



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

No7



ISSN: 2992-8982

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

2025



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

*Elektron nashr. 530 sahifa.
E'lon qilishga 2025-yil 1-iyulda ruxsat etildi.*

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'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD 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
Golischeva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

- Salimov Okil Umrzokovich**, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayeich, 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
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
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.

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlal 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

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlal 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 Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Khusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Rakhimovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridakhon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher

- 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'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK 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

Suv tarkibining wireless waterlight qurilmasi ishlashiga ta'siri va iqtisodiy samaradorligini matematik model asosida tahlil qilish.....	14
Kungiratbay Sharipov, Ma'ruf Nurmanov	
O'zbekistonda aholi ish bilan bandligini oshirishda davlatning roli	20
Juraqulov Baxrimurod Ilxomovich	
BIM texnologiyasi: zamonaviy qurilish sohasida samaradorlik va shaffoflik omili	26
Usmonov F.B., Rajabova A.Sh.	
Nodavlat oliy ta'lim muassasalarida marketing faoliyati samaradorligini oshirish metodologiyasini takomillashtirish	31
Yuldashov Isomiddin Sidiqov	
Korxonada iqtisodiy barqarorligini ta'minlashda diversifikatsiya strategiyasining roli.....	35
Alimatova Shoxsanam Abdumalik qizi	
Модели совместного развития человеческого капитала и искусственного интеллекта в цифровую эпоху	40
Явкачев Шохзод Зайниддин углы	
Navigating sustainable development: management challenges and solutions in the oil and gas sector	49
Kudratkhodjaeva Ziyoda Kamol kizi	
Banklarda moliyaviy barqarorlikning nazariy asoslari.....	56
Djalilov G'ayrat Qaxramanovich	
Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda turizm industriyasidan foydalanishda xorijiy mamlakatlar tajribalari	66
Abdulxakimov Zuxrali Tursunaliyevich	
O'zbekistonda barqaror davlat qarzi siyosatini shakllantirishning ustuvor yo'nalishlari	71
Sayfutdinov Xasanboy Dilshodovich	
Международный опыт сельскохозяйственного налогообложения и возможности его применения в узбекистане.....	76
Salimov Sherzod Baxtiyorovich	
Economic analysis and development strategy of the composites market in the regions of Uzbekistan	81
S.S.Sidiqov, A.A.G'ulomov, B.R.Tillayeva	
Oliy ta'lim muassasalarida moliyaviy mustaqillikning kutilayotgan istiqbollari va hozirgi natijalari.....	88
Muxamedov Ravshan Zafarovich	
Elektron tijoratni soliqqa tortish mexanizmini takomillashtirish yo'llari.....	93
Homidov Baxtiyor Rahimberdievich	
Investitsion jozibadorlik konsepsiyasi va uning strategik ahamiyati.....	99
Otaboyev Axmed Maxsudbek o'g'li	
Beomeditsina signallarini xaar veyvletlari va bo'lak veyvletlari yordamida raqamli ishlash	105
Uraqov Shokir Ulashovich	
Oliy ta'lim muassasalarini moliyalashtirishning ahamiyati, tartibi va takomillashtirish yo'llari.....	112
Istamova Sojida Kaxarovna	
The role of all kinds of transports (road, rail, air, and water) in the modern enhancement of tourism logistics in Uzbekistan	117
Egamberdiyeva Yulduz, Turdiyeva Maftuna	
Sanoat korxonalarida kapitalarini samaradorligini oshirishning baholashning zamonaviy usullarining xususiyatlarida nazariy va amaliy farovonlik sari	126
Muradov Botir Xayat	
Инструменты планирования урбанизации: методика анализа планового распределения средств в программе «обод махалля» на основе балльной оценки	136
Салимова Юлдуз Исаковна	
Socio-economic aspects and contemporary theories of higher education finance	141
Karlibaeva Gulshat	



