



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

2026-YIL

IYUN/6-SON, II-QISM



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>





IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, iyun.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Faxridinov Zafarjon Faxridin o'g'li, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi HIJQKD boshqarma boshlig'i
Utayev Uktam Choriyevich, Anijon viloyati prokurorining o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi IJQK Departamentining Namangan viloyati boshqarmasi boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxonovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjavevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Fakhriddinov Zafarjon Fakhriddin ogli, Head of the DCEC under the Prosecutor General's Office of the Rep. of Uzb.
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Prosecutor of Anijan Region
Ochilov Farkhod, Head of the Namangan Regional Department of the Department of Internal Affairs of Rep. of Uzb.
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi huzuridagi Iqtisodiy
jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va
taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi
336/3-sonli qarori bilan
ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

METAVERS TURIZMI: VIRTUAL DUNYODAGI SAYOHATNING IQTISODIY, HUQUQIY VA IJTIMOIIY NATIJALARI	12
Urazov Jamshidjon Sa'dullayevich	
Eshimova Sevinch Baxtiyor qizi	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA SUN'IY INTELLEKT VA PLATFORMA EKOTIZIMLARINING KORXONA INNOVATSIYALARIDAGI O'RNI	16
Izzatullayeva Madinabonu Yolqin qizi	
METHODOLOGY FOR ASSESSING THE ECONOMIC DAMAGE OF ECOLOGICAL HAZARDS IN URBAN AREAS: CONCEPTUAL SHORTCOMINGS OF NON-MARKET VALUATION METHODS AND THE INTEGRAL DAMAGE FUNCTION APPROACH	20
Abbos Saydullaev	
Iqboloy Choriyorova	
O'ZBEKISTONDA EKOLOGIK BARQARORLIKNI TA'MINLASHDA RAQAMLI IQTISODIYOT IMKONIYATLARI	31
Ibragimova Rayxon Tojibayevna	
OZIQ-OVQAT SANOATIDA "ZAYLANMA IQTISODIYOT (CIRCULAR ECONOMY)" MODELINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	36
Elnoraxon Muminova Abdukurimovna	
Sarvinov Mamatojiyeva Dilshodjon qizi	
TRANSPORT KORIDORLARINI BOSHQARISHDA LOGISTIKA MENEJMENTINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	42
Umarova Dilfuza Rahmatulla qizi	
ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ ЦИФРОВИЗАЦИИ МИСЕ-СЕКТОРА В УЗБЕКИСТАНЕ	47
Harzullaeva Fariza Akmalевна	
ECONOMETRIC MODELING OF THE DYNAMICS OF RETAIL TRADE TURNOVER UNDER THE INFLUENCE OF REAL HOUSEHOLD INCOME USING A LOGARITHMIC FUNCTION	53
Gaybullayev Sarvar Uktam ugli	
MILLIY IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA XORIJIY INVESTITSIYALARNI JALB ETISHNING MAZMUN-MOHİYATI VA NAZARIY ASOSLARI	59
Mizamova Umida Jamoliddin qizi	
SPORT TAKOMILLASHUVI BOSQICHIDAGI FUTBOLCHILARNING MUSOBAQA FAOLIYATIDA INNOVATSION VOSITALARNING O'RNI	64
Mamatraimov Anvar Chorshanbiyavich	
MAKTABGACHA YOSHDAGI BOLALARGA CHET TILINI VIZUAL MATERIALLAR VOSITASIDA O'RGATISHNI TAKOMILLASHTIRISH	72
Olimova Shahlo Bahodir qizi	
Inomova Mahliyo Yusuf qizi	
TIJORAT BANKLARIDA ICHKI VA TASHQI AUDITNING NAZARIY ASOSLARI	76
Toshimov Azizbek Hakimovich	
Quvondiqov Shohboz Normamat o'g'li	
XUSUSIYLASHTIRISH JARAYONLARINING IQTISODIY SAMARADORLIKKA TA'SIRI	81
Musurmonqulov Muhammad Ural o'g'li	
TEMIR YO'L ISHLAB CHIQRISH KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIIY MEXANIZMI	86
Baymatov Atxam Axmadaliyevich	



