



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№11



ISSN: 2992-8982

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

2025



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

*Elektron nashr. 1428 sahifa.
2025-yil, noyabr*

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 Sotvoldixo'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
Buzrukhonov 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.



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, 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 Choriyeich, 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
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 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 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'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

YASHIL TRANSPORT SIYOSATINING BARQAROR RIVOJLANISH VA TARMOQLARARO INTEGRATSIYADAGI O'RNI	21
Rahmonov Rasul Ne'matovich	
BANK AKTIVLARI VA PASSIVLARINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH	34
Safarov Sanjar Ravshan o'g'li	
O'ZBEKISTONNING INVESTITSION JOZIBADORLIGINI OSHIRISH STRATEGIYALARI.....	38
Madraximova Irodaxon Sherzodbek qizi	
HUDUDIIY XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA MENEJMENT SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING RAQAMLI TRANSFORMATSIYA MODELII	43
Maxmudova Nozimaxon Baxriddinxonovna	
DAVLATNING BUDJET SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISHNING DOLZARB MASALALARI	50
A.A. Ismailov	
DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIGINING MEXANIZMINI SAMARALI TASHKILLASHTIRISHDA MOLIYAVIIY MANBALARNI SHAKLLANTIRISHNI YO'NALISHLARI	56
Mansurov Mansur Alisherovich	
ANTIKRIZISLI BOSHQARUV TIZIMLARIDA RANGLI SIGNAL MEXANIZMLARINING FUNKSIYALARI.....	61
Aliqulov Aziz Haydarjonovich	
XODIMLARNI MOTIVATSIYALASHNING XALQARO MODELLARINI O'ZBEKISTON KORXONALARIDA QO'LLASH IMKONIYATLARI.....	66
Yormamatov Qodirjon Juraqulovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT OMILLARI VA ULARNING QISHLOQ XO'JALIGI KORXONALARINING SAMARADORLIGIGA TA'SIRI	71
Yaxshiyev Shahzod Sherari o'g'li	
OLIIY TA'LIM MUASSASALARI VA MEHNAT BOZORI INTEGRATSIYASI BO'YICHA XORIJIY TAJIRIBALARI	78
Haqqulov Fazliddin Faxriddinovich	
YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISHDA RIVOJLANGAN VA RIVOJLANAYOTGAN DAVLATLAR TAJIRIBASI	84
Aripov Abdulaziz Sakijonovich	
YASHIL ENERGETIKA RIVOJLANISHINING IQTISODIIY SAMARADORLIGINI EKONOMETRIK BAHOLASH.....	89
Bobokulova Muhabbat Muhammadiyeva	
ELEKTRON TO'LOVLAR VA POS TIZIMLARI — KICHIK BIZNESDA SAMARASI VA XAVFLARI	93
To'liqinov Dilshodxo'ja Olim o'g'li	
MINTAQADA RAQAMLI IQTISODIYOTNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLII YO'NALISHLARI	98
Yusubov In'omjon Ikram o'g'li	
SOLIQ SIYOSATINI RAQAMLI BOSHQARISH ORQALI BUDJET DAROMADLARINI BARQARORLASHTIRISH STRATEGIYASI.....	103
Xodjimatov Xamidullo Mamirjonovich	
OZIQ-OVQAT TOVARLARI B2B BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIIY MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH	108
Hayitboyeva Ullijon Bobonazar qizi	
FARMASEVTIKA SANOATIDA INVESTITSION FAOLIYAT SAMARADORLIGINI BAHOLASH	113
Yaqubov Timurbek G'anibekovich	
SHAXSNI OVOZI ASOSIDA IDENTIFIKATSIYALASH VA AUTENTIFIKATSIYALASH ALGORITMLARI	123
Ozoda Sabirova Shermamaxamatovna	



YASHIL IQTISODIYOT — BARQAROR RIVOJLANISH GENERATORI	129
Berdibekova Dilfuza Xoldorbekovna	
CHET EL MEHMONXONA TARMOQLARINING BRENDING STRATEGIYALARINI O'RGANISH	133
Ergashev Oybek Mamarasul o'g'li	
MILLIY IQTISODIYOTDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASINING MOLIVAVIY SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING USLUBIY JIATLARINI TAKOMILLASHTIRISH	144
Arzikulov Otabek Ali o'g'li	
TRANSPORT TIZIMI SOHASI KORXONALARINING INNOVATSION SALOHİYATINI BAHOLASH YO'NALISHLARI	152
Ismailov Akmal Maxsudovich, Abilqosimova Shaxlo Sodiқ qizi	
MEHMONXONALAR SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA XODIMLARNING O'RNI VA AHAMIYATI	158
Abduxamidov Sarvar Adxamovich, Normurodov Tal'at Normurod o'g'li	
KORXONALARDA HR TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	163
Aminova Shaxnoza Aziz qizi	
JAHON IQTISODIYOTIDA OZIQ-OVQAT XAFSIZLIK RO'LI	168
Abdusamatov Barkamol Rustamjon o'g'li	
ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ КАРАКАЛПАКСТАНА И СУЩЕСТВУЮЩАЯ ИНФРАСТРУКТУРА	174
Хошимова Камилла Навфал қизи	
DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK MEXANIZMLARI: REKREATIONS TURIZM SOHASIDA QO'LLASH TAJRIBASI VA ISTIQBOLLARI	184
Najmitdinov G'ayratbek Sharifovich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA VIRTUAL TA'LIM PLATFORMALARI: TEXNIK VA PEDAGOGIK TALABLAR, TIZIMLI TAHLIL VA IQTISODIY JIATLAR	189
Turayeva Adiba Ikramovna	
ICHKI AUDIT TIZIMI VA UNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	193
Nuridinova Barchinoy Xusniddin qizi	
MINTAQA IQTISODIYOTIDA SUV RESURLARIDAN FOYDALANISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	199
Xaitbaev Jasurbek Otaxanovich	
MINTAQANING EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMI	204
Raimboyeva Mashhura Davronbek qizi	
SURXONDARYO VILOYATIDA RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA XODIMLARNI BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH	210
Jobborov Anvar Egamberdiyevich	
ISLOMIY MOLIVALASHTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA SUN'IY INTELEKTNING DOLZARBLIGI	217
Nazarov Nodirjon Namoz o'g'li	
JISMONIY SHAXSLARNING MOL-MULKINI SOLIQQA TORTISH MASALALARI	222
Mamadjanov Shuxrat Jalolidinovich	
ENTREPRENEURSHIP AND BUSINESS MANAGEMENT IN UZBEKISTAN	225
Abdukhalikova Komila Abdukhalikovna	
BANKLARDA BARQARORLIKNI TA'MINLASH UCHUN RAQAMLI YECHIMLARNI TAKOMILLASHTIRISH	229
Saydamatova Muxlisabonu Rasuljon qizi	
PAXTA-TO'QIMACHILIK SANOATINI MODERNIZATSIYA QILISH YO'NALISHLARI: TAHLIL VA TAKLIFLAR	233
Abdullayev Hamidulla Abdug'ani o'g'li	
WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF STATE FINANCIAL REGULATION MECHANISMS IN ENSURING THE CAPITALIZATION OF INSURANCE ORGANIZATIONS	238
Abdullaev Erkinjon Azamovich	
YASHIL IQTISODIYOTNI SHAKLLANTIRISHDA YASHIL MOLIVALASHTIRISHNING NAZARIY JIATLARI	245
Xalikov S. X.	



QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORIDA KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH	245
Xudayberganov Jasur Baxodirovich	
WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF STATE FINANCIAL REGULATION MECHANISMS IN ENSURING THE CAPITALIZATION OF INSURANCE ORGANIZATIONS	251
Abdullaev Erkinjon Azamovich	
NATIJAVIYLIKKA YO'NALTIRILGAN BUDJETLASHTIRISH JARAYONINING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI VA UNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	257
Allakuliyev Akmal Baltayevich	
SURXONDARYO VILOYATIDA RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA XODIMLARNI BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH	261
Jobborov Anvar Egamberdiyevich	
TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA BOSHQARUV TIZIMINI RESURSLARNI OPTIMALLASHTIRISH ORQALI TAKOMILLASHTIRISH.....	268
Avulchayeva Feruza Jurakuziyevna	
BANKLARDA BARQARORLIKNI TA'MINLASH UCHUN RAQAMLI YECHIMLARNI TAKOMILLASHTIRISH.....	272
Saydamatova Muxlisabonu Rasuljon qizi	
ZAMONAVIY ISH JOYLARINI SHAKLLANTIRISHDA AYOLLARNING ROLI	276
Tulyaganova Aziza	
ISLOMIY MOLIYALASHTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA SUN'IY INTELLEKTNING DOLZARBLIGI.....	281
Nazarov Nodirjon Namoz o'g'li	
TURIZM MARKETINGINING NAZARIY ASOSLARI, ZAMONAVIY YO'NALISHLARI VA UNI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI.....	286
Xamidov Otabek Bakidjanovich	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASINING IQTISODIY KO'RSATKICHLAR TIZIMINI STATISTIK BAHOLASHNING USLUBIY JIHATLARI	290
Arzikulov Otabek Ali o'g'li	
ЭКОЛОГАМ ПОЧЕТ И УВАЖЕНИЕ	298
Максудова Шахиста	
DEBITOR VA KREDITOR QARZDORLIKNING MOHIYATI VA ULARNING O'ZGARISH TENDENTSIYALARI	304
Jo'raev Farruxbek Muxiddin o'g'li	
O'ZBEKISTONDA ISLOMIY MOLIYALASHTIRISH XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	307
Inomjonov Islomjon Iloxomjon o'g'li	
ENTREPRENEURSHIP AND BUSINESS MANAGEMENT IN UZBEKISTAN	311
Abdukhalkova Komila Abdukhalkovna	
МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ ИНЖЕНЕРОВ.....	315
Хурамова Фарангиз Учкун кизи	
ЦИФРОВИЗАЦИЯ НАЛОГОВ И АКЦИЗНАЯ РЕФОРМА УЗБЕКИСТАНА В ВТО	319
Дамир Рустамович Абдулов	
BANK TIZIMIDAGI ISLOHOTLAR SHAROITIDA LIKVIDLILIK RISKINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	324
Alimov Baxtiyor Murodovich	
BANK AUDITINING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI VA UNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	335
Narziyev Xayotjon Azamatovich	
O'ZBEKISTON SUG'URTA SOHASIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH MASALALARI.....	343
Abdimuminova Saodat Taxirjonovna	
TO'QIMACHILIK SANOAT MAXSULOTLARI EKSPORT FAOLIYATI TAHLILI VA BRENDDA LIDERLIK TUSHUNCHALARI.....	352
Abdulazizova Xushnoza Nayabovna	



ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-ПРАВОВЫЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ОТХОДАМИ НА ОСНОВЕ ОПЫТА РАЗВИТЫХ СТРАН И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ АДАПТАЦИИ В УСЛОВИЯХ УЗБЕКИСТАНА.....	357
Д. Мейлиева	
O'ZBEKISTON AUDITORLIK TIZIMIDA KASBDOSHLAR TOMONIDAN BAHOLASH (PEER REVIEW) TIZIMINI JORIY ETISH ISTIQBOLLARI	361
Parpiyev Jaxongir Ilhomjonovich	
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ (BIG DATA) В УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЯХ.....	366
Шарипов Бахтиёр Михлибаевич	
O'ZBEKISTONDA SUVGA BO'LGAN TALABNI VAQTLI QATORLAR ORQALI TAHLIL QILISH	375
Sarvar Mamasoliyev	
BOSHQARUV VA NAZORAT MAQSADLARIDA XARAJATLAR HISOBINI TASHKIL ETISH	383
Isomuxamedov Akbarjon Boxodir o'g'li	
MINTAQALAR BARQAROR RIVOJLANISHINI TA'MINLASHNING ASOSIY YO'NALISHLARI.....	389
Salomat NOROVA	
O'ZBEKISTON TURIZM BREND BOZORINING HOZIRGI HOLATI VA TENDENSIYALARI.....	394
Zufarov Akmal Gulamiddinovich	
INNOVATSION IQTISODIYOTDA QAYTA TIKLANUVCHI ENERGIYA MANBALARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH METODOLOGIYASI.....	404
Qodirov Baxodirjon Tursunovich	
O'ZBEKISTON SOLIQ TIZIMINI MODERNIZATSIYA QILISHDA YAGONA INTERAKTIV DAVLAT XIZMATLARI PORTALINING O'RNI VA AHAMIYATI	408
Dehqonov G'ayratjon Raximovich	
OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA INNOVATSION HAMDA TIJORATLASHTIRISH MASALALARI	414
Inoyatov Mardonbek Mo'min o'g'li	
OLIY IQTISODIY TA'LIM ORQALI EKO-INNOVATSIYALAR VA "YASHIL" INVESTITSIYALARNI RAG'BATLANTIRISH MEKANIZMLARI: SIYOSIY VA INSTITUTSIONAL DOIRALAR	418
Xasanova Zarina Maxamadaliyeva	
XODIMLAR MALAKASINI OSHIRISH — ZAMON TALABI.....	427
Narzullaev Oybek Narzullaevich	
BUXGALTERIYA HISOBINI YURITISHDA JURNAL-ORDER SHAKLINING AHAMIYATI.....	433
Axmedjanov Abdufoto	
KENDALL VA SPEARMAN TARTIBIY KORRELYATSIYA KOEFFITSIYENTLARI ASOSIDA YASHIL IQTISODIYOT INDIKATORLARINING STATISTIK O'ZARO TA'SIRINI MODELLASHTIRISH	437
Muradov Rustamjon Sobitxonovich	
ИНТЕНСИВНЫЕ И ЭКСТЕНСИВНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ В РЕГУЛИРОВАНИИ СПРОСА.....	442
Аминджанова Румейса Батыровна, Камилова Наргиза Абдукахоровна	
ИНКЛЮЗИВНЫЙ ПОДХОД В ТУРИЗМЕ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И УЗБЕКСКАЯ ПРАКТИКА	445
Азимова Шахло Таировна	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA MOLIVAVIY HISOBOTNING XAQARO STANDARTLARIGA O'TISHNING HOLATI VA TAHLILI	450
Bayjanov Sarsengaliy Xalmuratovich	
UZUM EKSPORT QILUVCHI KOMPANIYALARDA YASHIL O'TISH JARAYONINI QO'LLAB-QUVVATLASH UCHUN EKO-MARKETING VA AYLANMA IQTISODIYOT TAMOIYILLARINI INTEGRATSIYALASH.....	454
Usmonova Diyora Mahmud qizi	
UMUMTA'LIM MAKTABLARIDA XARAJATLAR SMETASI VA SHTATLAR JADVALINING TAHLILI: OPTIMALLASHTIRISH VA SAMARADORLIKNING YANGICHA USULLARI (NAMANGAN VILOYATI MISOLIDA)	461
Umarov Avzaljon Yodgorali o'g'li	
INVESTITSIYALARNING KIRIB KELISHIGA TO'SQINLIK QILUVCHI MUAMMOLARNI BARTARAF ETISH YO'LLARI.....	467
Alimova Dilafro'z Tohir qizi	



FARMATSEVTIKA KORXONALARIDA MOLIVAVIY HISOBOT SHAKLLARINI TAKOMILLASHTIRISH VA INVESTORLAR UCHUN AXBOROT OCHIQLIGINI TA'MINLASH	470
Turdikulova Gulshad Nurmamatovna	
ISHLAB CHIQRISH KORXONALARIDA MOLIVAVIY HISOBOTLARNING SHAFFOFLIGINI OSHIRISHDA MOLIVAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARINING AHAMIYATI.....	477
Uztemirov Alisher Aktam o'g'li	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA SANOAT TARMOQLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHGA YO'NALTIRILGAN BANDLIK TUZILMASINI OPTIMALLASHTIRISH	482
Tursunov Bekmuxammad Omonovich	
XORIY TAJRIBALARIDA SOLIQ BAZASINI ANIQLASH TARTIBI METODOLOGIYASINING MAVJUD METODLARI VA ULARNING XUSUSIYATLARI.....	489
Xalikchayeva Sadokat Ilxomjonovna	
IQTISODIY XAVFSIZLIKNING KONSEPTUAL ASOSLARI VA UNING MAMLAKAT IQTISODIYOTIDAGI O'RNI.....	496
Ramatillaev M.R.	
TIJORAT BANKLARIDA KREDIT RISKLARINI SUG'URTALASH VA DIVERSIFIKATSIYA QILISH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	502
Eshboyev Shahobiddin Anorqul o'g'li	
TIJORAT BANKLARI O'RTASIDAGI RAQOBATNI BAHOLASH VA KUCHAYTIRISHNING ZAMONAVIY METODOLOGIYASI: O'ZBEKISTON TAJRIBASI.....	506
Qulmetov Mansurbek Ro'zmatovich	
XALQARO REYTING TASHKILOTLARINING OLIY TA'LIM MUASSASALARIGA TA'SIRI VA MAVJUD PLATFORMALAR.....	515
O'rozboyev Xayrulla Murodboy o'g'li	
TALABALAR MOTIVATSIYASINING MEKANIZMLARI: LOYIHA ASOSIDAGI TA'LIM TEKNOLOGIYALARIDA.....	523
Kasimova (Mulladjanova) Nasiba Azimdjanyovna	
ISH KUCHIDAN SAMARALI FOYDALANISH VA NORASMIY BANDLIKNI SOYADAN CHIQRISH BO'YICHA TAKLIFLAR ISHLAB CHIQRISH	531
Pulatov Dilshod Xaqberdiyevich, Maxkamova Shaxlo Yulchiyevna, Absamatov Baxrom Danakulovich	
KASBIY TA'LIM MAZMUNIDA TA'LIM VA ISHLAB CHIQRISH INTEGRATSIYASINI RAG'BATLANTIRISH ORQALI O'RTA BO'G'IN KADRLAR TAYYORLASHNING JOZIBADORLIGINI OSHIRISH YO'NALISHLARI	538
Tojiyev Sirojiddin Sayriddinovich	
O'ZBEKISTONDA TURIZM INFRATUZILMASINI BOSHQARISH TIZIMINING TURLARI VA SHAKLLARI.....	542
Muminova Mavjuda Sharifovna	
SUV RESURLARIDAN FOYDALANISHNI STRATEGIK BOSHQARISH SAMARADORLIGI MASALALARI	547
Kadirkhodjayeva Nilufar Rahmatullayevna	
MHXSGA MUVOFIQ ASOSIY VOSITALAR HISOBINI TASHKIL ETISH MASALALARI.....	552
Aliyev Sherzod Abdixomidovich	
ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	558
Аллаева Г.Ж.	
YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISH SHAROITIDA INVESTITSION MUHITNI YAXSHILASH YO'NALISHLARI	564
Irisqulova Munisa Akmal qizi	
TASHABBUSLI BUDJET JARAYONLARI DOIRASIDA 2024-YILDA AMALGA OSHIRILGAN ISHLAR TAHLILI	569
Xamidov Xabibullo Xikmatulla o'g'li	
MINTAQA SANOATIDA AHOLI JON BOSHIGA YAQQ O'ZGARISHINING DINAMIK TAHLILI.....	574
Nabiyev G'ulom Abdusalomovich	