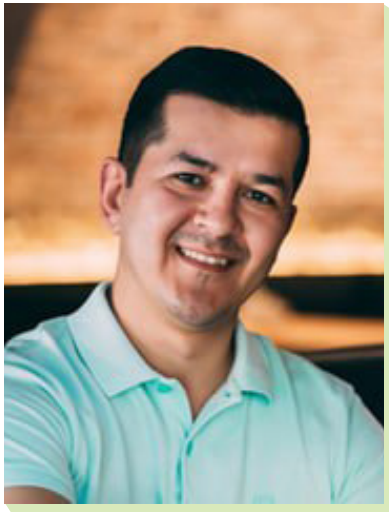
Transformatsiya jarayonida innovatsion bank xizmatlarini rivojlantirish yo'llari.....	147
Absamatov Anvar Ergashovich	
Перспективы цифрового развития сектора материального производства.....	153
С. И. Протасеня, Г. Ж. Аллаева	
«Sustainable logistics practices. Minimizing carbon emissions in global supply chains»	161
Suleymonova Ezoza, Alimova Bonu	
Analyzing the need for Tourism logistics development in Uzbekistan	169
Nigmatova Malika	
Management strategies for sustainable tourism development in emerging destinations (a case study of Samarkand, Issyk-kul, and Khiva).....	177
Sabina Uroкова	
Qashqadaryo viloyatida turizm sohasini strategik rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy asoslari va ularning qo'llanilishi.....	184
Daminova Barno Esanovna	
Опыт турции в управлении миграционными кризисами	189
Бегматов Хусанбек	
Bulutli texnologiyalar orqali korxonalar buxgalteriya tizimini raqamlashtirish va samaradorlikka erishish.....	193
Soibov Nozimbek Faxriddin o'g'li	
Barqaror rivojlanish doirasida jismoniy shaxslarni kreditlash tizimini isloh qilishning institutsonal asoslari.....	197
Xalekeyeva Zoya Pirniyazovna, Akmal Abdurahmonov Nurmamatovich	
Moliyaviy outsorsing xizmatlari bozori rivojlanishini takomillashtirishning swot tahliliga asoslangan innovatsion mexanizmlari	202
San'atbek Komilovich Salayev, Umidbek Komiljanovich Babajanov	
Transformatsiya jarayonlari sharoitida iqtisodiyot tizimi faoliyati va prognozlashning nazariy asoslari	214
Alimov Fazliddin Xalimovich	
Пути совершенствования подхода к финансированию проектов, реализуемых на принципах промышленной кооперации.....	220
Котов В.А., Шадиева Д.Х.	
Yuksalish salohiyatini yuksaltirishda boshqaruv xodimlari qobiliyatidan foydalanish masalalar	225
Ayubxon Qutbiddinov Bosit o'g'li	
Bank xizmatlari ommabopligini oshirish yo'llari.....	228
Kasimova Muxlisa Anvar qizi	
Chemical industry in Uzbekistan: challenges and development	235
Kudaynazarova Dilnaz Koshkarbaevna	
Samarqand viloyatida tabiiy turistik resurslardan samarali foydalanish usullarini takomillashtirish orqali bandligini oshirish imkoniyatlari.....	240
Rabbimov Muhriddin Musoqul o'g'li	
Globalashuv sharoitida ekologik xavflarni kamaytirishda yashil iqtisodiyotning ahamiyati.....	246
Xolbekova Feruzaxon Rasulovna	
Qibray tumanining 2021–2023-yillarda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish holati.....	249
Siddikov Alisher Ismoilovich	
Davlat xaridlari tizimida sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish: xalqaro tajribalar tahlili	253
Majidov Nizom Baxramovich	
Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning xorij tajribasi.....	259
Ermatov Nosir Tohirovich	
Aholi farovonligi darajasiga ta'sir etuvchi ko'rsatkichlarni ekonometrik baholash	265
Toshaliyeva Saodat Toxirovna, Allamurodova Zuxra Alibekovna	
Сектор услуг как стратегический фактор структурной трансформации экономики Узбекистана.....	272
Кадыров Абдурашид Маджидович, Ахмедиева Алия Тохтаровна	
O'zbekistonda valyuta kursini shakllanish holati prognozlari.....	280
Samandarov Zuxriddin Raup o'g'li	



