



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



MENEJMENT NAZARIYASINING SHAKLLANISHI VA BOSHQARUV SAMARADORLIGINI TA'MINLASHDAGI ROLI.....	92
<b>Saidova Xilolaxon Rashidjon qizi</b>	
OPPORTUNITIES FOR USING MARKETING STRATEGIES TO ENSURE THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HOTEL ENTERPRISES IN UZBEKISTAN .....	97
<b>Sardor Kuvandikov</b>	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ .....	106
<b>Абдуллаева Зульфия Иззатовна</b>	
NAMANGAN VILOYATINING HUDUDIYIQTISODIY TUZILMASI VA SHAHARLAR TIZIMINING SHAKLLANISH XUSUSIYATLARI.....	113
<b>Ahmadjanov Ilyosbek Ilhomjon o'g'li</b>	
JISMONIY SHAXSLAR DAROMADLARINI SOLIQQA TORTISH MEXANIZMI VA XALQARO Tajribalar Qiyosiy Tahlili .....	117
<b>G'afforov Kamronbek</b>	
"O'ZBEKISTON TEMIR YO'LLARI" AJNING SINGULYAR VA BARQARORLIK KO'RSATKICHLARI TAHLILI .....	123
<b>Bobojonova Zarnigor Shokirovna</b>	
MINTAQAVIY IQTISODIY JARAYONLARNI BAHOLASHDA DSGE MODELINING QASHQADARYO SHAROITIGA MOSLASHTIRILGAN TAHLILYI KOMPONENTLARI.....	132
<b>Muxitdinov Xudayar Suyunovich</b>	
<b>Quvatova Gulzoda Faxriddin qizi</b>	
O'ZBEKISTONDA TIBBIY TURIZM VA TIBBIY XIZMATLAR TIZIMINING MAZMUNI .....	137
<b>Ergasheva Iroda Ibrohim qizi</b>	
FOYDA SOLIG'INING BANKLAR MOLIYAVIY HOLATIGA TA'SIRINI BAHOLASH .....	141
<b>Maxmudov Omon To'xtayevich</b>	
RAQAMLI INFRATUZILMA TUSHUNCHASI, TARKIBI VA IQTISODIY MAZMUNI.....	147
<b>Pardayev Orifjon Charshamiyevich</b>	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA MAKTABGACHA TA'LIM TASHKILOTLARI FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISHDA XORIJIY DAVLATLAR Tajribalaridan FOYDALANISH ISTIQBOLLARI.....	152
<b>Omonova Zarina Xudoymurodovna</b>	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BUXGALTERIYA HISOBINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI (Shartli "suv ta'minot servis" AJ misolida).....	160
<b>Doniyorova M.</b>	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK KORXONALARI RIVOJLANISHINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH.....	164
<b>Komilova Shaxnoza Komiljon qizi</b>	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA INSON RESURSLARINI BOSHQARISHDA XODIMNING QIYMAT YARATISH DARAJASINI BAHOLASHNING INTEGRALLASHGAN MODEL (EVC1) .....	169
<b>Xaydarova Malika Shokirjon qizi</b>	
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА УЗБЕКИСТАНА И МЕХАНИЗМ ЕЁ РЕАЛИЗАЦИИ .....	174
<b>Нодира Илхамовна Саидахмедова</b>	
<b>Жамолiddин Ярашевич Нуриллаев</b>	
THE RELATIONSHIP BETWEEN FRUGALITY AND INNOVATION: A THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PERSPECTIVES.....	181
<b>Allaberganov Zakir Gaibovich</b>	
<b>Alimova Guzal Abdulkhakimovna</b>	
BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA TARMOQLARARO INTEGRATSIYANING INSTITUTSIONAL MODEL.....	188
<b>Muftaydinov Mansur Kiyomidinovich</b>	