MENEJMENT NAZARIYASINING SHAKLLANISHI VA BOSHQARUV SAMARADORLIGINI TA'MINLASHDAGI ROLI.....	92
Saidova Xilolaxon Rashidjon qizi OPPORTUNITIES FOR USING MARKETING STRATEGIES TO ENSURE THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HOTEL ENTERPRISES IN UZBEKISTAN	97
Sardor Kuvandikov ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ	106
Абдуллаева Зульфия Иззатовна NAMANGAN VILOYATINING HUDUDIYIQTISODIY TUZILMASI VA SHAHARLAR TIZIMINING SHAKLLANISH XUSUSIYATLARI.....	113
Ahmadjanov Ilyosbek Ilhomjon o'g'li JISMONIY SHAXSLAR DAROMADLARINI SOLIQQA TORTISH MEKANIZMI VA XALQARO TAJRIBALAR QIYOSIY TAHLILI	117
G'afforov Kamronbek “O'ZBEKISTON TEMIR YO'LLARI” AJNING SINGULYAR VA BARQARORLIK KO'RSATKICHLARI TAHLILI	123
Bobojonova Zarnigor Shokirovna MINTAQAVIY IQTISODIY JARAYONLARNI BAHOLASHDA DSGE MODELINING QASHQADARYO SHAROITIGA MOSLASHTIRILGAN TAHLILIIY KOMPONENTLARI.....	132
Muxitdinov Xudayar Suyunovich Quvatova Gulzoda Faxriddin qizi O'ZBEKISTONDA TIBBIY TURIZM VA TIBBIY XIZMATLAR TIZIMINING MAZMUNI	137
Ergasheva Iroda Ibrohim qizi FOYDA SOLIG'INING BANKLAR MOLIYAVIY HOLATIGA TA'SIRINI BAHOLASH	141
Maxmudov Omon To'xtayevich RAQAMLI INFRATUZILMA TUSHUNCHASI, TARKIBI VA IQTISODIY MAZMUNI.....	147
Pardayev Orifjon Charshamiyevich O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA MAKTABGACHA TA'LIM TASHKILOTLARI FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISHDA XORIJIY DAVLATLAR TAJRIBALARIDAN FOYDALANISH ISTIQBOLLARI.....	152
Omonova Zarina Xudoymurodovna RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BUXGALTERIYA HISOBINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI (Shartli “suv ta'minot servis” AJ misolida).....	160
Doniyorova M. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK KORXONALARI RIVOJLANISHINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH.....	164
Komilova Shaxnoza Komiljon qizi SUN'Y INTELLEKT ASOSIDA INSON RESURSLARINI BOSHQARISHDA XODIMNING QIYMAT YARATISH DARAJASINI BAHOLASHNING INTEGRALLASHGAN MODELII (EVCII)	169
Xaydarova Malika Shokirjon qizi ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА УЗБЕКИСТАНА И МЕХАНИЗМ ЕЁ РЕАЛИЗАЦИИ	174
Нодира Илхамовна Саидахмедова Жамалиддин Ярашевич Нуриллаев THE RELATIONSHIP BETWEEN FRUGALITY AND INNOVATION: A THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PERSPECTIVES.....	181
Allaberganov Zakir Gaibovich Alimova Guzal Abdukhakimovna BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA TARMOQLARARO INTEGRATSIYANING INSTITUTSIONAL MODELII.....	188
Muftaydinov Mansur Kiyomidinovich	