Проблемы бухгалтерского учета в условиях цифровизации экономики.....	288
Абдуллаев Абдурауф	
Raqamli texnologiyalar sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish strategiyalari.....	299
Kuldoshev Lazizjon Sharifovich	
Davlat boshqaruvi organlarining strategik rejararini ishlab chiqish bo'yicha xorijiy mamlakatlar tajribasi.....	303
Dilshod Pulatov, Xamidaxon Akbarova, Dildora Mirzaeva	
Tijorat banklarining moliyaviy xavfsizligi ta'minlash	310
Mamatov Sardor Axmatjonovich, Mavlanov Nuriddin Boyqobilovich, Sattarov Nodirjon Absalomovich	
Ziyorat turizmini rivojlantirishda halol standartlarini qo'llashning nazariy, uslubiy va konseptual asoslari	315
Azizova Saodat Xabibulloyevna	
Oliy ta'lim muassasalarini moliyalashtirish bo'yicha yevropa tajribasi.....	320
Karlibaeva Gulshat	
Iqtisodiy konsentratsiyalarning sog'lom raqobat muhitiga ta'siri	325
Luqmanov Sharifxon A'zam o'g'li	
Logistika axborot tizimlarini texnologik jarayonlarga joriy etish.....	330
Uzaqov Ortik Shaymardanovich	
Принципы перехода к «Зелёной экономике» в Республике Узбекистан.....	336
Хамракулова Сусанна Тотуховна	
Kichik biznesni rivojlantirish iqtisodiy ko'rsatkichlarini prognozlash modellarini qo'llash	340
Ibragimova Gulchexra Toxirovna	
Raqamli ta'lim sharoitida liderlikning yangi qirralari	357
Oqmullaev Ravshan Raximjon o'g'li, Xodjievna Durdona Abdurasulovna	
Методология развития экологического менеджмента в промышленном хозяйстве выбросы в атмосферный воздух на горнодобывающих и металлургических предприятиях.....	361
Muradov Botir Xayat	
Strategik budjetlashtirish tizimining natijaga yo'naltirilgan budjetlashtirish tizimi bilan bog'liqligi, xalqaro tajriba va O'zbekiston uchun tavsiyalar	370
Xushmurotov Zoyir Bektemirovich	
Cultural branding and the entry of traditional products into the international market.....	374
Zebiniso Ganiyeva	
Farovonlikni baholash bo'yicha ilg'or xorijiy nazariy yondashuvlar	379
Norqobilov Nusratilla Norsaitovich	
O'zbekistonda hududlarini turizm salohiyatini innovatsion yondashuv asosida baholash	384
Umirova Dilnoza Safarovna	
Tourism education for sustainability: curriculum development in universities of Uzbekistan	393
Temirova Durdona, Yorqulov Muhammadmurod	
The contribution of small enterprises and private entrepreneurs to job creation in the labor market.....	399
Juraboev Haliljon	
Iqtisodiy o'sish sharoitida transport infratuzilmasi holati va uni rivojlantirish yo'llari.....	404
Haydarov Jahongir Aktamovich	
Oliy ta'lim muassasalarini moliyalashtirishni strategik boshqarishning nazariy asoslari va xorijiy tajribalar	410
Quvondiqov Farrux Ibragimovich	
Tijorat banklarida iqtisodiy samaradorlikni axborot texnologiyalar orqali rivojlantirish istiqbollari.....	418
Dadenova Gulxan Kenesbaevna	
Механизмы совершенствования процедур выявления и анализа недостоверной финансовой отчетности в условиях учетной практики Узбекистана	422
Намозов Жасурбек Кувадович	
Влияние цифровых инструментов управления финансами на эффективность использования финансовых ресурсов	428
Хазираткулов Собиржон	