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



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



VILOYAT SANOAT KORXONALARINING INNOVATSION RIVOJLANISHINI KO'P OMILLI EMPIRIK MODELLAR ASOSIDA TAHLIL QILISH VA PROGNOZLASH (Qashqadaryo viloyati misolida).....	406
<b>Avazova Nafisa Namazovna</b> O'ZBEKISTONDA SERVIS IQTISODIYOTI: XIZMAT KO'RSATISH SIFATINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY USULLARI VA TENDENSIYALARI .....	410
<b>Sattarova Nargiz Toxirovna</b> HUDUDIIY RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA GASTRONOMIK TURIZMNING AHAMIYATI.....	414
<b>Nurullayeva Malika Samadjon qizi</b> ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ КАК МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ «ЗАГАРА-НОН»).....	420
<b>Сапарбаева Мавлюда Толыбаевна</b> AKSIYADORLIK JAMIYATLARI MOLIYASINI SAMARALI TASHKIL ETISH VA INVESTITSION JOZIBADORLIGINI OSHIRISH.....	427
<b>Kurashev Sobir Saidmurod o'g'li</b> GENERATIV SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARI ASOSIDA ELEKTRON SAVDO XIZMATLARI IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI.....	433
<b>Shavqiyev Erkin</b> <b>Danayeva Zulhumor Abdusodiq qizi</b> РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	439
<b>Абдурахимова Дилора Каримовна</b> QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQRUVCHI KORXONALARDA MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHDA BRENDING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI.....	446
<b>Uzakova Umida Ruziyevna</b>	



# QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQUVCHI KORXONALARDA MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHDA BRENDING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

Uzakova Umida Ruziyevna  
Toshkent davlat transport universiteti  
tayanch doktoranti (DSc)  
ORCID: 0009-0002-6173-5572  
E-mail: lassie2323@gmail.com

**Annotatsiya.** Maqolada qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini boshqarishda branding texnologiyalaridan foydalanish samaradorligi tadqiq etilgan. Brend kapitalining mijozga asoslangan modeli sanoat bozori sharoitlariga moslashtirilgan hamda branding vositalarining marketing natijalariga ta'siri baholangan. Tadqiqotda brend identifikatsiyasi, pozitsiyalashtirish, sifat sertifikatlari, ingredient-branding, raqamli kommunikatsiya va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish vositalari tahlil qilingan. Ilmiy manbalar va tasdiqlangan bozor ma'lumotlari asosida brandingning iqtisodiy, bozor va strategik samaradorligi asoslab berilgan. Natijalar branding texnologiyalari mahsulotning qo'shimcha qiymatini oshirish, mijozlar ishonchini mustahkamlash, bozor ulushini kengaytirish hamda eksport salohiyatini rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etishini ko'rsatdi. Taklif etilgan yondashuv korxonalarining uzoq muddatli raqobatbardoshligini yanada kuchaytirish va barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

**Kalit so'zlar:** branding, brend kapitali, marketing boshqaruvi, qurilish materiallari sanoati, ingredient-branding, raqamli kommunikatsiya, eksport salohiyati, raqobatbardoshlik.

**Аннотация.** В статье исследована эффективность использования брендинговых технологий в управлении маркетинговой деятельностью предприятий по производству строительных материалов. Модель капитала бренда, ориентированная на потребителя, адаптирована к условиям промышленного рынка, а также оценено влияние инструментов брендинга на маркетинговые результаты. Проанализированы идентификация бренда, позиционирование, сертификация качества, ингредиентный брендинг, цифровые коммуникации и инструменты управления взаимоотношениями с клиентами. На основе научных источников и подтвержденных рыночных данных обоснована экономическая, рыночная и стратегическая эффективность брендинга. Полученные результаты показали, что брендинговые технологии способствуют повышению добавленной стоимости продукции, укреплению доверия клиентов, расширению рыночной доли и развитию экспортного потенциала предприятий. Предложенный подход направлен на дальнейшее укрепление долгосрочной конкурентоспособности и устойчивого развития предприятий отрасли строительных материалов.

**Ключевые слова:** брендинг, капитал бренда, маркетинговое управление, промышленность строительных материалов, ингредиентный брендинг, цифровые коммуникации, экспортный потенциал, конкурентоспособность.

**Abstract.** The article investigates the effectiveness of branding technologies in managing the marketing activities of construction materials manufacturing enterprises. A customer-based brand equity model was adapted to industrial market conditions, and the impact of branding instruments on marketing performance was assessed. The study examined brand identification, positioning, quality certification, ingredient branding, digital communication, and customer relationship management tools. Based on scientific literature and verified market data, the economic, market, and strategic effectiveness of branding was substantiated. The findings demonstrate that branding technologies play a significant role in increasing product value, strengthening customer trust, expanding market share, and enhancing export potential. The proposed approach contributes to improving long-term competitiveness and supporting the sustainable development of construction materials enterprises in a dynamic market environment.