AHOLINI IJTIMOYIY HIMOYALASH TIZIMINI BOSHQARISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI.....	196
Xamroyev Anvar Ashurovich	
QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARINI QAYTI ISHLAYDIGAN BIZNES SUBYEKTLARIDA MEHNAT UNUMDORLIGINI OSHIRISH	202
Ismaylov Kuvatbay Sarsenbayevich	
IQTISODIYOT TARMOQLARINI QO'LLAB-QUVVATLASHDA FISKAL INSTRUMENTLARNING NAZARIY-IQTISODIY ASOSLARI	206
Mardonov Kamoliddin Karamiddinovich	
QISHLOQ XO'JALIGI KORXONALARIDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI VA ULARNI BOSHQARISH	212
Hamroyeva Feruza Azizjon qizi	
BARQAROR RIVOJLANISHNI TA'MINLASHDA TARMOQLARARO INTEGRATSIYANING INSTITUTIONAL MODELINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	217
Muftaydinov Mansur Kiyomidinovich	
RISKLARNI BOSHQARISH TIZIMINING IQTISODIY MAZMUNI VA ZAMONAVIY YONDASHUVLARI.....	226
Sirojev Nurbek G'ulomiddin o'g'li	
EKOLOGIK GLOBALLASHUV SHAROITIDA SOG'LOM TURMUSH TARZINI TAKOMILLASHTIRISH ZARURATI.....	231
Nurmatov Samandar G'ayratovich	
TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHDA TO'G'RIDAN-TO'G'RI XORIJIY INVESTITSİYALAR (FDI)NING ROLI VA UNI RAG'BATLANTIRISH OMILLARI	238
Bau Long	
ПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС РЕГИОНА КАК ОБЪЕКТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	244
Axrarova Shodiyxon Ja'farxon kizi	
PUL OQIMLARI AUDITINI TAKOMILLASHTIRISHNING KOMPLEKS USLUBIYATI	247
Djurayev Davlat Djonibekovich	
TIJORAT BANKLARIDA KREDITLASH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH VA MOLIYALASHTIRISHNING ZAMONAVIY AMALIYOTDAGI HOLATI TAHLILI	250
Raxmanova Laylo Baxodirovna	
SOLIQ QARZDORLIGINI HISOBLASH VA UNDIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI IQTISODIY SUBYEKTLAR MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA'MINLASH	256
Payziyev Hamid Orziqulovich	
PUL-KREDIT SIYOSATI INSTRUMENTLARIDAN FOYDALANISH AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH	260
A.A. Ismailov	
O'ZBEKISTONDA ELEKTRON TO'LOV TIZIMLARINING RIVOJLANISHI VA ULARNING ISTE'MOLCHILAR XULQ-ATVORIGA TA'SIRI	266
Elmurodov Shohzod Shavkatovich	
DAVLATNING BUDJET SIYOSATI — MILLIY IQTISODIYOTNI TARTIBGA SOLISHNING ASOSIY INSTRUMENTI SIFATIDA.....	272
A.A. Ismailov	
ETNOGRAFIK RESURSLARDAN FOYDALANISHNING STRATEGIK BOSHQARUV TAMOYILLARI ASOSIDA TURIZM SAMARADORLIGINI OSHIRISH	278
Axmedov Ikrom Akramovich	
O'ZBEKISTON TASHKILOTLARIDA UCHRAYDIGAN BOSHQARUV MUAMMOLARI VA ULARNI BARTARAF ETISH STRATEGIYALARI	285
Abiyev Jahongir Ne'matovich	
XIZMATLAR SOHASIDA INNOVATSION FAOLIYATNING NAZARIY MODEL VA ILMIY YONDASHUVLARI.....	290
Abikayumov Bekzod Turdiniyozovich	



O'ZBEKISTONDA KIMYO SANOATI KORXONALARINING RAQAMLI SALOHİYATINI BAHOLASH: RSI INDEKSI ASOSIDA ILMIY TAHLIL	294
Odinayev Nuriddin Ramozon o'g'li	
O'ZBEKISTONDA ISLOMIY QIMMATLI QOG'OZLARNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	300
Hakimov Ikrom Izzatillo o'g'li	
QISHLOQ XO'JALIGI KORXONALARIDA QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'I BO'YICHA STRATEGIK ISLOHOTLARNING AHAMIYATI	305
Amanov Akram Mirzayevich	
FOND BOZORI INSTRUMENTLARI ORQALI INVESTITSION FAOLIYATNI MOLIYALASHTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	310
Vasiyev Alisher Samiyevich	
O'ZBEKISTONDA MAHSULOT SIFATINI BOSHQARISH JARAYONINI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISHNING INSTITUTSIONAL ASOSLARI TAHLILI	316
Atakulov Askad Raimkulovich	
KORPORATIV BOSHQARUVDA LEADERSHIP 4.0 KONSEPSIYASINI JORIY ETISHNING NAZARIY VA AMALIY JIHATLARI	322
Ashurov Furkatjon Shuxratovich	
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ «ЗЕЛЕННЫХ» ТЕХНОЛОГИЙ В ЖИЛИЩНОМ СЕКТОРЕ УЗБЕКИСТАНА	326
Tojievа Dильфуза Бобомуратовна	
SAVDO KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA IJTIMOYIY TARMOQLAR MARKETINGIDAN FOYDALANISH YO'LLARI	334
Baltabayev Hurrambek To'liqinovich	
METAVERS TURIZMI: VIRTUAL DUNYODAGI SAYOHATNING IQTISODIY, HUQUQIY VA IJTIMOYIY NATIJALARI	341
Urazov Jamshidjon Sa'dullayevich	
Eshimova Sevinch Baxtiyor qizi	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI IQTISODIYOTIDA SANOAT TARMOG'INING ROLINI STATISTIK O'RGANISH	354
To'rayeva Zilola Turg'unovna	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA DAVRIDA BANKLAR: BIZNES TAHLILI VA STRATEGIK USTUNLIK MEXANIZMLARI	361
Shanasirova Nodira Abdullayevna	
Ibragimova Iroda Rashid qizi	
To'lovov Erkinjon To'liqin o'g'li	
QQS, FOYDA VA DAROMAD SOLIG'I STAVKALARINING BARQARORLIGI	367
Aripova Aziza Alisherovna	
YER VA SUV RESURLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR	372
Xudoyberdiyev Diyorbek Norqobil o'g'li	
O'ZBEKISTONDA RAQAMLI SIRKULAR IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHNING INTEGRASION MODEL VA BAHOLASH INDIKATORLARI	378
Yuldashev Shuxrat Ganiyevich	
O'ZBEKISTON KICHIK VA O'RTA KORXONALARI ORASIDA EKO-MARKETING TO'SIQLARI	383
Gulsara Ostonaqulova	
Erkinova Shoxista Bekzod qizi	
YAXSHI KORPORATIV BOSHQARUVNING NAZARIY ASOSLARI	394
Urinov Bobur Nasilloevich	
O'ZBEKISTONDA TUROPERATORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA XORIY TAJRIBALARIDAN FOYDALANISH YO'LLARI	399
Qutlimurotov Fayzullo Sa'dulayevich	



