второстепенного» сектора экономики. Таким образом, Адам Смит не просто систематизировал представления своих предшественников, но и заложил теоретический фундамент, в рамках которого сфера услуг рассматривалась не как источник национального богатства, а как сфера «потребления» уже созданного капитала. Эта установка стала определяющей для классической экономической школы и сохраняла своё доминирующее влияние вплоть до начала XX века, когда начался переход к постиндустриальной экономике.

Основатель теории марксизма, немецкий экономист и философ К. Маркс, в работе «Капитал» предложил критерий продуктивности труда, основанный не на осязаемости результата, а на создании прибавочной стоимости. Маркс утверждает, что «производительный рабочий — это не тот, кто производит вещь, а тот, кто производит прибавочную стоимость для капиталиста» (Marx, 1962). Таким образом, если услуга, например в театре, на транспорте или в сфере развлечений, продаётся капиталистом и приносит ему прибыль, то труд, затраченный на эту услугу, является производительным. Маркс критикует физиократов и А. Смита за то, что они путали полезность (потребительную стоимость) с экономической формой (созданием стоимости). Он доказывает, что в рамках капитализма сфера услуг — это такая же сфера капиталистического воспроизводства, сопоставимая с промышленностью.

Таким образом, можно выделить следующие школы: античность, меркантилизм, физиократия, классическая и марксистская школы теоретических взглядов на сферу услуг (таблица 1).

Таблица 1. Школы и определение роли сферы услуг в доиндустриальный и ранний индустриальный периоды¹

Эволюция научных подходов к исследованию сферы услуг	Характер производственных отношений	Оценка характера услуги	Роль сферы услуг в экономическом укладе
Античность	Натурально-хозяйственная система, характерная для античного общества	Личный, бытовой характер; услуга неотделима от личности исполнителя и носит локальный характер.	Вспомогательная деятельность, обслуживающая хозяйство и государство.
Школа меркантилизма	Ранние капиталистические торговые отношения и государственный протекционизм	Торгово-посреднические и государственные услуги	Инструмент поддержки торговли и накопления капитала
Школа физиократов	Аграрные отношения с доминированием земледелия как основы производства	Непроизводительная деятельность, связанная с обращением благ	Непроизводительная сфера, не создающая национального богатства
Классическая школа политической экономии	Рыночные капиталистические отношения и промышленное разделение труда	Нематериальная и непроизводительная деятельность	Вторичный сектор, не участвующий в накоплении капитала
Марксистская школа политической экономии	Капиталистические отношения, основанные на наёмном труде и производстве прибавочной стоимости	Услуги, участвующие в воспроизводстве капитала	Сфера формирования прибавочной стоимости; услуги создают прибавочную стоимость наравне с промышленностью, если встроены в кругооборот капитала.

В конце XIX века основоположники неоклассической школы У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас, А. Маршалл перенесли направление исследований с «издержек производства» на субъективные предпочтения потребителя. Для сферы услуг этот переход стал поворотным моментом: дискуссия о «производительном» и «непроизводительном» труде фактически утратила свою актуальность. Неоклассики ввели понятие предельной полезности, то есть если услуга удовлетворяет потребность человека и за неё готовы платить, она обладает ценностью. Они перенесли источник стоимости в сферу субъективного восприятия, тогда как Маркс рассматривал источник стоимости в рамках капиталистического воспроизводства. Это уравнило в правах материальное производство («производителя станка») и сферу услуг («врача»): оба они создают полезность, которую оценивает рынок.

А. Маршалл в своих исследованиях пошёл ещё дальше, предложив универсальный инструмент рыночного механизма — график спроса и предложения («ножницы Маршалла»), показав, что цена формируется рыночным равновесием (Marshall, 1993). В результате этого сфера услуг была полностью интегрирована в общие модели экономического обмена наравне с промышленным сектором. Он также ввёл концепцию «личностных благ», которые впоследствии назвали «человеческим капиталом» и «услугами». Он подчёркивал, что многие «нематериальные блага» (образование, здравоохранение, профессиональное мастерство) являются факторами роста богатства, так как они повышают эффективность труда.