На пути к промышленному росту: опыт развивающихся стран.....	435
Матлюбов Хуршид Жамшидович	
Yoshlarning moliyaviy mustaqilligiga erishishida aksiyalar bozorining o'rnini va imkoniyatlari.....	443
O'raqov Bekzodbek Abdurayxon o'g'li	
Развитие транспортной инфраструктуры и влияние на качество предоставляемых транспортных услуг.....	448
Кайыбеков Парахат Коньсбаевич	
Surxondaryo viloyatida 2015-2024 yillar mobaynida oziq-ovqat chakana savdo aylanmasining statistik tahlili.....	454
Toshpulatov Bobur Rasul o'g'li	
Qishloq xo'jaligi sohasi investitsiya loyihalarini xalqaro moliya institutlari orqali moliyalashtirish.....	458
Tolibov Shoxrux Muminovich	
Qishloq xo'jaligi korxonalarida buxgalteriya hisobining xususiyatlari va muammolari.....	463
Mamadiyarov Dilshad Uralovich, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
Institutional innovation and regional governance for balanced interregional cooperation development: the case of Namangan, Uzbekistan.....	468
Sattarov R.A.	
Organizational and economic mechanisms and conceptual directions of tourism development in the region.....	476
Daminova Barno Esanovna	
Moddiy zaxiralarni boshqarish va uning bir tsikli modeli.....	480
Dedajanov Baxtiyor Nabijanovich	
Oliy ta'lim xizmatlari sifatini oshirishda inson kapitalini rivojlantirish va uni samarali boshqarish mexanizmlari.....	485
Salimov Akmal Alimjonovich	
Mintaqani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ilg'or xorij tajribalari.....	490
Shadiyev Alisher Xudoynazarovich	
Raqamli iqtisodiyotni shakllantirish sharoitida yoqilg'i-energetika kompleksi korxonalarini barqaror innovatsion rivojlantirish modellari.....	496
Bobobekov Ergash Abdumalikovich	
O'zbekistonda uzumchilikning oziq-ovqat xavfsizligiga ta'siri: muammolar va rivojlanish istiqbollari.....	502
Tursunov To'liqin Jo'raqulovich	
Tadbirkorlik faoliyatining resurs salohiyati va uni baholashning nazariy yondashuvlari.....	508
Salohiddinov Zuhridin Nuriddinjon o'g'li	
Yoshlar bandligini ta'minlashda mehnat migrasiyasining ahamiyati.....	514
Masharipov Farrux O'tkirovich	
O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning asosiy omillari va istiqbollari.....	521
Xasanova Mavjuda Ma'mirjonovna	
Korxonaning brend platformasini ishlab chiqishning o'ziga xos xususiyatlari.....	526
Sa'dulloev Habibullo Ibodullo o'g'li	



KORXONANING BREND PLATFORMASINI ISHLAB CHIQISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Sa'dulloyev Habibullo Ibodullo o'g'li

“Proactive Marketing Agentligi” ta'asischisi

Proactive.agency.uz@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada korxonaning brend platformasini ishlab chiqish jarayonidagi o'ziga xos xususiyatlar chuqur tahlil qilinadi. Brend platformasi nafaqat korxonaning tashqi ko'rinishi (nom, logotip, slogan) balki uning ichki qadriyatlarini, strategik pozitsiyasi va mijoz bilan aloqadagi hissiy rishtalarni ham ifodalaydi. Maqolada brend platformasini yaratishning konseptual asoslari yoritiladi va bu jarayonning O'zbekistondagi amaliy holati xalqaro tajriba bilan solishtirilib tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalarida korxonalar uchun barqaror va raqobatbardosh brend platformasini shakllantirishda institutsional yondashuv, bozor tahliliga asoslangan pozitsiyalash, brend qadriyatlarini va mijozlar tajribasi o'rtasidagi uyg'unlik asosiy omillar sifatida ko'rsatib beriladi. Amaliy tavsiyalar orqali korxonalarga brend platformasini strategik boshqaruv vositasiga aylantirish bo'yicha uslubiy yo'nalishlar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: brend platformasi, brend identifikatsiyasi, brend qadriyatlarini, brend shaxsiyati, brend va'dasi, brend arxitekturasi, strategik marketing, mijoz sodiqligi, vizual identifikatsiya, raqamli brendlash.

Abstract: This article provides an in-depth analysis of the specific features of the process of developing an enterprise's brand platform. The brand platform represents not only the external appearance of the enterprise (name, logo, slogan), but also its internal values, strategic position and emotional ties in communication with the client. The article covers the conceptual foundations of creating a brand platform and analyzes the practical situation of this process in Uzbekistan in comparison with international experience. In particular, the main problems in creating a brand platform in Uzbek enterprises are analyzed - resource shortage, lack of knowledge and qualified personnel, low harmony of internal values and external communication. The research results indicate that the institutional approach, positioning based on market analysis, and the harmony between brand values and customer experience are the main factors in forming a sustainable and competitive brand platform for enterprises. Through practical recommendations, methodological directions are developed for enterprises to turn the brand platform into a strategic management tool.

Key words: brand platform, brand identity, brand values, brand personality, brand promise, brand architecture, strategic marketing, customer loyalty, visual identity, digital branding.