**Keywords:** branding, brand equity, marketing management, construction materials industry, ingredient branding, digital communication, export potential, competitiveness.



## KIRISH

Qurilish materiallari sanoati zamonaviy iqtisodiyotning kapital sig'imi yuqori bo'lgan tarmoqlaridan biri sifatida marketing faoliyatini rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Sement, g'isht, quruq qorishmalar, qoplama materiallari va konstruksion buyumlar bozorida xaridorlar, odatda, qurilish tashkilotlari, loyihalash korxonalari hamda distribyutorlardan iborat bo'lib, xarid qarorlari mahsulotning texnik xususiyatlari, narxi va yetkazib berish ishonchligiga asoslanadi. Bunday sharoitda korxonaning o'z mahsulotini raqobatchilar mahsulotlaridan ajratib turuvchi va bozorda barqaror mavqeni ta'minlovchi muhim marketing vositasi sifatida brend alohida ahamiyat kasb etadi [3].

Uzoq vaqt davomida sanoat tovarlari bozorida brendning roli yetarli darajada e'tirof etilmagan bo'lsa-da, keyingi yillarda olib borilgan ilmiy tadqiqotlar uning ahamiyatini yanada yaqqol namoyon etdi [5]. Zamonaviy ilmiy adabiyotlarda brend sanoat bozorida ham qiymat yaratuvchi muhim nomoddiy aktiv sifatida e'tirof etiladi [6]. Brend tashkiliy xaridorlar uchun tanlov jarayonini soddalashtiradi, ishonchlilikni oshiradi hamda uzoq muddatli va samarali hamkorlik munosabatlarini rivojlantirishga xizmat qiladi [7].

Qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun ushbu masala alohida amaliy ahamiyatga ega. Mahsulotlar ko'pincha standartlashtirilgan bo'lib, sifat ko'rsatkichlari jihatidan bir-biriga yaqin bo'lgan sharoitda brending texnologiyalari korxonalarga qo'shimcha qiymat yaratish, mijozlar sodiqligini oshirish va bozordagi mavqegini mustahkamlash imkonini beradi [4].

Shu bois marketing faoliyatini samarali boshqarish brend kapitalini shakllantirish, rivojlantirish va muntazam baholab borish jarayonlari bilan chambarchas bog'liqdir.

Maqolaning maqsadi qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini boshqarishda brending texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini nazariy jihatdan asoslash hamda amaliy yo'nalishlarni ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot doirasida brend kapitali nazariyasini sanoat bozori sharoitlariga moslashtirish, brending vositalarining marketing natijalariga ta'sir mexanizmlarini ochib berish, tasdiqlangan ilmiy manbalar asosida ushbu ta'sirning afzalliklarini yoritish hamda soha korxonalari uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqish vazifalari amalga oshirildi.

## MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Brend kapitali tushunchasining zamonaviy talqini K. Kellerning mijozga asoslangan brend kapitali (customer-based brand equity) konsepsiyasiga borib taqaladi. Unga ko'ra, brend kapitali brend haqidagi bilimlarning mijoz reaksiyasiga ko'rsatadigan differensial ta'siri bo'lib, u brendning tanilganligi va brend obrazi (assotsiatsiyalar majmui) orqali shakllanadi [1]. Mijoz brendni yaxshi taniganda va xotirasida kuchli, ijobiy hamda noyob assotsiatsiyalarni saqlaganda yuqori brend kapitali shakllanadi.

D. Aaker tomonidan asos solingan an'anaviy yondashuv brend kapitalini brend tanilganligi, idrok etilgan sifat, brend assotsiatsiyalari va brendga sodiqlik o'lchamlari orqali tavsiflaydi. Keyingi tadqiqotlar ushbu o'lchamlarni sanoat bozoriga moslashtirishda Keller piramidasi yuqori bosqichlari, xususan, emotsional rezonans omilini sanoat sharoitlariga mos ravishda talqin etish zarurligini ko'rsatdi [10]. Sanoat bozorlarida inson omili, ya'ni korxonalar vakillari o'rtasidagi samarali munosabatlar brend kapitalini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Sanoat brendingiga bag'ishlangan tizimli sharh tarmoq adabiyotini beshta asosiy yo'nalishga ajratadi: brendingning B2B bozordagi afzalliklari, brendning qaror qabul qilish jarayonidagi o'rni, brend arxitekturasi, brendning kommunikatsiya va munosabatlarni rivojlantiruvchi vazifasi hamda sanoat brend kapitali [5]. F. Kotler va V. Pfoertsch sanoat brendingining nazariy va amaliy asoslarini yoritib, mahsulotlar o'xshashlashgan sharoitda tanilgan va ishonchli brendning bozordagi ustunliklarini asoslab berganlar [3].