VILOYAT SANOAT KORXONALARINING INNOVATSION RIVOJLANISHINI KO'P OMILLI EMPIRIK MODELLAR ASOSIDA TAHLIL QILISH VA PROGNOZLASH (Qashqadaryo viloyati misolida).....	406
Avazova Nafisa Namazovna	
O'ZBEKISTONDA SERVIS IQTISODIYOTI: XIZMAT KO'RSATISH SIFATINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY USULLARI VA TENDENSIYALARI	410
Sattarova Nargiz Toxirovna	
HUDUDIY RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA GASTRONOMIK TURIZMNING AHAMIYATI.....	414
Nurullayeva Malika Samadjon qizi	
ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ КАК МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ «ЗАГАРА-НОН»).....	420
Сапарбаева Мавлюда Толыбаевна	

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ КАК МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ «ЗАГАРА-НОН»)



Сапарбаева Мавлюда Толыбаевна
студентка 3-го курса кафедры «Управление и туризм»,
Национальный исследовательский университет
«Ташкентский институт инженеров ирригации и механизации
сельского хозяйства»
E-mail: sprbvm5@gmail.com
ORCID: 0009-0004-4294-0444
Научный руководитель: Голышева Елена Вячеславовна,
доктор философии (PhD), доцент

Аннотация: В статье исследуется потенциал географических указаний как инструмента маркетингового продвижения туристских дестинаций на примере географического указания «Чимбайский Загара-нон» Республики Каракалпакстан. Проведен анализ практики использования географических указаний в туристской деятельности Узбекистана и выявлены возможности их интеграции в систему гастрономического туризма и территориального брендинга. Разработана авторская концепция бренда «Chimboy Zacara-Non», основанная на элементах каракалпакского орнаментального наследия и символике джугары. Обосновано, что системная интеграция бренда в туристскую деятельность способна обеспечить рост гастрономического туризма, развитие локального бизнеса и повышение туристской привлекательности региона.

Ключевые слова: географические указания; гастрономический туризм; территориальный брендинг; туристская дестинация; Каракалпакстан; Загара-нон; гастрономический бренд; локальные продукты; маркетинг туризма.

Annotatsiya: Maqolada Qoraqalpog'iston Respublikasining «Chimboy Zag'ara non» geografik ko'rsatkichi misolida geografik ko'rsatkichlarning turistik destinatsiyalarni marketing asosida rivojlantirish vositasi sifatidagi salohiyati tadqiq etilgan. O'zbekistonda geografik ko'rsatkichlardan turizm faoliyatida foydalanish amaliyoti tahlil qilinib, ularni gastronomik turizm va hududiy brending tizimiga integratsiya qilish imkoniyatlari aniqlangan. Qoraqalpoq ornament merosi elementlari va jo'xori ramziyligiga asoslangan "Chimboy Zacara-Non" brendining mualliflik konsepsiyasi ishlab chiqilgan. Brendni turizm faoliyatiga tizimli integratsiya qilish gastronomik turizmning rivojlanishi, mahalliy biznesning kengayishi va hududning turistik jozibadorligini oshirishga xizmat qilishi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: geografik ko'rsatkichlar; gastronomik turizm; hududiy brending; turistik destinatsiya; Qoraqalpog'iston; Zag'ara non; gastronomik brend; mahalliy mahsulotlar; turizm marketingi.

Abstract: The article examines the potential of geographical indications as a tool for the marketing promotion of tourist destinations using the geographical indication "Chimboy Zagara-Non" of the Republic of Karakalpakstan as a case study. The practice of using geographical indications in the tourism sector of Uzbekistan is analyzed, and opportunities for their integration into gastronomic tourism and territorial branding are identified. The author develops the brand concept "Chimboy Zacara-Non" based on elements of Karakalpak ornamental heritage and the symbolism of sorghum. It is substantiated that the systematic integration of the brand into tourism activities can contribute to the growth of gastronomic tourism, the development of local business, and the enhancement of the region's tourist attractiveness.