Аннотация: В данной статье представлен углубленный анализ особенностей процесса разработки бренд-платформы предприятия. Бренд-платформа отражает не только внешний облик предприятия (название, логотип, слоган), но и его внутренние ценности, стратегическую позицию и эмоциональные связи в коммуникации с потребителем. В статье рассматриваются концептуальные основы создания бренд-платформы и анализируется практическое применение этого процесса в Узбекистане в сравнении с международным опытом. Результаты исследования свидетельствуют о том, что институциональный подход, позиционирование на основе анализа рынка и гармония ценностей бренда и клиентского опыта являются основными факторами формирования устойчивой и конкурентоспособной бренд-платформы предприятий. На основе практических рекомендаций разработаны методические указания для предприятий по превращению бренд-платформы в инструмент стратегического управления.

Ключевые слова: бренд-платформа, идентичность бренда, ценности бренда, индивидуальность бренда, обещание бренда, архитектура бренда, стратегический маркетинг, лояльность клиентов, визуальная идентичность, цифровой брендинг.



KIRISH

Bugungi global iqtisodiyotda kompaniyalar o'rtasidagi raqobat tobora kuchayib borar ekan, kuchli va izchil brend platformasiga ega bo'lish korxonaning barqarorligi, mijozlar bilan aloqasi va bozordagi pozitsiyasi uchun strategik ahamiyat kasb etmoqda. Dunyo bo'yicha brendlar qiymatining o'sishi (masalan, Apple, Amazon, Tesla, Samsung kabi) shuni ko'rsatadiki, brend qadriyatlarini va va'dalarini aniq ifodalab, ularni muloqotda, dizaynda, xizmat ko'rsatishda uyg'un tarzda tatbiq etgan korxonalar yuqori ishonch va sodiqlikka erishmoqda.

Raqamli marketing, sun'iy intellekt va big data vositalarining jadal rivojlanishi brend platformani nafaqat tashqi aloqa vositasi, balki ichki transformatsiyaning ham markaziga aylantirmoqda.

O'zbekiston Respublikasida iqtisodiy islohotlar chuqurlashayotgan, xususi sektor va eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish rivojlanayotgan hozirgi bosqichda korxonalarning raqobatbardoshligini ta'minlashda brend platformasining mavjudligi muhim rol o'ynamoqda. Mahalliy brendlar (Artel, UzAuto Motors, Murad Buildings, Texnopark, Chortoq, Nestle) faoliyati shuni ko'rsatmoqdaki, brend qadriyatlarini aniq belgilash, ularni kommunikatsiya vositalari orqali ifodalash, mijoz ishonchini oshirishga xizmat qilmoqda.

Respublikada eksport salohiyati, turizm, IT, sanoat va agrobiznes yo'nalishlarida raqamli brendlash, milliy identitetni aks ettiruvchi vizual brendlar va maqsadli segmentga yo'naltirilgan aloqa uslublarning dolzarbligi ortib bormoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" gi uchinchi "Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash" ustuvor yo'nalishining 28-maqsadida "Respublikaning eksport salohiyatini oshirish orqali 2026-yilda respublika eksport hajmlarini 30 milliard AQSh dollariga yetkazish" belgilab berilgan [1]. Ushbu 28-maqsaddan kelib chiqib quyidagi vazifalar belgilandi: tayyor mahsulotlar uchun milliy brendlarni rivojlantirish va ularning eksportini oshirish, jumladan milliy va xorijiy brenddagi tayyor mahsulot eksporti hajmini 2026-yilda 5 mlrd. AQSh dollariga yetkazish. Dunyodagi mashhur «N&M» (Shvetsiya), «ZARA» (Ispaniya), LC Waikiki (Turkiya), «PUMA» (Germaniya), «Reebok» (Buyuk Britaniya), «Uniqlo» (Yaponiya) kabi brendlari bilan hamkorlikda eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish. Bunda: brend egalarini O'zbekistonga taklif etib, tayyor mahsulot eksportchi korxonalari bilan hamkorlik o'rnatish; tayyor mahsulot ishlab chiqaruvchilarni xorijiy mutaxassislarni jalb qilgan holda o'qitishga qaratilgan [1].

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Hozirgi globallashuv jarayonlari shiddat bilan kechayotgan bir paytda, har bir davlat o'zining xalqaro maydondagi imijini mustahkamlash, iqtisodiy, madaniy va turistik salohiyatini keng miqyosda targ'ib qilish orqali raqobatbardoshligini oshirishga intilmoqda. Shu nuqtai nazardan brend platformasini shakllantirish masalasi nafaqat korxonalar, balki davlat siyosatining muhim yo'nalishlaridan biri sifatida ko'rilmoqda.