Empirik tadqiqotlar sanoat brendingning iqtisodiy qiymatini tasdiqlaydi. M. Bendixsen va hamkasblari o'rta kuchlanishli elektr uskunalari bozorida konjoint-tahlil yordamida brend kapitali narx ustamasini shakllantirishga xizmat qilishini aniqlaganlar. Tadqiqot natijalariga ko'ra, afzal ko'rilgan brend taxminan 6,8 foiz, texnik mutaxassislar nazarida esa 26 foizgacha narx ustamasiga ega bo'lgan [4]. Brend orientatsiyasiga bag'ishlangan tadqiqotlar esa brendga yo'naltirilgan strategiyalar kichik va o'rta sanoat korxonalarining moliyaviy natijalarini yaxshilashga ijobiy ta'sir ko'rsatishini tasdiqlagan [9].

Zamonaviy global tadqiqotlar B2B-brending sohasini brend kapitali, sanoat brending, brend qiymati, global brend yetakchiligi va munosabatlar marketingi kabi bilim maydonlariga ajratib, ushbu yo'nalishning nazariy bazasi izchil rivojlanib borayotganini qayd etadi [6]. Brend orientatsiyasining korxonalar faoliyatiga ta'sirini o'rgangan so'nggi ilmiy ishlar innovatsion va brending dinamik salohiyatlarining vositachilik rolini ochib bergan [8]. Mavjud adabiyotlar brendingni samarali marketing boshqaruvining muhim tarkibiy qismi sifatida talqin qiladi. Shu bilan birga, qurilish materiallari sanoatida brending texnologiyalarining o'ziga xos jihatlarini yanada chuqurroq o'rganish ilmiy va amaliy ahamiyatga ega bo'lib, mazkur tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

## TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot nazariy-amaliy xususiyatga ega bo'lib, sifat tahlili usullariga tayangan holda amalga oshirildi. Asosiy metod sifatida ilmiy adabiyotlarni tizimli ko'rib chiqish va konseptual modellashtirish yondashuvlari qo'llanildi. Brend kapitalining mijozga asoslangan modeli [1] hamda sanoat brendingi nazariyasi [3] metodologik asos sifatida qabul qilinib, ular qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar faoliyati sharoitlariga moslashtirildi.

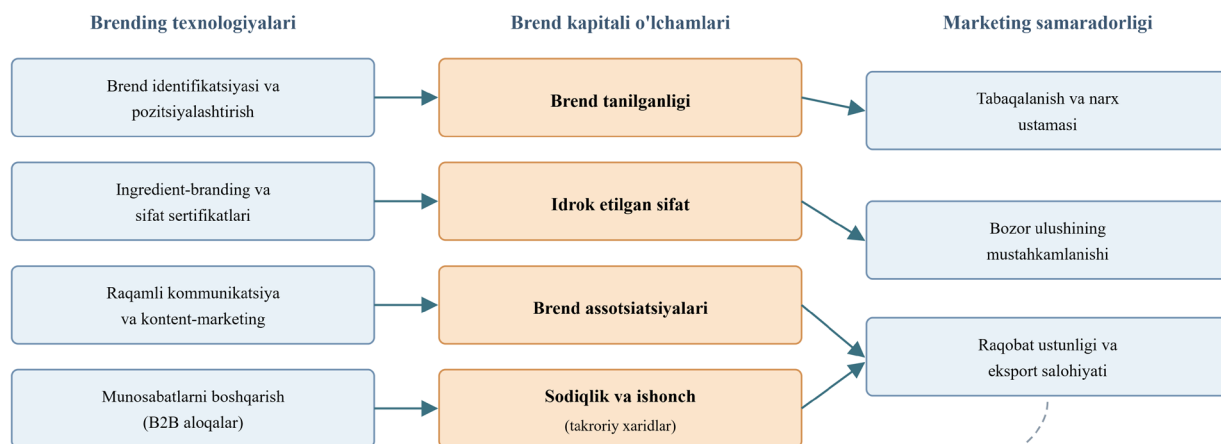
Empirik bazani ochiq manbalardagi tasdiqlangan ikkilamchi ma'lumotlar tashkil etdi. Bunda xalqaro bozor tahlili tashkilotlarining hisobotlari, nufuzli ilmiy maqolalar va rasmiy axborot manbalari tanlab olindi. Har bir miqdoriy ko'rsatkichning kelib chiqishi aniq, havolasi mavjud va qayta tekshirilishi mumkin bo'lgan manbalarga asoslandi. Shu orqali tahlil natijalarining ishonchliligi va ilmiy asoslanganligi ta'minlandi.