¹ Составлено автором на основе изучения источников

Важным моментом в понимании сферы услуг считается работа американского социолога Д. Белла, создателя теории постиндустриального (информационного) общества. В своём труде «Грядущее постиндустриальное общество» (Bell, 1973) он показал расширение третичного сектора не просто как отраслевой сдвиг, а как индикатор перехода к постиндустриальному обществу, в котором ключевым ресурсом становится теоретическое знание. Он утверждал, что общество переходит от индустриального к постиндустриальному, и этот процесс характеризуется тремя фундаментальными изменениями:

- Приоритет теоретического знания. В постиндустриальном обществе ключевым ресурсом становится теоретическое знание, то есть сфера услуг в постиндустриальном обществе — это не «обслуживание» производства, а создание инноваций, образование, научные исследования и информационные технологии.

- Доминирование профессионально-технического класса. Основной движущей силой общества становится не квалифицированный рабочий, а «профессионально-технический класс» — учёные, инженеры, менеджеры, врачи, преподаватели. Из этого следует, что сектор услуг — это не «лёгкий труд», а высокотехнологичная деятельность, требующая высокого уровня человеческого капитала.

- Становление интеллектуальной технологии. Экономический рост современного общества зависит от «цифровизации» знаний (превращения знаний в технологии, патенты, алгоритмы). Соответственно, именно сфера услуг создаёт механизмы этой кодификации. Консалтинг, аудит, IT-услуги и R&D-услуги — это формы услуг, которые сейчас управляют всей мировой экономикой.

Последующий анализ сферы услуг как самостоятельной отрасли экономики потребовал объяснить, как расширение третичного сектора влияет на динамику производительности и экономического роста.

На рубеже XXI века сфера услуг становится настолько динамичной, что среди исследователей формируется несколько теоретических направлений развития сферы услуг, таких как глобализационно-сетевая теория, прогрессия ценности, сервитизация, сервисно-доминантная и цифровая платформенная теории (таблица 2).

Таблица 2. Основные взгляды и теории развития сферы услуг в современном обществе²

№	Взгляды	Характеристика
1	Глобализационно-сетевой взгляд	Глобальные сетевые формы организации экономики и информационные коммуникации
2	Экономика опыта	Персонализация потребления и создание ценности через опыт взаимодействия
3	Сервитизация	Переход от продажи товаров к «решениям» (product-service systems); борьба с коммодитизацией через пакеты услуг
4	Сервисно-доминантная логика (S-D Logic)	Совместное создание ценности через обмен знаниями и компетенциями
5	Платформенная цифровая парадигма	Цифровые платформенные отношения, основанные на данных и сетевых эффектах

Признанным представителем глобализационно-сетевой теории считается М. Кастельс, прежде всего его трилогия «The Information Age: Economy, Society and Culture». В отличие от своих предшественников, которые изучали причинно-следственную связь изменения соотношения секторов или неоднородности производительности отраслей, Кастельс рассматривает вопрос о том, как информационные технологии меняют саму структуру капиталистической экономики и общества, опираясь на микроэлектронику, цифровые коммуникации и глобальные сети.

Автор пишет, что с конца XX века формируется новое социально-экономическое устройство — сетевое общество, и что экономика больше не строится вокруг традиционных корпоративных структур индустриальной эпохи, а организуется в виде сетей — корпораций, финансовых центров, исследовательских институтов, государств, объединённых цифровыми коммуникациями. М. Кастельс вводит понятие «информационального капитализма», который основан на создании и обработке информации, инновациях, быстром обмене данными и управлении знаниями. По его мнению, производительность теперь зависит не столько от материальных ресурсов, сколько от участия в

² Составлено автором на основе изучения источников

глобальных информационных потоках (Castells, 1996). В итоге труды Кастельса создают логический переход к работам, которые рассматривают влияние технологических инноваций и человеческого капитала на экономический рост и структуру услуг.

Параллельно с этими процессами на уровне отдельных предприятий происходит трансформация способов создания добавленной стоимости. Традиционная бизнес-модель, ориентированная на разовый обмен товара на деньги, уступает место стратегиям, сфокусированным на долгосрочном управлении потребительской ценностью. В центре этого перехода стоит концепция «сервитизации», обоснованная С. Вандермерве и Х. Радой в работе «Сервитизация бизнеса: создание добавленной стоимости посредством услуг» (Vandermerwe & Rada, 1988), где авторы фиксируют переход производственных компаний от товарно-ориентированной модели к сервисной. По их мнению, производство и продажа стандартизированных товаров становятся всё менее прибыльной стратегией: рынки насыщаются, технологии быстро копируются, усиливается ценовая конкуренция. В результате товар превращается в «коммодити» — массовый, качественный, единообразный товар, выпускаемый в большом количестве множеством производителей.