Keywords: geographical indications; gastronomic tourism; territorial branding; tourist destination; Karakalpakstan; Zagara-Non; gastronomic brand; local products; tourism marketing.



ВВЕДЕНИЕ

В условиях усиления глобальной конкуренции между туристскими дестинациями особую значимость приобретает поиск инструментов формирования устойчивого и узнаваемого территориального бренда. Одним из таких инструментов выступают географические указания, позволяющие идентифицировать продукт через его связь с конкретной территорией, природно-климатическими условиями, традициями производства и культурным наследием [5, 11, 12].

В Республике Узбекистан в последние годы формируется институциональная база развития системы географических указаний. Ключевым нормативно-правовым актом выступает Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-757 от 3 марта 2022 года «О географических указаниях», закрепляющий правовые основы регистрации и охраны локальных продуктов [1]. Дополнительную значимость рассматриваемому направлению придают положения Постановления Президента Республики Узбекистан № ПП-348 от 19 ноября 2025 года, ориентированные на диверсификацию туристских услуг, развитие региональных брендов и формирование узнаваемого туристского имиджа страны [2]. Тем самым географические указания встраиваются в контур государственной туристской политики как один из инструментов достижения ее стратегических целей.

Особый интерес в данном контексте представляет Республика Каракалпакстан, обладающая уникальным природным, историко-культурным и гастрономическим наследием. Одним из наиболее самобытных элементов региональной гастрономической культуры выступает традиционный хлеб «Чимбайский Загара-нон», официально зарегистрированный как географическое указание и тесно связанный с природными условиями Приаралья, традициями хлебопечения и локальной культурной идентичностью [9, 10].

Несмотря на развитие системы географических указаний, в научной литературе недостаточно исследованы вопросы их использования как инструмента маркетингового продвижения туристских дестинаций, особенно применительно к гастрономическим брендам регионов Узбекистана. В этой связи цель статьи заключается в исследовании потенциала географического указания «Чимбайский Загара-нон» как инструмента территориального брендинга и маркетингового продвижения туристской дестинации Каракалпакстана.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

В современных условиях географические указания постепенно трансформируются из исключительно правового механизма охраны локальных товаров в инструмент комплексного маркетингового продвижения территорий и развития туристских дестинаций [4, 8].

Рост популярности гастрономического туризма усиливает значение локальных продуктов в формировании туристского образа региона. Современные туристы ориентированы не только на посещение объектов показа, но и на получение аутентичного культурного опыта, включающего знакомство с местной кухней, традициями и локальными технологиями производства [7]. В этой связи гастрономические продукты, обладающие территориальной идентичностью, становятся важным элементом конкурентоспособности туристских дестинаций и каналом монетизации локального культурного наследия.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании использованы методы системного, сравнительного и маркетингового анализа. Теоретическую основу работы составили научные подходы к изучению географических указаний, гастрономического туризма, территориального брендинга и продвижения туристских дестинаций. В процессе исследования проведён анализ нормативно-правовых документов Республики Узбекистан, материалов о зарегистрированных географических указаниях, а также практики использования локальных гастрономических и ремесленных брендов в туристской деятельности.

В качестве основного эмпирического объекта выбрано географическое указание «Чимбайский Загара-нон». Для раскрытия его туристского и маркетингового потенциала применены методы кейс-стади, контент-анализа, сравнительного анализа и экспертной оценки. На основе полученных результатов разработана авторская концепция бренда «Chimboy Zag'ara-Non» и определены возможные направления его интеграции в систему гастрономического туризма и территориального брендинга Каракалпакстана.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Географические указания в современной туристской индустрии выполняют не только функцию правовой охраны локальных продуктов, но и становятся инструментом формирования территориальной идентичности и повышения туристской привлекательности регионов. Их ключевая особенность заключается в установлении устойчивой связи между продуктом и конкретной территорией, ее природно-климатическими условиями, историей и культурными традициями [5, 11, 12]. Благодаря этому локальные продукты становятся частью туристского опыта и формируют дополнительную ценность дестинации как с точки зрения восприятия, так и с точки зрения экономической отдачи от туризма.

Особую роль географические указания играют в сфере гастрономического туризма. Международная практика показывает, что интеграция локальных гастрономических брендов в систему туристского продвижения способствует увеличению продолжительности пребывания туристов, росту туристских расходов и развитию локального предпринимательства. Географические указания позволяют формировать устойчивые экономические связи между туризмом, ремесленным производством, общественным питанием и сувенирной индустрией, то есть способствуют формированию локальных кластеров, в рамках которых туристский спрос мультиплицируется на другие сектора экономики [7, 11].