Tahlil mantig'i uch bosqichli zanjir asosida shakllantirildi: branding texnologiyalari, brend kapitali o'lchamlari va marketing samaradorligi natijalari. Ushbu zanjir konseptual model ko'rinishida rasmiylashtirilib, tahlil va natijalar bo'limida grafik shaklda taqdim etildi. Manbalardan olingan ko'rsatkichlar jadval ko'rinishida tizimlashtirildi hamda ularning marketing boshqaruvi samaradorligi bilan bog'liqligi ilmiy jihatdan izohlandi.

## TAHLIL VA NATIJALAR

Qurilish materiallari bozorida marketing faoliyatini samarali boshqarishni branding nuqtai nazaridan tushuntirish uchun, avvalo, uning ta'sir mexanizmlarini aniqlash muhim ahamiyat kasb etadi. Branding texnologiyalari to'rtta asosiy yo'nalishda namoyon bo'ladi: brend identifikatsiyasi va pozitsiyalashtirish, ingredient-branding hamda sifat sertifikatlari, raqamli kommunikatsiya va kontent-marketing, shuningdek, tashkiliy mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish [3].

Mazkur vositalar brend kapitalining asosiy o'lchamlari — brend tanilganligi, idrok etilgan sifat, brend assotsiatsiyalari va mijozlar sodiqligini shakllantirish hamda mustahkamlashga xizmat qiladi [1]. O'z navbatida, ushbu o'lchamlar marketing faoliyati samaradorligini oshirish, mijozlar ishonchini kuchaytirish va korxonaning bozordagi raqobatbardosh mavqeyini mustahkamlashga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Branding texnologiyalaridan foydalanishning marketing natijalariga ta'sir etish zanjiri va ularning o'zaro bog'liqligi keltirilgan (1-rasm).



qaytuvchi aloqa: bozor natijalari brend strategiyasini takomillashtiradi

**1-rasm. Branding texnologiyalarining qurilish materiallari korxonalar marketing samaradorligiga ta'sir modeli [1], [3].**

Modelning birinchi bo'g'inini brend identifikatsiyasi orqali korxonaning bozordagi mavqeyini aniq belgilashga xizmat qiladi. Standartlashtirilgan mahsulotlar sharoitida samarali pozitsiyalashtirish korxonaning raqobatbardosh ustunliklarini namoyon etish va bozorda o'ziga xos o'rin egallashning muhim omili hisoblanadi [3].

Ikkinchi bo'g'in — ingredient-branding va sifat sertifikatlari bo'lib, ular mahsulotning ishonchliligi va sifatini mustaqil tasdiqlash orqali mijozlar ishonchini mustahkamlaydi hamda xarid qarorlarini qabul qilish jarayonini yanada qulaylashtiradi [7].



Uchinchi bo'g'in raqamli kommunikatsiya hisoblanadi. Ushbu yo'nalish loyihachilar, quruvchilar va boshqa tashkiliy mijozlarga texnik ma'lumotlarni samarali yetkazish orqali brendning tanilganligini oshiradi va uni qaror qabul qilish jarayonining muhim elementi sifatida shakllantiradi.

Mazkur ta'sirning miqdoriy tasdig'i empirik tadqiqotlarda ham o'z aksini topgan. Sanoat bozorida o'tkazilgan konjoint-tahlil natijalari yuqori brend kapitaliga ega korxonalar qo'shimcha qiymat yaratish va narx ustamasiga erishish imkoniyatiga ega ekanligini ko'rsatdi. Xususan, afzal ko'rilgan brend uchun narx ustamasi o'rtacha 6,8 foizni, texnik mutaxassislar baholashida esa 26 foizgacha bo'lgan darajani tashkil etgan [4]. Shuningdek, brend orientatsiyasini o'rgangan tadqiqotlar brendga yo'naltirilgan strategiyalar kichik va o'rta sanoat korxonalarining moliyaviy natijalarini yaxshilashga sezilarli hissa qo'shishini tasdiqlagan [9]. Bu esa brending texnologiyalarining korxonada daromadlilik va bozor samaradorligini oshirishdagi muhim rolini ko'rsatadi.