Global iqtisodiy muhitda kuchli brend platforma korxonaning bozordagi mavqeini mustahkamlash, mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalarni yo'lga qo'yish va raqobatda ustunlikka erishish uchun muhim strategik vosita hisoblanadi. Keller (2013) [2] va Aaker (1996) [3] o'z tadqiqotlarida brend arxitekturasi, shaxsiyati va qadriyatlarining foydalanuvchi ongida qanday tarzda obrazga aylanishini ko'rsatadi. J. Kapfererning "The New Strategic Brand Management" (2023)[4] asarida brend platformaning kommunikatsiya, innovatsiya va kompaniya ichki madaniyati bilan uzviy bog'liqligi asoslab beriladi. Neumeier (2006) [5] esa brend bu kompaniyaning va'dasi, falsafasi va madaniyatidir, deya ta'kidlab, dizayn va tajriba asosida brendni shakllantirish zaruratini bildiradi.

2022-yilgi Interbrand hisobotida dunyo brendlarining 80 foizi o'z platformalarini qayta ko'rib chiqib, raqamli aloqa vositalariga moslashtirgan. Raqamli transformatsiya va sun'iy intellekt (AI) texnologiyalarining marketingga joriy qilinishi brend identifikatsiyasi va personalizatsiyasiga bo'lgan talabni keskin oshirmoqda (Kotler, 2021; Marketing 5.0) [6].

O'zbekistonda 2017-yildan boshlab bosqichma-bosqich amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar natijasida kichik va o'rta korxonalar soni keskin oshdi. "Made in Uzbekistan", "Milliy eksport brendi" kabi tashabbuslar doirasida brendni strategik asosda boshqarish dolzarb masalaga aylandi. K.Komilov (2022) [7] o'z tadqiqotlarida O'zbekistonda brend qadriyatlarini va kommunikatsiya strategiyasi o'rtasidagi bog'liqlikni amaliy jihatdan tahlil qilgan. O.Kadirov (2019) [8] esa mahalliy korxonalarda mijoz sodiqligi va brend va'dasining uyg'unlashuviga alohida e'tibor qaratadi.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Strategik islohotlar agentligi, Iqtisodiyot va moliya vazirligi hamda IT Park doirasida yaratilgan startaplarni uchun individual brend platforma strategiyalarini ishlab chiqish bo'yicha tavsiyalar mavjud.