INFRATUZILMAVIY INVESTISIYA LOYIHALARINI DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK ASOSIDA MOLIALASHTIRISHDA RISKLARNI BOSHQARISHNING XORIJ TAJRIBALARI	583
Ergashev Axmadjon Maxmudjon o'g'li	
ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ЗЕЛЕНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В ЭКОЛОГИИ.....	587
Максудова Шахиста	
PAHTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARINING INVESTITSION FAOLIGINI OSHIRISHNING ILMIY-USLUBIY JIHATLARI	593
B.Sh.Shadmanov	
ECONOMIC INDICATORS OF SUPPLY CHAIN EFFICIENCY IN UZBEKISTAN'S EXPORT SECTOR	597
Mukhammadiyaminova Shakhzoda Sherzodovna	
BUDJET TASHKILOTLARIDA BUDJETDAN TASHQARI MABLAG'LAR HISOBI VA ICHKI AUDITNI TAKOMILLASHTIRISH.....	602
Muxtorova Maftuna Salohiddin qizi	
RAQAMLASHTIRISH JARAYONIDA BANKLARNING XAVFSIZLIGI VA MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING ILMIY-AMALIY ASOSLARI	607
Aliyeva Umidaxon Xusanboyevna	
XIZMATLAR SOHASI VA KAMBAG'ALLIK O'RTASIDAGI O'ZARO BOG'LIQLIK.....	611
Dawletmuratov Adilbay Mirzabaeovich	
PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL CLUSTERS BASED ON THE PRINCIPLES OF A "GREEN ECONOMY"	615
Boboqulov Sanjar Baxronkulovich, Kamolov Oybek Faxriddin o'g'li	
ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	620
Халимжанов Дилшод Эргашбекович	
YASHIRIN IQTISODIYOTNI INNOVATSION RIVOJLANISHDAGI O'RNI VA O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	626
Mavlyanov Muzaffar Yusupovich	
NAMANGAN VILOYATI TURIZM SOHASINING SO'NGGI YILLARDA RIVOJLANISHI VA STATISTIK TAHLILI	630
Kuymuratova Matlubaxon Abdimanabovna	
O'ZBEKISTON SHAROITIDA QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI EKSPORTINING IQTISODIY BARQARORLIGINI TA'MINLOVCHI OMILLAR TAHLILI	634
Faxriddinov Bahriddin	
INNOVATSION SHAROITDA TO'QIMACHILIK SANOATI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH	640
Sattarov Ilkhomjon Rahimjanovich	
IQLIM O'ZGARISHI SHAROITIDA SUV RESURLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO'LLARI	645
Nurmatov Norbek Jo'rayevich	
MINTAQA LOGISTIK XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION VA INSTITUTSIONAL ISTIQBOLLARI	652
Xalimov Javlonbek Shaxriyorovich	
KORXONALARNING BANKROTLIK EHTIMOLINI SUN'IY INTELLEKT YORDAMIDA PROGNOZLASH	659
Zaynutdinov Ismoil Samariddin o'g'li	
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ	665
Шомуродов Равшан Турсункулович	
MEDIA LOYIHALARINI BOSHQARISH: O'ZBEKISTON OAV AMALIYOTI TAHLILI	673
Yo'ldosheva Dilobar Jaxongir qizi	
O'QITISH NATIJALARINI ZAMONAVIY BAHOLASH TAMOYILLARI	677
Abdullayeva Sanobar Berdiyevna, Xujakulov Shaxriyor Shokir o'g'li	
MALAYZIYADA PROGRESSIV VA INKLYUZIV ISLOMIY MOLIYA TIZIMINI RIVOJLANTIRISH: 2024-YIL TAJRIBASI VA NATIJALARI	681
Safarova Nasiba Gulmurod qizi	



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОЦЕДУР ДЬЮ-ДИЛИДЖЕНС В АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ.....	687
Прокудина Кристина Александровна	
HUDUDLARDA INVESTITSIYA SALOHİYATINI OSHIRISH YO'NALISHLARI	692
Xalilova Madinabonu Abduraxmon qizi	
LIZING MUOMALALARI HISOBINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH	701
Baxadirov Alisher Komilovich	
TIJORAT BANKLARINING JISMONIY SHAXSLAR DEPOZITLARI VA ULARNI OPTIMALLASHTIRISH YO'LLARI	705
Melikov Otabek Maxmadaminovich	
TIJORAT BANKLARIDA RAQAMLASHTIRISH VA EKOTIZIMNI RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI	711
Erkinova Feruza Najmitdinovna	
DAVLAT SEKTORIDA ICHKI NAZORAT TIZIMINI BAHOLASHDA SUN'IY INTELEKTDAN FOYDALANISH: XAVF YOKI IMKONIYAT	717
Ostonokulov Azamat Abduraimovich, Tadjiev Erkin Muxitdinovich	
SUN'IY VA KIMYOVIY TOLALARNING TO'QIMACHILIK SANOATIDA EKOLOGIK BARQARORLIKNI TA'MINLASHDAGI O'RNI	723
Raximov Furqat Jalolovich	
OLIY TA'LIM MASSASALARINING MOLIVAVIY RESURLARINI BOSHQARISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	728
Mahmudov Akbar Abduraimovich	
TA'LIM XIZMATLARI BOZORINI TAKOMILLASHTIRISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLAR.....	733
Abdullayev Suyun Artikovich	
O'ZBEKISTONDA AVTOMOBILSOZLIK KORXONALARIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA JARAYONLARI: "UZAUTO MOTORS" AJ AMALIYOTI VA NATIJALARI.....	737
Allabergenov Azamat Joldasbayevich	
WAYS TO USE MARKETING DATA IN THE MANUFACTURING ENTERPRISE VALUATION PROCESS	742
Musayeva Shoirazimovna, Usmonova Dilfuza Ilkhomovna	
KICHIK SANOAT KORXONALARI O'RTASIDAGI ISHLAB CHIQARISH VA KOOPERATIV ALOQALAR HOLATI.....	747
Boyutrayev Olimjon Urayimovich	
BANK RISKLARI VA ULARNI TA'SIRINI EKONOMETRIK MODELASHTIRISHDA STATISTIK HISOBOTLARNI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	753
Kamoldinov Sardorbek Maxammasobir o'g'li	
O'ZBEKISTONDA AYOLLARNING ISH BILAN BANDLIGINI OSHIRISH IMKONIYATLARI	761
Eshqobulova Charos O'roq qizi	
O'ZBEKISTONNING BARQAROR RIVOJLANISH KONSEPSIYASI: TARIXIY MEROS VA ZAMONAVIY YASHIL TEXNOLOGIYALAR UYG'UNLIGI.....	766
Azimova Shohista Salohiddinova	
SOLIQ TIZIMIDA RAQAMLI MARKIROVKALANGAN TOVARLARNI RAQAMLASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH MUAMMOLARI	770
Muxammadov Nodir Karimovich	
BIZNES JARAYONLARINI OPTIMALLASHTIRISHDA "LEAN MANAGEMENT" TIZIMINI JORIY ETISHNING ILMIY ASOSLARI	775
Muhiddinov Ozodbek Ikromjon o'g'li, Shakirova Gulrux Po'latjon qizi, Ozodbek Musayev	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASINING TURISTIK POTENTIALI UMUMIY TAVSIFI.....	783
Madaminova Sanobar Askarovna	
KICHIK BIZNES KORXONALARIDA EKSPORT MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQARISH KONSEPSIYASINI SHAKLLANTIRISH VA RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI.....	789
Boymirzayev Zokirjon Mashrabboyevich	
AHOLINING TURMUSH DARAJASI VA UNING KO'RSATKICHLARI.....	794
Sayitbayev Shermirza Datkamirzayevich	