Brending texnologiyalarining amaliy ahamiyati bozor dinamikasi bilan ham tasdiqlanadi. Quyidagi jadvalda qurilish materiallari bozorining tasdiqlangan ko'rsatkichlari hamda ularning marketing faoliyatini boshqarish samaradorligini oshirishdagi ahamiyati tizimlashtirilgan (1-jadval).

1-jadval

Qurilish materiallari bozori rivojlanish ko'rsatkichlari va ularning marketing boshqaruvi uchun ahamiyati<sup>1</sup>

Ko'rsatkich	Joriy holat	Istiqbolli rivojlanish ko'rsatkichi	O'sish sur'ati, %
Jahon yashil qurilish materiallari bozori	285,89 mlrd AQSH dollari	458,61 mlrd AQSH dollari (2030-yil)	8,5
Jahon aqlli qurilish materiallari bozori	41,65 mlrd AQSH dollari	95,04 mlrd AQSH dollari (2033-yil)	9,6
O'zbekiston qurilish materiallari sanoati eksporti	4,4 mlrd AQSH dollari	Eksport hajmini 1,1 mlrd AQSH dollariga oshirish	400*
O'zbekiston sement bozori savdo hajmi	5,9 mln tonna	6,9 mln tonna	5,8

1-jadval ma'lumotlari qurilish materiallari bozorining ikki asosiy yo'nalishda barqaror rivojlanayotganini ko'rsatadi. "Yashil" qurilish materiallari jahon bozori 2024-yilda 285,89 milliard AQSH dollarini tashkil etib, 2030-yilga borib 458,61 milliard AQSH dollariga yetishi hamda yillik 8,5 foiz sur'atda o'sishi prognoz qilinmoqda [11]. Shuningdek, "aqlli" qurilish materiallari segmenti 2024-yildagi 41,65 milliard AQSH dollaridan 2033-yilga kelib 95,04 milliard AQSH dollariga yetib, yillik 9,6 foiz sur'atda o'sishi kutilmoqda [12]. Bunday yuqori o'sish sur'atlariga ega va qo'shimcha qiymat yaratishga yo'naltirilgan segmentlarda mahsulotning ekologik hamda texnologik afzalliklarini brend orqali namoyon etish bozordagi mavqeni mustahkamlash va yangi mijozlarni jalb etishning samarali vositasi hisoblanadi.

Mahalliy bozor ham ijobiy rivojlanish dinamikasini namoyish etmoqda. O'zbekistonda qurilish materiallari sanoati so'nggi sakkiz yil davomida to'rt baravar o'sib, joriy yilda 53 trillion so'mga (taxminan 4,37 milliard AQSH dollari) yetishi, eksport hajmi esa 1,1 milliard AQSH dollarini tashkil etishi kutilmoqda [14]. Sement bozorida ham yuqori faollik kuzatilib, 2024-yilda savdo hajmi 5,9 million tonnaga yetdi, yetakchi ishlab chiqaruvchilardan biri esa bozorning 18 foiz ulushini egalladi [15]. Bunday sharoitda mahalliy ishlab chiqaruvchilarning kuchli va ishonchli brendlarni shakllantirishi ularning raqobatbardoshligini oshirish hamda bozordagi mavqegini yanada mustahkamlashga xizmat qiladi.

Olingan natijalar brending texnologiyalarining uchta asosiy samaradorlik mexanizmini namoyon etdi. Birinchidan, brending iqtisodiy samaradorlikni mahsulotning qo'shimcha qiymatini oshirish va daromadlilikni yaxshilash orqali ta'minlaydi [4]. Ikkinchidan, u bozor samaradorligini barqaror talabni shakllantirish va bozor ulushini kengaytirish orqali qo'llab-quvvatlaydi [12]. Uchinchidan, brending strategik samaradorlikni raqobat ustunliklarini mustahkamlash hamda eksport salohiyatini rivojlantirish orqali kuchaytiradi [14]. Mazkur uch

1 Grand View Research ma'lumotlari [11; 12], O'zbekiston Respublikasi Prezidenti matbuot xizmati materiallari [14] hamda sanoat tahlili ma'lumotlari [15] asosida muallif tomonidan tuzilgan.



mexanizm marketing boshqaruvini brend kapitalini izchil rivojlantirishga yo'naltirilgan yagona va samarali tizimga aylantiradi.