Анализ практики Республики Узбекистан свидетельствует о постепенном переходе от исключительно правового использования географических указаний к их интеграции в систему территориального брендинга. Наиболее успешными примерами выступают маргиланский атлас и адрас, риштанская керамика, паркентский виноград и хорезмские дыни, вокруг которых формируются фестивали, тематические маршруты, мастер-классы и гастрономические мероприятия [8, 9]. В данных случаях географические указания становятся ядром локальных туристских кластеров и обеспечивают дополнительный экономический эффект для регионов (табл. 1).

Таблица 1.

Использование географических указаний в туристской деятельности Узбекистана

Объект географического указания	Регион происхождения	Ключевые характеристики	Формы интеграции в туризм	Туристский и экономический эффект
Маргиланский атлас и адрас	Ферганская область	Уникальная техника «икат», натуральные красители	Фестивали, модные показы, мастер-классы, специализированные туры	Рост ремесленного туризма и продаж сувенирной продукции
Риштанская керамика	Ферганская область	Окраска «ишкор», сине-голубая гамма, тонкая роспись	Посещение мастерских, гастро-керамические шоу, сувенирные бренды	Развитие ремесленных кластеров и гостевых домов
Паркентский виноград	Ташкентская область	Высокое содержание сахара, горный терруар	Эногастрономические фестивали, туры выходного дня	Развитие эногастрономического туризма
Хорезмская дыня	Хорезмская область	Особая сладость, приспособленность к длительному хранению	Гастрономические ярмарки, сезонные туры «Дынный праздник»	Рост туристской активности в сезонный период

Источник: составлено автором.

Представленные данные свидетельствуют о том, что при целенаправленном использовании географические указания могут способствовать росту туристской активности, увеличению продаж локальной продукции, развитию ремесленных кластеров и появлению новых форм малого бизнеса в сфере туризма.

Вместе с тем проведенный анализ показывает, что использование географических указаний в туристской сфере Узбекистана требует более системного и последовательного подхода к их интеграции в систему продвижения туристских дестинаций. Во многих случаях географические указания преимущественно выполняют функцию юридической защиты продукта, тогда как их маркетинговый, визуальный и туристский потенциал может быть использован более полно.



В наибольшей степени данная особенность проявляется в Республике Каракалпакстан. Несмотря на высокий уровень аутентичности региональной гастрономической культуры, локальные продукты пока представлены в туристских коммуникациях в ограниченной степени и обладают значительным потенциалом для дальнейшего использования в качестве самостоятельных элементов территориального брендинга (табл. 2). В этой связи географическое указание «Чимбайский Загара-нон» может рассматриваться как перспективная основа для формирования гастрономического бренда региона.

Таблица 2
Национальные блюда Каракалпакстана [14]

Блюдо	Основные ингредиенты	Особенности и культурный контекст
Джугари гуртик	Мука из сорго (джугары), баранина	Визитная карточка региона. Галушки из темной муки с характерным ароматом, подаются с мясом
Маек борек	Тесто, яйца, топленое масло	Конвертики с яичной начинкой, отвариваемые в бульоне. Уникальное блюдо, требующее высокого мастерства
Аксаулак	Пшеничная мука, сорпа (бульон)	Тонкие лепешки, пропитанные бульоном. Часто подаются с дыней (кауын аксаулак).
Карма	Джугаровая или просяная мука, рыба	Рыбная уха с клецками. Отражает традиции приаральского рыболовства

Источник: составлено автором.

Проведенное исследование показало, что «Чимбайский Загара-нон» соответствует ключевым критериям успешного регионального гастрономического бренда. Продукт обладает высокой степенью аутентичности, устойчивой связью с природными условиями Приаралья, традиционными технологиями хлебопечения и культурной символикой каракалпакского народа. Присвоение статуса географического указания юридически закрепило территориальную идентичность продукта и создало основу для его дальнейшего маркетингового позиционирования, в том числе в сегменте туристских услуг и сувенирной продукции [10].

Авторская концепция бренда «Chimboy Zag'ara-Non»

В рамках исследования предложена авторская концепция визуального бренда «Chimboy Zag'ara-Non», ориентированная на интеграцию гастрономического продукта в систему туристского продвижения Каракалпакстана. Предлагается, чтобы логотип «Загара-нон» был наделен узнаваемым обликом, пронизанным визуальной эстетикой традиционных каракалпакских орнаментов и символов (рис. 1). Такая визуализация позволяет не только дифференцировать продукт на рынке, но и транслировать ключевые смыслы регионального бренда туристским аудиториям.