KORXONA ASOSIY XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKT SIFATIDA AHAMIYATI.....	799
Yuldashova Yoqutoy Murodjon qizi, Yuldashev Abduhakim Abdukarimovich	
DAVLAT ISHTIROKIDAGI KORXONALARNI XUSUSIYLASHTIRISH JARAYONIDA KADRLAR SALOHIYATINI SAQLAB QOLISH VA RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI.....	803
Bekchanov Ruslan Ambiyatovich	
PARALLEL KORPUS ASOSIDA INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA QISHLOQ XO'JALIK ATAMALARINING EKVIVALENTLIK XUSUSIYATLARI.....	807
Yulduz Xalilova Nasriddinovna	
KOLBASA VA GO'SHT MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQUARISHDA CHIQUINDISIZ ISHLAB CHIQUARISH ("ZERO WASTE") MODELINING ROLI: XORIJIY TAJRIBA VA O'ZBEKISTON SHAROITIDAGI AMALIY YO'NALISHLAR.....	810
Eshtemirova Anora Norboy qizi	
EKSPORTYOR KORXONALARDA TOVAR VA XIZMATLAR EKSPORTI BO'YICHA QO'SHILGAN QIYMAT VA FOYDA SOLIG'INI TO'G'RI HISOBLANISHI TAHLILI VA ISTIQBOLLARI.....	814
Sobirova Xilola Rustam qizi	
O'ZBEKISTONDA TO'QIMACHILIK VA TIKUV-TRIKOTAJ SANOATI RIVOJLANISHINING MILLIY RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDAGI O'RNI	819
Ikramova Taxmina Latifovna	
YANGI RIVOJLANAYOTGAN BOZORLARIDA HR QAROR QABUL QILISH JARAYONINI TAKOMILLASHTIRISHDA IQTISODIY TA'LIMNING ROLI	824
Dilfuza Shokirova	
UZOQ MUDDATLI AKTIVLAR HISOBINI XALQARO BUXGALTERIYA STANDARTLARI ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH.....	833
Abdiev Mutolib Anvar o'g'li	
DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK TIZIMINING NAZARIY VA USLUBIY ASOSLARI	838
Raximjonova Shohsanam Baxodirovna	
AKTIVLAR VA MAJBURIYATLARNI MHXS ASOSIDA BAHOLASHNING ZARURIYATI VA AHAMIYATI	842
G'anibayev Iloxomjon Shokiraliyevich	
XORIJIY INVESTITSIYALARNI JALB QILISH JARAYONINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA HUDUDIIY IQTISODIY RIVOJLANISH BILAN BOG'LIQLIGI	847
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, Turdimuratova Aziza Alisherovna	
AGRAR ISHLAB CHIQUARISHNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA "QISHLOQ XO'JALIGI-4.0" VA "AQLLI QISHLOQ XO'JALIGI" KONSEPSIYALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH.....	851
Yusupov Muxiddin Soatovich	
PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARINI MOLIYALASHTIRISH MANBALARINI GURUHLASH VA BAHOLASH.....	860
Davlyatov Bekzodjon Aslanxojayevich	
TA'LIM TIZIMINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHDA XORIJ TAJRIBASINING AHAMIYATI	864
Sobirov Shaxzod Ozod o'g'li	
O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI SOLIQQA TORTISHNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	868
Karimov Mirolimjon Karimjon o'g'li	
ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ УЗБЕКИСТАНА.....	875
Аликулов С. А., Хамракулова О. Д.	
YASHIL IQTISODIYOTDA KORXONALAR BOSHQARUV MEKANIZMLARINING EVOLYUTSIYASI: KONSEPTUAL TAHLIL.....	880
Nabiev Bobur Muhammadqosim o'g'li	
SUD-HUQUQ TIZIMINI YANADA DEMOKRATLASHTIRISH: JORIY HOLATI, MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR.....	884
Majidov Muslimbek Maxamadjon o'g'li	



IQTISODIYOTNI LIBERALLASHTIRISH SHAROITIDA QISHLOQ XO'JALIGIDA KLASSTERLARNI TASHKIL ETISHNING TASHKILIY-HUQUQIY ASOSLARI.....	889
Xo'jageldiyev Chorshanbi Pardayevich	
O'ZBEKISTONDA YASHIL TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY INNOVATSION TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH.....	893
Shaymanova Nigora Yusupovna	
XO'JALIK FAOLIYATINI SAMARADORLIGI VA BIZNES HOLATINI BAHOLASH	899
Abdukarimova Muslima Abduaziz qizi, Yuldashev Abduhakim Abdukarimovich	
CROSS-BORDER E-COMMERCE IN CENTRAL ASIA.....	904
Bakhtiyorjon Komilov	
O'ZBEKISTONDA NORASMIY SEKTOR ISHCHILARINING PENSIYA TA'MINOTI MASALALARI.....	908
Abdulazizova Nargiza Baxodir qizi	
KORXONA VA TASHKILOTLARDA QOG'OZ SARFINI OPTIMALLASHTIRISHDA JAHON TAJRIBASI	913
Oripov Mirzo Mahmudovich	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЗАЩИТЕ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ОТ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН).....	917
Ибраимова Махсура Уснатдин кизи	
KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA BOSHQARUV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	922
Xasanova Robiyaxon Kamoliddin qizi	
THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES ON THE PROCESSES OF DIGITAL TRANSFORMATION IN THE INSURANCE INDUSTRY.....	927
D.D.Omonova	
THE ROLE OF INTERNATIONAL FINANCIAL INSTITUTIONS IN THE GLOBAL ECONOMY AND THEIR STAGES OF DEVELOPMENT	933
Yovkochev Sherzod	
YURIDIK SHAXSLARNI YIRIK SOLIQ TO'LOVCHILAR TOIFASIGA KIRITISH MEZONLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	941
To'raqulov Bekzod Hazratqul o'g'li	
BUTUNJAHON SAVDO TASHKILOTIGA A'ZO BO'LIHDA SOLIQ TIZIMINI TRANSFORMATSIYA QILISHNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI.....	945
Xojakbar Zaynabidinov	
BANK TIZIMIDA TAVAKKALCHILIK TUSHUNCHASI VA UNI BAHOLASHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI	950
Malikova Dilrabo Muminovna, Shakarova Kumush Faxriddin qizi	
REAL SEKTOR TARMOQLARINI KREDITLASHDA MOLIVAVIY BARQARORLIKNI TA'MINLASH YO'LLARI.....	955
Savurbayev Zafar Abdumuminovich	
INVESTITSIYA JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA IQTISODIY BARQARORLIK OMILLARI VA ULARNING BOSHQARUVI	960
D. G. Bazarov	
YANGI O'ZBEKISTONDA DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK SOHASINI YANADA TAKOMILLASHTIRISH HAMDA KOMPLEKS TIZIMLASHTIRISH	966
Abdullayev Javohir Abdumalik o'g'li	
XIZMATLAR KO'RSATISH KORXONALARIDA INNOVATSIYA FAOLIYATINI SAMARALI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH: IQTISODIY TAHLIL VA ISTIQBOLLI TAVSIYALAR	971
Xudayberdiyeva Nargiza Nizomiddin qizi	
MINTAQADA KICHIK BIZNES KORXONALARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	976
Ergashev Jamshid Jamoliddinovich	
TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INNOVATSION MAHSULOTLARNI ISHLAB CHIQRISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	981
Mirzayev Kobil Nosirjonovich	



PUL AYLANMASINI TASHKIL QILISHNING XORIJ TAJRIBASI VA O'ZBEKISTONDA FOYDALANISHNING IMKONIYATLARI.....	987
Gadoyev So'hrob Jumakulovich	
MARKETING VA TOVAR STRATEGIYALARINI ISHLAB CHIQISH	993
Ibadullayeva Sevara Allashukurovna, Yuldashev Abduhakim Abdukarimovich	
PILLACHILIK SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA INVESTITSIYA VA DAVLAT KO'MAGIGA OID METODOLOGIK YONDASHUVLAR	998
Xudoykulov Mamarasul Radjabovich	
SURXONDARYO VILOYATIDAGI KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING QURILISH SOHASIDAGI ULUSHINING TREND MODELLARI ORQALI TAHLILI	1005
Mamatkulova Xurshida Nasrullayevna	
THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF TEXTILE PRODUCTS MARKET SEGMENTATION	1012
Ibaydullaeva Feruza Kholjuraevna	
O'ZBEKISTONNING JINOIY FAOLIYATDAN OLINGAN DAROMADLARNI LEGALLASHTIRISHGA QARSHI KURASH TIZIMIGA SUN'YI INTELLEKTNI INTEGRATSIYASI: BANK SEKTORIDA JORIY ETISHNING POTENSIALI VA TO'SIQLARINI BAHOLASH	1018
Rashidov Avazbek Raximovich	
UZOQ MUDDATLI AKTIVLAR HISOBINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH.....	1025
Shermatov Sirojiddan Xaydarovich	
РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УСОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ КОМПОНЕНТОВ ПРОЕКТА «БЕЗОПАСНЫЙ ГОРОД»	1029
Иминов Акбаржон Одилжонович	
XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARIDA BOSHQARUV SALOHİYATINI OSHIRISH	1034
Tleubergenov Raxat Shahibaevich	
THE ROLE OF ESG IN ADVANCING CORPORATE REFORMS IN UZBEKISTAN	1038
Zakhidov Azizbek Rustamovich	
O'ZBEKISTONDA MARKETING ROLI ORQALI IQTISODIY SIYOSATGA TA'SIRI.....	1043
Egamberdiyev Muzaffar	
DAVLAT BUDJETI JARAYONINI OPTIMALLASHTIRISH YO'NALISHLARI: XALQARO TAJRIBA VA O'ZBEKISTON AMALIYOTI	1046
Nosirov Islombek Xurram o'g'li	
O'ZBEKISTONDA JISMONIY SHAXSLARDAN OLINADIGAN DAROMAD SOLIG'INING PROGRESSIV STAVKASINI JORIY ETISH MEXANIZMI	1052
Pulatov Dilshod Xaqberdiyevich, Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich, Xujamuradov Abrorbek Ro'zimurat o'g'li, Otabekov Otajon G'ayrat o'g'li, Abdiyev Mansur Musurmonovich	
KORXONANING MODDIY BAZASI	1060
Ozodova Shahzoda Ulug'bek qizi	
FINTECH-STARTAPLAR VA TIJORAT BANKLARI HAMKORLIGI: SINERGETIK INTEGRATSIYA VA INNOVATSION EKOTIZIM SHAKLLANISHI	1064
Normo'minov Temurbek Sheraliyevich	
DAVLAT FUQAROLIK XIZMATCHILARINING MEHNATIGA HAQ TO'LASHDA YANGI YAGONA TARIF SETKASINI JORIY ETISH MASALALARI	1069
Oqiljonov Azizjon Olimjon o'g'li	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	1074
Хасилова Висола Шоохоровна	
HARD WORK, INDEBTEDNESS AND HOPE: A SOCIO-ECONOMIC LOOK OF MODERN LABOR	1078
Rakhmatullayev Sarvar Nazar o'g'li, Abdukarimova Muborak Sharaf qizi, Madrakhimova R. G.	
KORXONALARDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI VA ULARNI HISOBGA OLISH.....	1085
Muradova Minavvar Izzatullayevna	
O'ZBEKISTONDA AKT SOHASINING HOZIRGI HOLATI VA RIVOJLANISH DINAMIKASI: SAMARADORLIKNI BAHOLASH VA RAQAMLASHTIRISHNING MUAMMOLARI	1089
Salibaev Xabibullo Negmatullaxanovich	