Modeldagi qaytuvchi aloqa bo'g'ini alohida amaliy ahamiyat kasb etadi. Bozor natijalari, jumladan takroriy buyurtmalar, mijozlar qoniqishi va eksport ko'rsatkichlari, brend strategiyasini yanada takomillashtirish uchun muhim axborot bazasini shakllantiradi [8]. Shu tariqa marketing boshqaruvi uzluksiz rivojlanib boruvchi va o'zini qo'llab-quvvatlovchi siklik jarayonga aylanadi. Bu esa branding texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini oshirish hamda korxonalarining uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tadqiqot natijalari qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda branding texnologiyalari marketing faoliyatini boshqarish samaradorligini oshirishning muhim omillaridan biri ekanligini nazariy va amaliy jihatdan tasdiqladi. Tadqiqot davomida brend kapitalining mijozga asoslangan modeli sanoat bozori sharoitlariga moslashtirildi hamda uning marketing boshqaruvidagi ahamiyati ilmiy jihatdan asoslab berildi. Natijalar branding texnologiyalari korxonalariga qo'shimcha qiymat yaratish, mijozlar ishonchini mustahkamlash va raqobatbardosh ustunliklarni rivojlantirishga xizmat qiluvchi samarali boshqaruv vositasi ekanligini ko'rsatdi.

Tahlil natijalari brandingning ijobiy ta'siri uchta asosiy yo'nalishda namoyon bo'lishini ko'rsatdi. Iqtisodiy jihatdan brandingning rivojlanishi mahsulotning qo'shimcha qiymatini oshirish, daromadlilik ko'rsatkichlarini yaxshilash va korxonalar samaradorligini yuksaltirishga xizmat qiladi. Bozor nuqtayi nazaridan esa kuchli brend mijozlar talabining barqarorligini ta'minlab, bozor ulushining kengayishiga hamda xaridorlar sodiqligining ortishiga ko'maklashadi. Strategik jihatdan esa rivojlangan brend korxonaning raqobat ustunligini mustahkamlaydi, eksport salohiyatini kengaytiradi va uzoq muddatli barqaror rivojlanish uchun qulay imkoniyatlar yaratadi.

Qurilish materiallari bozorida kuzatilayotgan barqaror o'sish tendensiyalari, ayniqsa ekologik va innovatsion xususiyatlarga ega bo'lgan "yashil" hamda "aqlli" mahsulotlar segmentlarining jadal rivojlanishi, brandingni korxonalar strategik boshqaruvining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylantirmoqda.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqildi.

Birinchi, korxonalarda brend identifikatsiyasi va aniq pozitsiyalashtirish marketing strategiyasining asosiy tarkibiy qismi sifatida shakllantirilishi, mahsulotning texnik hamda funksional afzalliklari branding asosiy qiymat taklifiga aylantirilishi maqsadga muvofiq.

Ikkinchi, mahsulot sifati va ishonchligini mustaqil sertifikatlash tizimlari hamda ingredient-branding yondashuvlari orqali tasdiqlash xaridorlar ishonchini mustahkamlash va bozor mavqeyini yanada kuchaytirishga xizmat qiladi.

Uchinchi, loyihachilar, quruvchilar va boshqa professional iste'molchilarga yo'naltirilgan raqamli kontent-marketing vositalaridan keng foydalanish orqali brandingning tanilganligini oshirish hamda uning qaror qabul qilish jarayonidagi ta'sirini kuchaytirish tavsiya etiladi.

To'rtinchi, "yashil" va "aqlli" qurilish materiallari segmentlaridagi ekologik hamda texnologik afzalliklarni brend strategiyasining markaziy elementi sifatida shakllantirish korxonalarining bozor mavqeyi va raqobatbardoshligini yanada yuksaltirishga imkon beradi.

Beshinchi, bozor ko'rsatkichlarini muntazam monitoring qilish va iste'molchilardan olinadigan qayta aloqa asosida brend strategiyasini izchil takomillashtirib borish marketing faoliyatining samaradorligini yanada oshirishga xizmat qiladi.