Рисунок 1. Логотип «Загара-нон»

Центральным элементом бренда выступает стилизованный колос джугары — традиционного каракалпакского сорго, исторически являющегося основой приготовления Загара-нон. Изогнутый стебель колоса, напоминающий «лебединую шею», символизирует урожай, устойчивость и связь населения с родной землей. Композиция логотипа заключена в круг, отражающий форму традиционной лепешки и одновременно символизирующий солнце Приаралья. Внутренний орнаментальный пояс интерпретирует отпечатки чекича — традиционного инструмента для оформления теста. У основания колоса использован орнамент «муйиз», стилизованный под листья джугары. Данный элемент традиционно ассоциируется с плодородием, благополучием и защитой, занимая важное место в каракалпакской орнаментальной культуре и позволяя визуально «считывать» национальную принадлежность продукта.

В таблице 3 представлены элементы авторской бренд-концепции «Chimboy Zag'ara-Non».

Таблица 3

Элемент бренда	Символическое значение	Маркетинговая функция
Колос джугары	Урожай, связь с землёй, традиции	Формирование уникального визуального образа
Круглая форма	Солнце, форма лепёшки, целостность	Узнаваемость и ассоциация с продуктом
Орнамент «муйиз»	Защита, плодородие, благополучие	Подчёркивание национальной идентичности
Золотисто-жёлтый цвет	Тепло хлеба и зерна	Эмоциональная ассоциация с гастрономией
Синий цвет	Амударья и культурное наследие	Региональная идентификация
Зелёный цвет	Жизнь и устойчивость	Ассоциация с развитием и экологичностью

Результаты исследования свидетельствуют о том, что системная интеграция географического указания «Чимбайский Загара-нон» в туристский продукт способна обеспечить мультипликативный эффект для региональной экономики за счёт развития гастрономического туризма, увеличения туристских расходов, поддержки локальных производителей и формирования устойчивого туристского имиджа Каракалпакстана (табл. 4).

 Таблица 4
 Потенциальные эффекты интеграции бренда «Загара-нон» в туризм

Направление	Потенциальный эффект	Прогнозируемый показатель*
Туризм	Рост гастрономического туризма и продолжительности пребывания туристов	увеличение туристского потока на 5–8%; рост средней продолжительности пребывания на 0,5-1 сутки
Локальный бизнес	Развитие пекарен, ремесленного производства и сувенирной продукции	рост продаж локальной продукции на 15–25%; создание 10-20 новых субъектов малого бизнеса
Занятость	Создание новых рабочих мест в сфере сервиса и гастрономии	создание 50-100 дополнительных рабочих мест в среднесрочной перспективе
Маркетинг территории	Формирование узнаваемого гастрономического бренда Каракалпакстана	увеличение упоминаемости региона в туристских и медийных материалах на 20-30%
Культурное наследие	Сохранение традиций хлебопечения и орнаментальной культуры	вовлечение местных мастеров и пекарей в туристские программы; проведение 3-5 ежегодных гастрономических мероприятий

* Прогнозные значения рассчитаны автором на основе сравнительного анализа международной практики гастрономического туризма, опыта интеграции географических указаний в туристскую деятельность Узбекистана, а также экспертной оценки потенциальной туристской ёмкости региона.

Предложенные ориентировочные показатели демонстрируют, что даже умеренное увеличение туристского потока и расходов при эффективном позиционировании бренда «Загара-нон» может привести к ощутимому росту выручки локальных субъектов, созданию новых рабочих мест и усилению общей конкурентоспособности Каракалпакстана как туристской дестинации.



Таким образом, результаты исследования подтверждают, что географические указания могут рассматриваться не только как объект интеллектуальной собственности, но и как стратегический инструмент маркетингового продвижения туристских дестинаций. В случае Каракалпакстана географическое указание «Чимбайский Загара-нон» обладает потенциалом стать ядром регионального гастрономического бренда, обеспечивающего синергетический эффект на стыке туризма, культуры и локальной экономики. Реализация авторской бренд-концепции и предложенных направлений интеграции «Загара-нон» в туристский продукт соответствует приоритетам государственной туристской политики Узбекистана и может служить моделью для работы с другими географическими указаниями страны.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Проведенное исследование показало, что географические указания в современных условиях могут рассматриваться не только как механизм правовой охраны локальных продуктов, но и как эффективный инструмент маркетингового продвижения туристских дестинаций. Их использование способствует формированию устойчивой территориальной идентичности, повышению узнаваемости региона и созданию дополнительной экономической стоимости в сфере туризма.