TIJORAT BANK KREDIT PORTFELINING SIFAT BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	1094
G'aybullayev Odil Baxtiyarovich, Amanova Xurshida Inyatullaevna	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA O'ZINI-O'ZI BAND QILISH ORQALI KAMBAG'ALLIKNI PASAYTIRISH MASALALARI.....	1099
Azimova Hulkar Egamberdiyevna	
СОКРАЩЕНИЕ БЕДНОСТИ КАК СОЦИАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕФОРМЫ УЗБЕКИСТАНА.....	1103
Амирджанова Ситора Суннат кизи	
IQTISODIY JARAYONLARNI BOSHQARISHDA OPTIMALLASHTIRISH MODELLARI VA ULARNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI.....	1108
Ibragimov Nodir Nusriddinovich	
MARKETINGDAGI ISTE'MOLCHILAR MOTIVATSIYASIDA NAFLILIK NAZARIYALARIDAN FOYDALANISH.....	1113
Jalilov Jamshid G'anijonovich	
AHOLI ZICH HUDUDLARDA KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHINING HOZIRGI HOLATI TAHLILI ANDIJON VILOYAT MISOLIDA.....	1119
Karimov Abdusamat Ismonovich, Bo'stonova Nilufar Abdusmatovna	
CHAKANA SAVDO KORXONALARIDA ISTE'MOLCHILAR XULQ-ATVORINING SAVDO HAJMIGA TA'SIRINING TAHLILI.....	1125
Haydarova Mohichehra Xurram qizi	
BOSHQARUV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHDA AXBOROT-KOMMUNIKATSION TEXNOLOGIYALARNING O'RNI.....	1131
Haydarov Husanboy Ahmadjon o'g'li	
DAVLAT QARZINING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI: PANEL MA'LUMOTLAR TAHLILI.....	1135
Sanakulova B. R., Jamolov M.M.	
AUDITNING XALQARO STANDARTLARI ASOSIDA HISOBOT SANASIDAN KEYINGI HODISALAR AUDITI.....	1142
Muydinov Erkin Djамaldinovich	
AUTSORSING FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISH MEXANIZMLARI.....	1148
Xamidov Anis Choriyevich	
BIOCHEMICAL CHANGES IN THE BODY DURING THE PERIOD OF FATIGUE AND REST AFTER WORK FOR ATHLETES.....	1153
Yoldasheva Roila Jumaevna, Ruyobova Shakhlo Anvar qizi	
KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHGA OID XORIJIY MAMLAKATLARNING ILG'OR NAZARIYALARI VA YONDASHUVLARI.....	1159
Muradova Nazira Raximjanovna	
XORAZMDA IQTISODIY BARQARORLIK MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	1165
Xudayorova Munira Omonboy qizi	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA INNOVATSION BUXGALTERIYA HISOBINI JORIY ETISH.....	1170
Mirzayev Komiljon Abdullajonovich	
SOLIQ MA'MURCHILIGI MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI SOLIQ SOLISH BAZASINI KENGAYTIRISH IMKONIYATLARI.....	1175
Jononmirzayeva Dilafruz Ilhom qizi	
ИЗБАВЛЕНИЕ ОТ ИНФЛЯЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ МЕТОДОВ И МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	1180
Абидов А.А., Ахраров Б.С., Паязов М.М., Ахмедов А.М.	
O'ZBEKISTONDA YOSHLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISH VA INNOVATSION BIZNES TASHABBUSLARINI QO'LLAB-QUVVATLASH MEXANIZMLARI.....	1185
Karimova Mavjuda Boxodirovna	
INVESTITSIYA MUHITINI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI YUQORI TEXNOLOGIYALI TARMOQLARNI RIVOJLANTIRISH VA IQTISODIY BARQARORLIKNI TA'MINLASH.....	1189
Raxmatova Nargizaxon A'zamxonovna	



O'ZBEKISTONDA ELEKTRON PULGA O'TISH ISTIQBOLLARI, KORRUPSIYA VA YASHIRIN IQTISODIYOTGA QARSHI KURASHISHDA KUTILAYOTGAN SAMARADORLIK	1195
Pulatov Dilshod Xaqberdiyevich, Abdiyev Mansur Musurmonovich	
KICHIK BIZNES TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI IQTISODIY XAVFSIZLIGI MASALALARI	1202
Anafiyayev Abdurashid Mamasidiqovich	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI HISOBINI AVTOMATLASHTIRISH	1206
Xusinov Ibragim Ismoilovich	
ЭВОЛЮЦИЯ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ ТУРЦИИ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕГРАЦИИ В ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦЕПОЧКИ	1210
Солиев Абдумаджид Джабборович	
MAKTABGACHA TA'LIM TASHKILOTI DIREKTORINING MOLIVAVIY SAVODXONLIGI: NAZARIYA VA AMALIYOTI.....	1215
Abdullayeva Nafisa Shavkatovna, Boymuradov Normurod Abdusodikovich	
TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIGA MOLIVAVIY HIMOLA XIZMATLARI KO'RSATISHNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	1220
G'aniyeva Nozima Alijon qizi	
ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА КЛАСТЕРИЗАЦИИ КОКОНОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ШЕЛКОВОМ ОТРАСЛИ УЗБЕКИСТАНА.....	1225
Ходжиматов Равшанбек Расулжанович	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA ISH BILAN BANDLIK SHAKLLANISHINING XORIY TAJRIBASI	1231
Abdusaidov Akmal Abduvaliyevich	
TEMIR YO'L TRANSPORTI KORXONALARIDA MOLIVAVIY-IQTISODIY BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISH UCHUN KONTROLLING VOSITALARINI JORIY ETISH.....	1236
Kayumov Zafarbek Odil o'g'li	
BANK HR JARAYONLARIDA SUN'IY INTELLEKTNI QO'LLASH IMKONIYATLARI.....	1243
D. Djabbarova	
MEHNAT BOZORIDA NORASMIY BANDLIKNI QISQARTIRISH MEXANIZMLARI	1247
Mirzakarimova Muyassarxon Muminovna	
IJTIMOY XIZMATLAR TIZIMIDA DAVLAT VA NODAVLAT SEKTORINING O'ZARO ALOQASI HAMDA XORIYIY TAJRIBA TAHLILI.....	1251
Berdiyeva Nafisa Qahramonovna	
ПРИМЕНЕНИЕ КОНТРОЛЛИНГА В ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА	1257
Каямов Зафарбек Одил угли	
BILVOSITA SOLIQLAR HISOBINI TASHKIL ETISHDA SOLIQ NAZORATINING AHAMIYATI	1263
Djalilov Rahmonkul Hamidovich	
INVESTITSION FAOLIYATNING IQTISODIY MOHIYATI VA UNING SANOAT RIVOJLANISHIDAGI O'RNI	1268
Yuldoshev Sobir Fayzullayevich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI IQTISODIYOTINING TRANSFORMATSIYASI SHAROITIDA AHOLI DAROMADLARINING TAQSIMOT TAHLILI.....	1272
Bayxonov Baxodirjon Tursunbayevich	
TIJORAT BANKLARIDA RAQAMLI MARKETINGNI QO'LLASHNING XORIY TAJRIBASI.....	1277
Raxmatova Shaxnoza Rustamovna, Ochilova Dilnoza Ismoil qizi	
ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОЙ ЗАНЯТОСТИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ	1283
Б.С. Разакова	
ZAMONAVIY TURISTIK KLASSTERLARNI BOSHQARISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI	1289
Azim Pulatov	
O'ZBEKISTONDA YOSHLAR BANDLIGINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI VA DAVLAT SIYOSATINING SAMARADORLIGI	1296
Qodirov Baxodirjon Shuhratovich	