Современные подходы к осмыслению природы обмена наблюдаются и в работах маркетологов Р. Лаши и С. Варго «Логика, доминирующая в сфере обслуживания: предпосылки, перспективы, возможности» (Lusch & Vargo, 2014), где авторы объяснили концепцию сервис-доминантной логики (S-D Logic), которая окончательно стёрла границы между товаром и услугой. Учёные утверждают, что раньше экономика делилась на «производство» (создание вещей) и «сферу услуг» (всё остальное), но на самом деле такого разделения нет. В качестве иллюстрации приводится следующий пример: приобретая автомобиль, потребитель фактически покупает не «совокупность металлических и пластиковых деталей», а услугу перемещения из точки А в точку Б. Сам автомобиль выступает лишь материальным носителем данной услуги.

Исходя из этой логики, любая компания — независимо от того, производит ли она станки или оказывает парикмахерские услуги, — в действительности является сервисной компанией. Рыночный обмен представляет собой обмен знаниями и навыками, то есть услугами, а материальный продукт выполняет роль посредника в этом процессе. Главная идея данной концепции состоит в переходе от модели «производитель создаёт ценность для потребителя» к модели «совместное создание ценности», где конечный результат (полезность) формируется непосредственно в процессе использования продукта потребителем. Иными словами, полезность возникает не в момент выпуска товара, а в ходе его практической эксплуатации, где активную роль играет сам клиент.

Ещё одним направлением развития современной теории сферы услуг послужили работы Д. Пайна и Д. Гилмора, предложивших концепцию «экономики впечатлений» в своём труде «The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage» (Pine & Gilmore, 1999). Учёные рассматривают развитие экономики как последовательную смену нескольких этапов (эволюцию экономической ценности), каждый из которых характеризуется новым типом предложения на рынке и новым источником конкурентных преимуществ. Пайном и Гилмором предложена модель пяти последовательных стадий экономической ценности, каждая из которых предлагает всё более уникальное и ценное предложение:

- Сырьё (Commodities): базовые продукты природного происхождения, которые выращиваются или добываются и практически не отличаются друг от друга у разных производителей (например, кофейные зёрна). Их стоимость формируется главным образом под влиянием рыночного спроса и предложения;

- Товары (Goods): материальные, осязаемые продукты, получаемые в результате переработки сырья (например, обжаренный и упакованный молотый кофе). Дополнительная ценность на этой стадии возникает благодаря производственному процессу, упаковке, качеству обработки и формированию бренда;

- Услуги (Services): нематериальные действия или процессы, выполняемые для удовлетворения потребностей клиента (например, приготовление и подача чашки кофе в кафе). В этом случае ценность определяется уровнем обслуживания, профессионализмом персонала и удобством для потребителя;

- Впечатления (Experiences): особые события или переживания, в которых клиент принимает непосредственное участие. В отличие от услуг, впечатления ориентированы на создание запоминающегося и эмоционально насыщенного опыта. В данном случае посетитель кофейни платит не только за сам напиток или его приготовление, а за атмосферу заведения, ощущение уюта, общение и уникальный эмоциональный опыт, связанный с пребыванием в этом пространстве;

- Трансформация (Transformations): в отличие от впечатлений, которые дают временные эмоции и переживания, трансформация направлена на развитие навыков, знаний или изменение образа жизни клиента. Потребитель платит не столько за процесс обслуживания, сколько за достижение конкретного личного результата — например, получение образования, улучшение здоровья или профессионального уровня.

Замедление роста мировой экономики, связанное с кризисом 2007–2008 годов, снижение доходности традиционных активов и падение рентабельности в ряде производственных отраслей создали условия для возникновения так называемой цифровой платформенной теории сферы услуг. Цифровая платформа — это бизнес-модель, при которой создаётся цифровая платформа, где разные люди (продавцы и покупатели, водители и пассажиры) общаются и обмениваются напрямую, а компания обеспечивает координацию взаимодействий и получает доход за счёт платформенной модели. В линейной модели производства компания сама производит продукт, закупает сырьё, управляет логистикой и продажами — это требует значительных капитальных вложений в заводы, склады и персонал. Цифровая платформенная модель оптимизирует организацию бизнес-процессов: он создаёт цифровую инфраструктуру (приложение или сайт), где пользователи сами предлагают услуги или товары, а платформа берёт на себя координацию через алгоритмы, рейтинги и платежи.