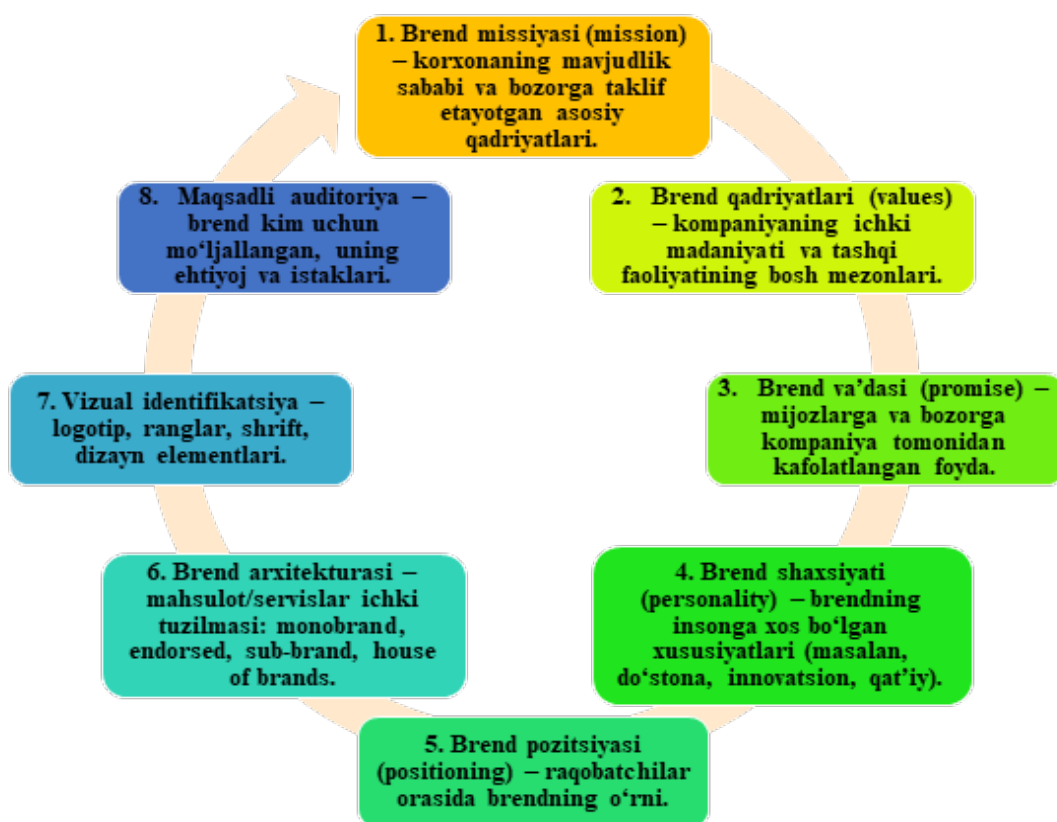
TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotda quyidagi metodlardan foydalanildi: nazariy tahlil – brend, brend arxitekturasi, brend qadriyatlari va korporativ identifikatsiya bo'yicha xalqaro va mahalliy adabiyotlar o'rganildi, kontent tahlil – yirik brendlar platformalarining strukturasi o'rganish orqali amaliy asoslar tahlil qilindi, tuzilmaviy komponentlar tahlili – brend platformasining asosiy elementlari ajratib ko'rsatildi: brend vazifasi, qadriyatlar, missiya, shaxsiyat, vizual identifikatsiya, maqsadli auditoriya.

TAHLIL VA NATIJALAR

Nazariy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, kuchli brend platforma kompaniya strategiyasining ajralmas qismi hisoblanadi. Aaker (1996) brend identifikatsiyasini to'g'ri aniqlash orqali kompaniya bozor raqobatida ustunlikka erishishini ta'kidlaydi. Keller (2013) esa brend xotirasi (brand resonance) va brend qadriyatlari uyg'unligini ta'minlash zarurligini ko'rsatadi.

Brend platformasi – bu korxonaning bozorga taklif etayotgan qadriyatlarini, maqsadini, shaxsini va va'dasini ifodalovchi strategik asosdir. U kompaniyaning tashqi va ichki kommunikatsiyalarini uyg'unlashtirib, iste'molchilar ongida barqaror va ijobiy imij shakllantirishga xizmat qiladi. Biroq, korxonalar ushbu platformani ishlab chiqishda ko'plab tizimli, resurs va strategik muammolarga duch keladi.



1-rasm. Brend platformasining asosiy komponentlari ¹.

Brend platformasini ishlab chiqish korxonaga uchun strategik ustuvorlik hisoblanadi. U kompaniyaning ichki madaniyatini mustahkamlash, bozor ishonchini oshirish va uzoq muddatli brend sodiqligini ta'minlash imkonini beradi. Shuning uchun ham, brend platformasini yaratishda chuqur nazariy tahlil, raqobatchi brendlar tahlili va iste'molchi ehtiyojlarini puxta o'rganish zarur.

Korxonaning brend platformasi, bir tomondan, ichki strategik boshqaruv vositasi bo'lsa, ikkinchi tomondan – tashqi aloqa va marketingning tayanchidir. Yaxshi ishlab chiqilgan brend platforma korxonaga faoliyatining barcha jabhalarida – mahsulot ishlab chiqarish, mijozlar bilan aloqalar, HR strategiyalarida o'z aksini topadi.

Misol tariqasida, "Artel" va "Chortoq" kompaniyalarining brend qadriyatlari – texnologik yangilik, milliylik va ishonchlilik asosida shakllangan. Bu qadriyatlar ularning mahsulot dizaynida, reklama uslublarida va xizmat ko'rsatish strategiyasida kuzatiladi.

¹ Muallif ishlanmasi.