На примере географического указания «Чимбайский Загара-нон» установлено, что аутентичный гастрономический продукт, тесно связанный с природными условиями, культурными традициями и образом жизни местного населения, способен выступать ядром формирования регионального туристского бренда Каракалпакстана. Разработанная авторская концепция бренда «Chimboy Zagara-Non», основанная на использовании элементов каракалпакского орнаментального наследия и символики джугары, позволяет интегрировать продукт в систему территориального брендинга, гастрономического туризма и визуального продвижения региона.

Результаты исследования подтверждают, что системная интеграция бренда «Загара-нон» в туристскую деятельность способна обеспечить мультипликативный эффект, проявляющийся в росте гастрономического туризма, увеличении туристских расходов, развитии локального предпринимательства и сохранении нематериального культурного наследия.

В этой связи дальнейшее развитие географического указания «Чимбайский Загара-нон» целесообразно рассматривать в контексте формирования комплексной модели территориального брендинга, включающей развитие гастрономических маршрутов, событийного туризма, единой визуальной идентичности и цифрового продвижения. Полученные результаты могут быть использованы при разработке региональных стратегий продвижения туристских дестинаций Узбекистана, основанных на географических указаниях и гастрономическом туризме, а также субъектами сферы туризма, общественного питания, ремесленного производства и территориального маркетинга при формировании локальных гастрономических брендов и туристских продуктов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон Республики Узбекистан «О географических указаниях» от 03.03.2022 г. № ЗРУ-757. URL: <https://lex.uz/docs/5889887>
2. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по организации деятельности Комитета по туризму Республики Узбекистан и ускоренному развитию сферы туризма» от 19.11.2025 г. № ПП-348. URL: <https://lex.uz/docs/7851792>
3. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об утверждении Административного регламента оказания государственной услуги по регистрации географических указателей» от 13.07.2022 г. № 385. URL: <https://lex.uz/docs/6114336>
4. Исаченко Т. Е., Постникова Е. А. Географический подход при создании туристического бренда региона и проектировании туристических кластеров // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 7. География. География. 2015. Вып. 4. С. 123–134. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geograficheskiy-podhod-pri-sozdanii-brenda-regiona-i-proektirovanii-turisticheskikh-klasterov>
5. Marie-Vivien D., Biénabe E. The Multifaceted Role of the State in the Protection of Geographical Indications: A Worldwide Review // World Development. 2017. Vol. 98. P. 1–11. DOI: 10.1016/j.worlddev.2017.04.035.
6. Neilson J., Wright J., Aklimawati L. Geographical indications and value capture in the Indonesia coffee sector // Journal of Rural Studies. 2018. Vol. 59. P. 35–48. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2018.01.003.
7. Rasmi A. A., Phuoc J. C., Othman Z., Azman N. Geographical Indication for Gastronomy Tourism: Maximising Intellectual Property Value and Branding // Academy of Strategic Management Journal. 2022.



Vol. 21, No. 2. P. 1–13. URL: <https://www.abacademies.org/articles/geographical-indication-for-gastronomy-tourism-maximising-intellectual-property-value-and-branding-14250.html>

8. Географические указания служат развитию региональных брендов Узбекистана // Yuz.uz. 04.09.2023. URL: <https://yuz.uz/ru/news/geograficheskie-ukazaniya-slujat-razvitiyu-regionalnx-brendov-uzbekistana>

9. New geographical indications have been registered // Uza. URL: https://uza.uz/en/posts/new-geographical-indications-have-been-registered_732498

10. «Чимбайский загара-нон» из Каракалпакстана получил статус географического указания // Podrobno.uz. 09.04.2026. URL: <https://podrobno.uz/cat/calche/chimbayskiy-zagara-non-iz-karakalpakstana-poluchil-status-geograficheskogo-ukazaniya/>

11. ФАО объяснила ценность географических указаний при маркировке сельскохозяйственного продукта. 10.04.2019. URL: https://www.cnshb.ru/news/fao/fao_gum.pdf

11. Страны стремятся использовать преимущества географических указаний для национальных пищевых продуктов. 12.12.2017. URL: https://www.cnshb.ru/news/fao/fao_gu.pdf (дата обращения: 09.06.2026).

12-12Достопримечательности Каракалпакстана: места для посещения туристов // Manzara Tourism. URL: <https://www.manzaratourism.com/ru/karakalpakstan-attractions> (дата обращения: 09.06.2026).

13. Каракалпакская кухня // Национальный туристический портал Узбекистана. URL: <https://uzbekistan.travel/ru/o/karakalpakskaya-kuhnya/> (дата обращения: 09.06.2026).



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz HAKIMOV

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Hasan MAQSUDOV

2026. № 6/2

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelmasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin. Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

EI.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>