Mazkur yo'nalishlarning izchil amalga oshirilishi qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarining raqobatbardoshligini mustahkamlash, mahalliy mahsulotlarning ichki va tashqi bozorlardagi mavqeyini yanada kuchaytirish hamda sohaning barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi. Kelgusidagi tadqiqotlarda mahalliy korxonalar misolida branding samaradorligini miqdoriy baholash, uning korxonalar faoliyati natijalariga ta'sirini chuqurroq tahlil qilish hamda amaliy tavsiyalar bazasini kengaytirish istiqbolli ilmiy yo'nalishlardan biri hisoblanadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Keller K. L. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity // Journal of Marketing. – 1993. – Vol. 57, No. 1. – P. 1–22. URL: <https://people.duke.edu/~moorman/Marketing-Strategy-Seminar-2015/Session%203/Keller.pdf>

2. Industrial Brand Equity: A Systematic Literature Review and Directions for Future Research // Cogent Business & Management. – 2024. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2024.2440623>

3. Kotler P., Pfoertsch W. B2B Brand Management. – Berlin; Heidelberg: Springer, 2006. – 357 p. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-44729-0>



4. Bendixen M., Bukasa K. A., Abratt R. Brand Equity in the Business-to-Business Market // *Industrial Marketing Management*. – 2004. – Vol. 33, No. 5. – P. 371–380. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850103001226>

5. Leek S., Christodoulides G. A Literature Review and Future Agenda for B2B Branding: Challenges of Branding in a B2B Context // *Industrial Marketing Management*. – 2011. – Vol. 40, No. 6. – P. 830–837. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850111000654>

6. Marvi R. et al. Elevating B2B Branding in a Global Context: Integrating Existing Literature and Proposing a Forward-Thinking Conceptual Framework // *Industrial Marketing Management*. – 2024. – Vol. 120. – P. 247–272. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850124000968>

7. Business-to-Business (B2B) Branding: What We Know and Where Do We Go // *Journal of Business Research*. – 2026. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296326001712>

8. The Impact of Brand Orientation on Firm Performance: Examining the Role of Innovation and Branding Dynamic Capabilities // *Journal of Brand Management*. – 2025. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/s41262-025-00403-1>

9. Anees-ur-Rehman M. et al. How Brand-Oriented Strategy Affects the Financial Performance of B2B SMEs // *Journal of Business & Industrial Marketing*. – 2018. – Vol. 33, No. 3. – P. 303–315. URL: <https://doi.org/10.1108/IBIM-10-2016-0237>

10. B2B Brand Equity: A Study of the Applicability of the Customer-Based Brand Equity Model in Industrial Markets. URL: [https://www.academia.edu/4914773/B2B\\_Brand\\_Equity](https://www.academia.edu/4914773/B2B_Brand_Equity)

11. Green Building Materials Market Size, Share & Trends Report, 2030 / Grand View Research. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/green-building-materials-market>

12. Smart Building Materials Market Size, Industry Report, 2033 / Grand View Research. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/smart-building-materials-market-report>

13. Building Materials Market Size, Share & Trends Report, 2030 / Grand View Research. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/building-materials-market-report>

14. Uzbekistan's Construction Materials Industry Gains Strong Traction // *Trend.Az*. – 2025-yil 20-noyabr. URL: <https://www.trend.az/business/4120239.html>

15. Uzbekistan's Cement Market Surges 58% in 2024 // *CemNet*. – 2025-yil 17-yanvar. URL: <https://www.cemnet.com/News/story/178471/uzbekistan-s-cement-market-surges-58-in-2024.html>

16. Uzbekistan Construction Industry Report 2024: Output to Grow by 5.8% in Real Terms // *GlobalData via BusinessWire*. – 2024-yil 23-oktabr. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20241023461735/en/>

17. Hardware & Building Materials – Uzbekistan / Statista Market Forecast. URL: <https://www.statista.com/outlook/cmo/diy-hardware-store/hardware-building-materials/uzbekistan>

18. Enhancing Firm Performance: The Role of Brand Orientation in Business-to-Business Marketing // *Industrial Marketing Management*. – 2018. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850117305400>

19. Market Orientation, Integrated Marketing Communications, and SMEs Performance: A Comparison Between Developed and Developing Economies // *European Research on Management and Business Economics*. – 2024. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444883424000196>

20. Determining Key Factors Influencing SMEs' Performance: A Systematic Literature Review and Experts' Verification // *Cogent Business & Management*. – 2023. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2023.2251195>



## 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>