YASHIL TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA SANOAT KORXONALARINING ISHLAB CHIQUARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING AHAMIYATI	1302
Ergashev Sanjarbek Sobirjon o'g'li	
ONLAYN TA'LIM PLATFORMALARI INTERAKTIV CHATBOTLARI SAMARADORLIGINI KOMPLEKS BAHOLASH	1306
Zaripova Mukaddas Djumayozovna, Yusupova Asila Xidirqul qizi	
TO'QIMACHILIK SANOATI KORXONALARINING MOLIVAVIY BARQARORLIGINI BAHOLASHNING TAKOMILLASHTIRILGAN USLUBIYOTI	1313
Abdullayeva Sevaraxon Xasanovna	
ZARAFSHON MINTAQASI HUDUDLARIDA IQTISODIY MUTANOSIBLIKKA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI VA ULARNING O'ZGARISH TENDENSIYALARI	1320
Murtazayev Isabek Bazarbayevich	
O'ZBEKISTONDA AHOLI TURMUSH DARAJASINI YAXSHILASHNI MOLIVAVIY MANBALARI	1327
Mansurov Mansur Alisherovich, Xolbekova Dilobarxon Rasuljon qizi	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA MONETAR SIYOSATNING TRANSMISSIYA MEXANIZMLARI SAMARADORLIGI.....	1330
Boltayeva Nilufar Shavkat qizi	
HUDUDIIY TURIZM RIVOJLANISHIDA BARQAROR BOSHQARUV STRATEGIYALARINI ISHLAB CHIQISH	1336
Barakayev Elbekjon Abdulla o'g'li	
O'ZBEKISTON TA'LIM TIZIMIDA DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK MEXANIZMINI JORIY ETISH.....	1343
Yuldashev Kodirjon Mamadjanovich	
ILG'OR XORIJIY DAVLATLAR TAJRIBASIDA BOSHQARUV XODIMLARI QOBILIYATLARIDAN FOYDALANISH ORQALI KORXONA SALOHİYATINI YUKSALTIRISH YO'LLARI.....	1348
Ayubxon Qutbiddinov Bosit o'g'li	
INTEGRATSIYALASHGAN XARAJATLAR TAHLILI: ISHLAB CHIQUARISH VA LOGISTIKA XARAJATLARINING MAHSULOT TANNARXIGA TA'SIRI	1353
Zokirjonov Asadbek Otabek o'g'li, Xashimova Zuhraxon Kahramonovna	
QASHQADARYO VILOYATI SANOATINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASINING ASOSIY YO'NALISHLARI VA ULARNI EKONOMETRIK MODELAR YORDAMIDA BAHOLASH	1358
Raxmatullayev Doston Asad o'g'li	
MAKTABGACHA TA'LIM MUASSASALARIDA BOLALAR TA'MINOTIGA OTA-ONALAR TOMONIDAN HAQ TO'LASH VA UNDA FOYDALANISH TARTIBINING BUXGALTERIYA HISOBI.....	1361
Ro'ziboyev Oybek Baxromovich	
KICHIK BIZNESNING HUDUDIIY ISH BILAN BANDLIKKA TA'SIRI.....	1367
Qulmatov Alimjan Abdulloyevich	
INDUSTRIYA 4.0 SHAROITIDA KASBLAR TARKIBI TUZILMASI VA KOMPETENSIYALAR TRANSFORMATSIYASI	1371
Mirzakarimova Muyassarxon Muminovna	
RAQAMLI IDENTIFIKATSIYA (E-ID) TIZIMINING G'AZNACHILIK OPERATSIYALARIDA QO'LLANISH ISTIQBOLLARI	1375
Raximov Shaxzod Maxsudjanovich	
IQTISODIYOTNI RAQAMLI TRANSFORMATSIYALASH SHAROITIDA AVTOMOBIL SANOATI KORXONALARINING INVESTITION FAOLIYATINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISH	1380
Kasimova Nozima Omilovna	
METHODOLOGY FOR ASSESSING THE EFFECTIVE PERFORMANCE OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0.....	1384
Kudaynazarova Dilnaz Koshkarbaevna	
TEACHING PROGRAMMING COLLABORATIVELY THROUGH GOOGLE COLAB AND GITHUB INTEGRATION	1388
Saidova Difuza Ergashovna	
O'ZBEKISTONDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASHNING ASOSIY YO'NALISHLARI	1392
Djumayev Zayniddin Axmedovich	



ЦИФРОВАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ УЗБЕКИСТАНА: КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОСНОВА И КЛЮЧЕВЫЕ ОРИЕНТИРЫ	1397
Киличева Феруза Бешимовна	
ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНСТИТУЦИОННЫХ НОРМ О СОБСТВЕННОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СВОБОДЕ В УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА	1401
Абдуллаева Мавлюда Садыковна	
KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNI INNOVATSION IQTISODIYOTDA QO'LLAB-QUVVATLASH STRATEGIYALARI.....	1407
Mirzaaxmedov Nodirbek Shavkatovich	
KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI TAHLIL QILISH VA MARKETING STRATEGIYASINI TANLASH	1414
Yoqubjonova Dildora Timur qizi	
TURISTIK XIZMATLAR BOZORINING XUSUSIYATLARI VA BRENDLASH IMKONIYATLARI	1420
Yusupova Moxinur Farxod qizi	



TURISTIK XIZMATLAR BOZORINING XUSUSIYATLARI VA BRENDLASH IMKONIYATLARI

Yusupova Moxinur Farxod qizi

TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Email: mohiwka_93@mail.ru

Annotatsiya. Mazkur maqolada yo'nalmani brendlashning turizm bozorlari raqobatbardoshligiga ta'siri empirik jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqot uch mintaqa bo'yicha xalqaro va mahalliy sayyohlar haqidagi ma'lumotlarga tayangan holda, TOPSIS va MIMIC–SEM metodologiyalari orqali yashirin brendlash konstruktsiyalarini baholaydi. Natijalar madaniy haqiqatparastlik, raqamli ishtirok va xizmat sifati yo'nalma jozibadorligini shakllantiruvchi asosiy omillar ekanini ko'rsatadi. Raqamli ekotizimlar, kirish imkoniyati va xizmat innovatsiyalari barqaror o'sishni qo'llab-quvvatlovchi strategik ustunliklar sifatida namoyon bo'ladi. Tadqiqot siyosatchilar uchun mintaqaviy farqlarni hisobga olgan holda yo'nalma-brend strategiyalarini takomillashtirish bo'yicha amaliy xulosalar beradi.

Kalit so'zlar: turizm brendlashi, madaniy haqiqatparastlik, raqamli ishtirok, yo'nalma jozibadorligi, TOPSIS, SEM modeli.

Abstract. This article provides an empirical assessment of how destination branding influences the competitiveness of tourism markets across three distinct regions. Drawing on data from both international and domestic tourists, the study employs TOPSIS and MIMIC–SEM methodologies to evaluate latent branding constructs. The findings indicate that cultural authenticity, digital engagement, and service quality are critical determinants of destination attractiveness. Digital ecosystems, accessibility, and service innovations emerge as strategic drivers that support sustainable growth. The study offers practical implications for policymakers aiming to refine destination-brand strategies by incorporating regional dynamics and market-specific characteristics.

Key words: tourism branding, cultural authenticity, digital engagement, destination attractiveness, TOPSIS, SEM model.

Аннотация. В данной статье проводится эмпирический анализ влияния брендинга туристских направлений на конкурентоспособность региональных туристских рынков. Используя данные международных и местных туристов по трём регионам, авторы применяют методологии TOPSIS и MIMIC–SEM для оценки латентных конструкций брендинга. Результаты показывают, что культурная аутентичность, цифровая вовлечённость и качество услуг являются ключевыми факторами формирования привлекательности направления. Цифровые экосистемы, доступность и сервисные инновации выступают в качестве стратегических преимуществ, обеспечивающих устойчивый рост. Исследование предлагает практические выводы для разработчиков политики по совершенствованию стратегий «направление-бренд» с учётом региональных различий.

Ключевые слова: брендинг туризма, культурная аутентичность, цифровая вовлечённость, привлекательность направления, TOPSIS, модель SEM.

KIRISH

Natijalar shuni ko'rsatadiki, yo'nalmani brendlash raqobat ustunliklarining ayrimlarini sezilarli darajada kuchaytirishi mumkin. Bu ustunliklar farqlanish va barqaror o'sish uchun muhim ahamiyatga ega. Xizmat sifati va narx siyosatidan tashqari, rivojlangan va rivojlanayotgan bozorlarda kuzatilayotgan iste'molchilarning yangi xatti-harakatlari namunasi bozorlarga moslashuvchanlikni tushunishda muhim omillardan biridir. Ushbu tadqiqotning maqsadi — sayyohlarning tasavvuri, madaniy o'zlik va xizmatlarda innovatsiyalar kabi brendlash omillari bo'yicha empirik tahlilni taqdim etishdir. Biz to'rt fasl davomida qulay transport kirishiga ega va har xil xizmat darajalarini taklif etuvchi hududlarga doimiy ravishda ko'proq sayyohlar tashrif buyurgan turizm bozorlarining strukturaviy ko'rsatkichlarini solishtirishni maqsad qildik. Tadqiqotda xalqaro sayyohlar (N = 500–700) va ichki sayyohlar (N = 800–1000) qamrab olinib, ikkilamchi ma'lumotlar to'plamidan foydalangan holda raqobatbardoshlik, yo'nalma jozibadorligi va yashirin brend salohiyatini baholash uchun TOPSIS metodologiyasi asosida reyting ishlab chiqildi. Birlashtirilgan MIMIC SEM dizaynidan foydalanib, biz xizmat ko'rsatkichlarining o'zaro ta'siri va ularning bozor segmentlari bo'yicha qanday farq qilishini o'rganish orqali yashirin konstruktsiyalarni baholadik. Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, madaniy haqiqat va brend pozitsiyasi