Практическое применение цифровых платформ видно на примере компаний Amazon и Uber. Amazon использует аналитические инструменты для лучшего понимания поведения клиентов, совершенствования цепочек поставок и принятия управленческих решений на основе данных, что помогает выявлять прибыльные сегменты и создавать персонализированные предложения, повышая точность прогнозов спроса и эффективность управления складскими запасами. Итоги исследований подтверждают, что цифровые технологии, аналитика данных и ИИ являются ключевыми факторами повышения эффективности бизнеса и развития новых моделей сервисной экономики.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Проведённый теоретический анализ показывает, что, несмотря на разнообразие экономических представлений, их главное различие связано с вопросом о том, создают ли услуги экономическую стоимость и как именно происходит её формирование. По мере развития экономической мысли менялись не только взгляды на природу услуг, но и само понимание источников создания ценности в экономике. Опираясь на подходы к пониманию услуги и их роли в хозяйственной системе, нами была проведена систематизация основных теоретических позиций, представленная в виде логической матрицы (табл. 3).

Таблица 3. Матрица позиционирования экономических взглядов по критерию создания стоимости услугами.³

Позиция	Логика экономической мысли	Взгляды, разделяющие этот подход
Отрицание создания стоимости услугами	Услуга рассматривается как непроизводительная деятельность, не создающая самостоятельной экономической ценности	Античная экономическая мысль, Физиократы, Классическая политическая экономия (А. Смит)
Условное признание создания стоимости услугами	Услуга создаёт стоимость только при её включённости в процесс воспроизводства капитала	Меркантилизм, Марксистская политическая экономия
Признание услуг как равноправного источника стоимости	Стоимость определяется полезностью и способностью удовлетворять потребности независимо от материальной формы результата	Неоклассическая школа
Признание сферы услуг как самостоятельного сектора экономического роста	Сфера услуг рассматривается как самостоятельный источник экономического роста, знаний и инноваций	Теория структурных изменений, Постиндустриальная парадигма, Глобализационно-сетевой взгляд
Формирование новой логики создания стоимости	Ценность формируется через потребление, взаимодействие, пользовательский опыт и цифровые технологии	Сервисно-доминантная логика (S-D Logic), Теория сервитизации, Экономика впечатлений, Платформенная парадигма

Проведённый анализ позволяет более последовательно раскрыть содержание каждой из выделенных позиций.

Первая позиция (отрицание создания стоимости услугами), согласно которой услуги не создают стоимость, отражает ранние этапы развития экономической мысли. В античности, а затем и в классической

³ Составлено автором на основе вышеприведённого обзора литературы

политической экономии главным источником богатства считалось материальное производство. Поэтому производительным признавался только тот труд, результат которого имел вещественную форму и мог накапливаться. В связи с этим услуги рассматривались как вспомогательная и непроизводительная деятельность.

Вторая позиция (условное признание создания стоимости услугами) предполагает признание способности услуг создавать стоимость при определённых условиях. Наиболее последовательно данный подход представлен в марксистской политэкономии, где производительность труда определяется его включённостью в процесс воспроизводства капитала. В соответствии с данной логикой услуги приобретают производительный характер в тех случаях, когда они обеспечивают движение капитала и способствуют созданию прибавочной стоимости, например в сферах транспорта, торговли и логистики.

Третья позиция (признание услуг как равноправного источника стоимости) связана с развитием маржиналистской и неоклассической традиции, в рамках которой произошло переосмысление природы экономической ценности. Представители данного направления исходили из того, что стоимость определяется не материальной формой результата труда, а субъективной полезностью блага и его способностью удовлетворять потребности потребителя. Это позволило рассматривать услуги как равноправный элемент рыночного обмена наряду с материальными товарами.

Четвёртая позиция (признание сферы услуг как самостоятельного сектора экономического роста). Формирование данной сферы происходит в рамках теорий постиндустриального и информационного общества. В работах Д. Белла, М. Кастельса и других исследователей сфера услуг уже не считается вспомогательным сектором экономики, а выступает её ключевым структурным элементом. Основными источниками экономического роста при этом являются знания, информация, инновации и человеческий капитал, производство и распространение которых сосредоточено в основном в сфере услуг.