Joriy yilning 26-may kungi mahalliy sanoatni rivojlantirish bo'yicha videoselektor yig'ilishida Prezident tomonidan muhim tasabbus ilgari surildi. Yig'ilishda 2025-yilning birinchi 4 oyida eksport 20 foizga oshgani, yuqori o'sish sur'atlari asosan kimyo, oziq-ovqat, meva-sabzavot, IT, turizm va transport xizmatlari hisobidan ta'minlanayotgani aytili. Lekin to'qimachilik eksporti 825 mln. dollar, ya'ni o'tgan yilgidan 175 mln dollarga kamroq bo'lgan. "Ko'pchilik sifatga ishlayotgani bilan buni ko'rsatib bera olmayapti. Bizdagi mahsulotlarning „nomi chiqmagani“ uchun tashqarida juda arzon sotilayapti. Mahsulot sifatini ko'rsatib, uni qimmat bozorlarga olib chiqadigan eng asosiy kalit, bu - xalqaro sertifikatlar", - dedi prezident [9]. Ushbu yig'ilishda milliy brendlarni ko'paytirish, mavjudlarini xalqaro darajaga olib chiqish bo'yicha ham yangi tizim joriy qilinishini aytili, unga ko'ra, mamlakatda Milliy brendlarni qo'llab-quvvatlash kompaniyasi tashkil qilinadi. Ushbu kompaniya: xorijdan brend-menejer, dizayner, marketolog, piar-menejerlarni olib keladi; xalqaro sertifikati bor, sifati yuqori va tashqi bozorda raqobatbardosh bo'lgan kamida 50 ta milliy mahsulotni tanlab oladi; ularga sifat belgisini berib, brendini dunyoga tanitish uchun katta targ'ibot kampaniyasini boshlaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekiston Respublikasi mustaqillikka erishganidan so'ng o'zining milliy brendini shakllantirish yo'lida bir qator muhim qadamlarni qo'ydi. So'nggi yillarda turizm, eksport, ta'lim, sport va madaniyat sohalarida olib borilayotgan faol targ'ibot ishlari orqali "Made in Uzbekistan" brendini yaratish yo'lida harakatlar kuchaymoqda. Biroq bu jarayonda mahalliy ishlab chiqaruvchi korxonalarining o'ziga xos xususiyatlari ham mavjud, bizning fikrimizcha bular quyidagilarda namoyon bo'ladi:

strategik takliflar:

- pozitsiyalash - korxonaning raqobat ustunligini (narx, sifat, servis, texnologiya) asos qilib olgan pozitsiyalash strategiyasi ishlab chiqish;
- missiya va qadriyatlar - mahalliy qadriyatlar (ishonchlilik, mehnatkashlik, halollik, samaradorlik) asosida shakllantirish;
- segmentlash - brendlar maqsadli auditoriyaga ko'ra joylashtiriladi – yoshlar, ayollar, fermerlar, tadbirkorlar va h.k.;
- multibrending - yagona korxonada turli bozorlarga moslashgan sub-brendlar yaratiladi.

amaliy takliflar:

- "Brand Book" ishlab chiqish - har bir milliy korxonada o'zining logotipi, tili, qadriyatlari va kommunikatsiya standartlarini o'z ichiga olgan rasmiy brend platformasiga ega bo'lishi kerak;
- ichki brend menejmenti - xodimlar brend elchilari sifatida tayyorlanishi kerak; ichki trening va motivatsiya tizimi brend qadriyatlariga bog'lanishi lozim;
- milliy madaniyat uyg'unligi - brend kommunikatsiyalarida milliy madaniyat, tarix va zamonaviy o'zlik uyg'unlashtirilishi lozim (masalan, milliy qadriyat, milliy naqsh, tarixiy shaxslar, milliy urf-odat va bayramlar).

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022 - 2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni. <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>
2. Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4th ed.). Pearson Education.
3. Aaker, D. A. (1996). Building Strong Brands. New York: Free Press.
4. Kapferer, J. N. (2012). The New Strategic Brand Management (5th ed.). London: Kogan Page.
5. Neumeier, M. (2005). The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. Berkeley, CA: New Riders.
6. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken, NJ: Wiley.
7. Komilov, A. (2020). Brend menejment asoslari. Toshkent: TDIU Nashriyoti.
8. Kadirov, O. (2021). Marketing va brandingda zamonaviy yondashuvlar: amaliy tavsiyalar. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi, 3(56), 22–28.
9. Mahalliy sanoat rivoji uchun yangi imkoniyatlar belgilandi. <https://president.uz/oz/lists/view/8154>



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 7

© 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>