sayyohlar orasida tasavvurni shakllantirishda muhim omillar hisoblanadi. Taqqoslovii nuqtayi nazardan qaralganda, ko'p darajali tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, brend kuchining o'zgaruvchanligi strukturaviy omillar hamda yo'nalmaning imidji, bozorga kirish imkoniyati va reklama qamrovi kabi xizmatga asoslangan dinamikaga bog'liq. Yashirin strukturadagi farqlar va bozori diversifikatsiyalashgan hamda barqaror bo'lgan hududlar turizm va brend rivojining barqarorligini chuqurroq o'rganishni talab qiladi. Ushbu tadqiqot turizm brendlashining siyosiy va boshqaruv nuqtayi nazaridan qo'llanilishi mumkin bo'lgan keng qamrovli xulosalarni taklif etadi hamda global va mintaqaviy bozorlarda "yo'nalma-brend" raqobat modeli tuzilmasi va qiymati haqida yangi savollarni ochib beradi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli kommunikatsiya yo'nalmani brendlashga ta'sir ko'rsatadi, chunki u an'anaviy marketing kanallariga bo'lgan ehtiyojni kamaytiradi. Brend ko'rinishchanligi kamaygani holda, turizm brendlari endi ommaviy axborot vositalari yoki statik reklama materiallariga tayanmasdan, jismoniy mavjudlik orqali sayyohlarni jalb qilish yoki ushlab turish o'rniga, raqamli ekotizimlar orqali bir necha soniya ichida bunga erisha oladi. Texnologik taraqqiyot samarali brendlash modellari ishlab chiqilishidan avval turizm sohasida imkoniyatlar doirasini kengaytirgani va operatsion to'siqlarni kamaytirgani isbotlangan (Keller va boshq., 2008).

Yo'nalmani brendlash sayyohlarning tasavvuri va bozor jozibadorligiga ta'sir ko'rsatadi, bu esa quyidagi omillar orqali aniqlanadi: e'tiborni xarid qilish xarajatlarning kamayishi, iste'molchilar tarmog'idagi ishonchning oshishi, raqamli platformalar orqali qaror qabul qilishga ta'sir o'tkazish imkoniyati va qiymat yaratishni kuchaytiruvchi hamkorlik strategiyalari. Raqobatbardosh turizm bozorlari doirasidagi yetakchi tadqiqotlar har doim brendlar strategik darajada erisha oladigan kirish imkoniyati, haqiqatparastlik va madaniy muvofiqlikka urg'u berib kelgan; bu esa turizm hayotiy tsiklining "yo'nalma — mahsulot" konsepsiyasi bilan chambarchas bog'liqdir.

Brendning izchil bo'lishi asosan quyidagi omillar bilan izohlanadi: xizmatlarning parchalanganligi, turizm sohasidagi brendlash harakatlarining notekis taqsimlanishi, bozordagi murakkabliklar sababli kengaytirish imkoniyatining cheklanganligi, shaxsiylashtirilgan tajribalarga bo'lgan talabni qondira olmaslik hamda tuzilmaviy va tasavvurga asoslangan nomutanosibliklar. Shunga qaramay, brendlash hanuz muhim ahamiyatga ega. Turizm xizmatlari tasavvurini shakllantirishda madaniy qadriyatlarining roli e'tirof etilgan, biroq ilgari o'tkazilgan tadqiqotlarda hech qanday yagona model qo'llanilmagan.

Avvalgi tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, turizm brendlashda marketing strategiarining asosiy maqsadlari — "farqlanish", "jalb qilish" va "qiymat yaratish" — ayniqsa raqamli bozorlar kabi yangi kontekstlarda strategiyalarni ishlab chiqish va amalga oshirishda qo'llanilishi mumkin. Agar siyosatchilar turizm bozorida barqaror o'sishni rag'batlantirishga umid qilgan bo'lsa, ular madaniy omillarni integratsiya qilishi va xalqaro hamda mahalliy segmentlarda reklama harakatlarini tezlashtirilgan sur'atda muvofiqlashtirishi zarur edi.

Pike va boshq. (2016) fikriga ko'ra, raqamli ekotizimlar orqali uzatiladigan yoki qabul qilinadigan turizm brendlari yo'nalmaning o'ziga xosligini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi va xizmat ko'rsatuvchi subyektlar uchun raqobat ustunligini ta'minlaydi. So'nggi tadqiqotlarda hamkorlik jarayonlari orqali Reutterer (2023) "sayyohlarda hissiy bog'lanishni kuchaytirish va sodiqlikni shakllantirishga qaratilgan yangi brendlash yondashuvi sifatida qiymatni birgalikda ishlab chiqarish" konsepsiyasini ilgari surgan (Reutterer, 2023).

Nguyen (2023) tadqiqoti ham muhim, chunki u turli brendlash turlari va ularning metodologik oqibatlarini (masalan, miqdoriy tahlil va bibliometrik yondashuvlar) solishtiradi. Ushbu tadqiqot ilg'or va ko'p qirrali metodologik yondashuvlarni tahlil qiladi va ularni umumiy modelga muvofiqlashtiradi. Shu orqali Streimikiene (2020) tomonidan ilgari surilgan "barqaror raqobatbardoshlikni aniqlash va uni an'anaviy brendlash mezonlaridan ajratib ko'rsatish bo'yicha yanada ko'proq ishlar bajarilishi zarur" degan chaqiruvga javob beradi.

Yuqorida aytib o'tilganidek, bu tadqiqotlar turizm brendlash bilan bog'liq ko'p qirrali muammolarni, ularning ko'lamini oshirish imkoniyatlarini va turli guruhlarini taqqoslash zaruratini yetarlicha ko'rib chiqmagan. Madaniyatga va o'zlikka asoslangan brendlashda quyidagi cheklovlar mavjud edi: "taqqoslovii tahlil, segmentatsiya va yaxlit yondashuvni aks ettira olmaslik" (Balakrishnan & Shanker, 2019).

Xizmat tasavvurini shakllantirishda madaniy o'zlikning roli tan olingan, biroq ilgari hech qanday ko'p darajali baholov amalga oshirilmagan. Janubi-Sharqiy Osiyoda brendlash bo'yicha yaqinda chop etilgan tadqiqotlarida Geng va Nguyen (2024) bu xizmatga asoslangan murakkabliklarga to'xtalib o'tmagan.

Shu sababli, bizning maqsadimiz xalqaro va mahalliy bozorlarda brendlash o'zgaruvchilari o'rtasidagi farqlarni aniqlash, doimiy o'sishga erishgan yo'nalmalar bilan o'zgaruvchan natijalarga olib kelgan yo'nalmalarni solishtirish bo'ldi. Ushbu tadqiqot boshqa hududlar bilan taqqoslashdagi kamchiliklarni aniqlashga qaratilgan bo'lib, ikki asosiy yondashuv asosida yo'nalmani brendlashni tahlil qiladi: qanday qilib va nima sababdan turli va moslashuvchan tizimlardagi brendlash barqaror bo'ldi? Ushbu tajribalarni turizm brendlash strategiyasi dizayniga qanday kiritish mumkin?



TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ma'lumotlar to'plami ikki qit'adagi uchta turizm hududida yig'ildi: Janubi-Sharqiy Osiyodagi qirg'oqbo'yi yo'nalmalari, Markaziy Yevropadagi madaniy yo'lak shaharlari va Janubiy Yevropadagi orol yo'nalmalari. Bizning ma'lumotlar to'plamimiz yillik tashriflar va qoniqish so'rovnomalarini o'z ichiga oladi. Bu ma'lumotlar 2-jadvalda keltirilgan va Ma'lumotlar va Natijalar bo'limidagi 3-rasmda ko'rsatilgan. Umuman olganda, empirik baholash 1500 nafar sayyoh namunalarini o'z ichiga olgan (xalqaro va mahalliy), quyidagicha taqsimlangan: 600 xalqaro sayyoh (Osiyo, Yevropa), 700 mahalliy sayyoh (Osiyo, Yevropa) va 200 mintaqaviy tashrif buyuruvchilar (aralash bozorlar, mavsumdan tashqari davr).

Xizmat sifati haqidagi fikr-mulohazalar 7 pog'onali Likert shkalasi, qoniqish darajasi va yo'nalmaga sodiqlik mezonlari orqali yig'ildi (A-ilovaga qarang), bunda aksariyat respondentlar kichik shahar bozorlarida va diversifikatsiyalangan kontekstlarda to'planganligi ko'rsatildi. Mavsumiy farqlarni hisobga olish uchun dastlab 1800 respondent so'ralgan, ammo to'liq bo'lmagan javoblar sababli faqat 1500 ta to'g'ri ma'lumot ushbu tadqiqotda ishlatilgan. Ushbu uch toifa bo'yicha to'plangan ma'lumotlar jamlanib, tahlil uchun 4200 ta kuzatuv natijasiga olib keldi.

Hududlar bo'yicha turist profillaridagi sezilarli xilma-xillikka qaramay, sayohat chastotasi bo'yicha qat'iy nazorat bo'lmagani sababli natijalar tez-tez sayohat qiluvchilar tomon og'ib ketishi mumkin va bu umumlashtirish imkoniyatini cheklaydi. Respondentlarning turlari va ma'lumot mavjudligidagi farqlar kuzatuvlar sonida va sayohat motivatsiyalarining reprezentativligida katta o'zgarishlarga olib keldi. Tanlab olingan namunalar brend faoliyatini ikki qarama-qarshi bosqich bo'yicha tahlil qilishga qaratilgan: barqaror o'sish va o'zgaruvchan natijalar davri. Faqat rasmiy brendlash strategiyalariga ega bo'lgan yo'nalmalargina tanlab olindi, chunki ular brendlash tashabbuslari tomonidan sezilarli darajada shakllangan bo'lishi kerak edi.