Пятая позиция (формирование новой логики создания стоимости) отражает современные подходы, связанные с сервисно-доминантной логикой, экономикой впечатлений и платформенными моделями. В рамках данных концепций происходит переосмысление самой природы создания стоимости: ценность формируется не только в процессе производства, но и в ходе потребления, взаимодействия и пользовательского опыта. При этом материальный продукт рассматривается как средство предоставления услуги, а ключевую роль начинают играть цифровые платформы, данные, сетевые эффекты и механизмы совместного создания ценности.

На основе проведённого исследования можно сделать вывод о том, что современная сфера услуг представляет собой не отдельный сектор экономики, а универсальную форму организации экономических отношений в условиях цифрового общества. Данная трансформация обусловлена развитием технологий, структурными сдвигами в системе производства, а также усложнением общественных потребностей. Вместе с тем мы пришли к выводу, что на современном этапе наблюдается значительная дифференциация теоретических подходов к интерпретации сферы услуг. Современные концепции варьируются от трактовки услуг как формы сервисного производства и экономики впечатлений до рассмотрения их в контексте цифровых платформ. Данное обстоятельство свидетельствует о существующих методических проблемах в уточнении места и роли сферы услуг в различных странах.

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением влияния искусственного интеллекта, автоматизации интеллектуального труда, платформенных экосистем и анализа больших данных на дальнейшую трансформацию сервисной экономики и изменение структуры общественного производства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Cherkovets, V. N. (Ed.). (1987). *Vsemirnaya istoriya ekonomicheskoy mysli* [World History of Economic Thought] (Vol. 1). Moscow: Mysl.
2. Smith, A. (2007). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Edited by S. M. Soares. MetaLibri Digital Library.
3. Schumpeter, J. A. (1954). *History of Economic Analysis*. New York: Oxford University Press.
4. Roll, E. (1992). *A History of Economic Thought* (5th ed.). London: Faber and Faber.
5. Seligman, B. B. (1962). *Main Currents in Modern Economics: Economic Thought Since 1870*. New York: Free Press of Glencoe.
6. Quesnay, F. (1758). *Tableau économique*.
7. Marx, K. (1962). *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. Erster Band*. Marx-Engels-Werke, Band 23. Berlin: Dietz Verlag.
8. Blaug, M. (1994). *Ekonomicheskaya mysl v retrospektive* [Economic Theory in Retrospect]. Moscow: Delo.
9. Jevons, W. S. (1871). *The Theory of Political Economy*. London: Macmillan.
10. Menger, C. (1871). *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*. Vienna: Wilhelm Braumüller.

11. Walras, L. (1874). *Éléments d'économie politique pure*. Lausanne: L. Corbaz.
12. Marshall, A. (1993). *Printsiipy ekonomicheskoy nauki [Principles of Economics]*. Moscow: Progress.
13. Fisher, A. G. B. (1935). *The Clash of Progress and Security*. London: Macmillan.
14. Clark, C. (1940). *The Conditions of Economic Progress*. London: Macmillan.
15. Bell, D. (1973). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.
16. Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
17. Sassen, S. (1991). *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
18. Vandermerwe, S., & Rada, J. (1988). Servitization of business: Adding value by adding services. *European Management Journal*, 6(4), 314–324.
19. Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2014). *Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*. Cambridge: Cambridge University Press.
20. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
21. Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
22. Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.

Proofreader: Xondamir Ismoilov
Layout and Designer: Hasan Maqsudov

2026. № 6

© When materials are reproduced, the ECONOSCITECH-INTEGRATION journal must be cited as the source. Authors are responsible for the accuracy of the information in materials and advertisements published in the journal. Editorial opinions may not always align with those of the authors. Submitted materials will not be returned to the editorial office.

To publish articles in this journal, you may submit articles, advertisements, stories, and other creative materials through the following links. Materials and advertisements are published on a paid basis.

You may subscribe to the journal at any time using the following details. Once subscribed, please send a screenshot or photo of your payment confirmation to our Telegram page @iqtisodiyot_77. Based on this, we will send the latest issue of the journal to your address each month.

Our address: Tashkent city, Yunusobod district, 19th block, House 17.