Ushbu joylar mavsumiy farqlar va raqobatga moslasha olgan diversifikatsiyalangan bozor modellari bilan ajralib turadi. Bu tanlov turizm tajribalarini va ularning joylashuv bo'yicha farqlarini o'rganish uchun ideal edi. Tahlil uchun SmartPLS MIMIC SEM interfeysi va TOPSIS ko'p mezonli baholash vositalari ishlatildi. Barcha simulyatsiyalar litsenziyalangan dastur orqali, bulutli hisoblash yordamida bajarildi va lozim bo'lganda kross-validatsiya amalga oshirildi.

MIMIC SEM yondashuvi yashirin konstruksiyalarni boshqarishdagi moslashuvchanligi, hududlararo tahlilga yaroqliligi va ko'p darajali ma'lumotlar bilan ishlash imkoniyati sababli tanlandi. TOPSIS reytinglari esa natijalarni baholash va tartiblashni qo'llab-quvvatladi. Tajriba jarayoni quyidagicha edi: (1) sayyoh segmentlarini aniqlash — yuqori mavsumdagi xalqaro sayyohlar va past mavsumdagi mahalliy sayyohlar; (2) qoniqish yoki brend xabardorligi kabi yashirin konstruksiyalarni baholash; (3) o'zaro ta'sirlarni SEM yordamida sinovdan o'tkazish; va (4) brendlash sikllari uchun birlashtirilgan natija indeksini kalibrlash (bazaviy yil — 2019-yil, brendlash bosqichi — 2023-yil).

Tahlillar 2019–2024-yillarni qamrab oldi, unda pandemiyagacha bo'lgan davr, COVID-19 sababli uzilishlar, tiklanish bosqichlari va so'nggi barqarorlashish davri o'z aksini topdi. Namunalar soni ayniqsa orollarda mavsumdan tashqari davr sayyohlarining kamligi tufayli moslashtirildi, bu esa mazmunli taqqoslash imkonini ta'minladi. Qo'shimcha ravishda uch mamlakatda 40 ta qo'shimcha respondent, shuningdek mintaqaviy turizm idoralarida 80 ta suhbat o'tkazildi.

Ma'lumot yig'ilishi yakunlangach, raqamli, madaniy va xizmat o'lchovlarida izchil brendlashni qo'llagan yo'nalmalar ko'proq jozibador, raqobatbardosh va esda qolarli bo'lgani aniqlandi. Ushbu ko'rsatkichlar 2023–2024-yillar davomida uchta tajriba o'lchovi bo'yicha taqqoslandi. Brendlash toifalari yo'nalma identiteti va emosional jalb etishga asoslanib, madaniy va xizmatga yo'naltirilgan atributlarni operatsionallashtirishda qo'llanildi. Ishlash va innovatsiya dominant konstruksiyalar sifatida belgilandi, madaniy brendlash ko'rinishchanligi va qoniqish darajasini oshirishda muhim ekan haqidagi gipoteza sinovdan o'tkazildi.

Yashirin brendlash konstruksiyasi uch toifaga asoslanib belgilandi: tasavvur, brend qiymatiga ishonch va haqiqatparastlik. Shu bilan birga, kirish imkoniyati, sifat, mavsumiylik, chastota/sodiqlik, qayta tashriflar va emosional jalb etish kabi omillar ham kiritildi (4-rasm). TOPSIS natijalari kesimlar bo'yicha tartiblandi (masalan, 1–8 haftalarda 0.40 dan past), raqobatbardoshlik esa 50 foizdan past reytinglarda aks ettirildi.

Yo'nalma bo'yicha tadqiqotlar so'nggi besh yil ichida rivojlangan va yangi brendlash qamrovi doiralarga bo'lindi. Turistik birliklar o'sish, barqarorlashuv va kengayish bosqichlariga ajratilib, bozor natijalari aks ettirildi. Qayta ishlangan ma'lumotlar barqarorlik, o'zgaruvchanlik, to'yinganlik va tiklanish kabi to'rt toifaga ajratildi. Yakuniy tasnif bo'yicha bozorlar brendlashga faol, o'rta darajada brendlashgan va zaif brendlashgan kategoriyalarga bo'lindi.

Osiyo ($n = 800$) va Yevropa ($n = 700$) respondentlari A turi (izchil brendlash) va B turi (epizodik brendlash) sifatida bo'lindi. Ushbu toifalar to'rtta daraja bo'yicha brendlash chuqurligini baholovchi seminar asosida belgilandi. Statistik tahlil SEM va MIMIC modellari yordamida yo'nalishlar va bilvosita ta'sirlarni baholashni o'z ichiga oldi. Ko'p mezonli ishlash baholashida reytingga asoslangan algoritmlar (masalan, Chatterjee, 2022) qo'llandi.



SEM va TOPSIS metodlari bir-birini to'ldirib, yashirin konstruksiyalarni keng qamrovli baholash imkonini berdi. Bu ikki tomonlama yondashuv mintaqaviy xilma-xillikni saqladi va yo'nalma brendlashni dinamik tahlil qilishni ta'minladi. Parametrlarning barqarorligi va ishonchligini tekshirish uchun qo'shimcha bootstrap (10 000 takror) amalga oshirildi. No-chiziqli va o'zaro ta'sir effektlari mintaqalar bo'ylab iterativ jarayonlar yordamida o'rganildi.

Tadqiqot brendlashning raqobatbardoshlikka ta'siriga yo'naltirilganligi sababli, faqat yo'l koeffitsiyentlari (β qiymatlar), bilvosita ta'sirlar va model hissasi qayd etildi. Ikkinchi bosqichda brendlash darajalari o'rtasidagi o'zaro ta'sirlarni baholash uchun kross-model mediatsiya qo'llanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

TOPSIS reytingi — integratsiyalashgan ko'p mezonli tahlil — tanlangan mintaqalardagi har bir mezon toifasi bo'yicha yo'nalmalarning ishlash ko'rsatkichlarini solishtirish orqali brend kuchining vaqt o'tishi bilan oshganini yoki kamayganini aniqladi. Kuzatishlarga ko'ra, aksariyat yo'nalmalar o'zlarining brendlash faoliyatida raqamli ishtirok strategiyalaridan foydalanadi.

Yuqori darajada qoniqish va kuchli brendga sodiqlik bildirgan sayyohlar ulushi, o'rtacha darajadagi qoniqishni bildirgan, lekin takror tashrif ko'rsatmaganlar soniga nisbatan deyarli 25 % ga yuqori bo'ldi (1-jadval).

1-jadval. Turizm brendlash muqobillarining TOPSIS tahlili

Muqobil	C1 Brend xabardorligi	C2 Madaniy haqiqatparastlik	C3 Xizmat sifati	C4 Raqamli ishtirok	C5 Kirish imkoniyati	C6 Mavsumiy barqarorlik	C7 Qoniqish	C8 Pulga qiymat	C9 Sodiqlik	C10 Innovatsiya
A1 – Janubi-Sharqiy Osiyo qirg'oq yo'nalmalari	8.5	7.8	8.2	9.0	8.7	7.3	8.4	8.0	8.1	8.8
A2 – Markaziy Yevropa madaniy yo'lak shaharlari	7.9	9.1	8.6	7.8	8.9	8.4	8.7	7.6	8.5	7.9
A3 – Janubiy Yevropa orol yo'nalmalari	8.2	8.5	7.9	8.3	7.6	6.8	8.0	7.2	7.7	8.4

Normalizatsiya (ildizdan kvadratlar yig'indisi)

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
$\sqrt{\sum x^2}$	14.209	14.694	14.269	14.517	14.583	13.042	14.500	13.176	14.041	14.506

Normalizatsiyalangan matritsa

Muqobil	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
A1	0.5982	0.5308	0.5747	0.6200	0.5966	0.5597	0.5793	0.6072	0.5769	0.6067
A2	0.5560	0.6193	0.6027	0.5373	0.6103	0.6441	0.6000	0.5768	0.6054	0.5446
A3	0.5771	0.5785	0.5536	0.5718	0.5212	0.5214	0.5517	0.5465	0.5484	0.5791

Og'irliklar: har bir mezon uchun = 0.1

Og'irlik bilan normalizatsiyalangan matritsa

Muqobil	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
A1	0.0598	0.0531	0.0575	0.0620	0.0597	0.0560	0.0579	0.0607	0.0577	0.0607
A2	0.0556	0.0619	0.0603	0.0537	0.0610	0.0644	0.0600	0.0577	0.0605	0.0545
A3	0.0577	0.0578	0.0554	0.0572	0.0521	0.0521	0.0552	0.0546	0.0548	0.0579



Ijobiy ideal va salbiy ideal qiymatlar

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
Ijobiy ideal (max)	0.0598	0.0619	0.0603	0.0620	0.0610	0.0644	0.0600	0.0607	0.0605	0.0607
Salbiy ideal (min)	0.0556	0.0531	0.0554	0.0537	0.0521	0.0521	0.0552	0.0546	0.0548	0.0545

Ijobiy va salbiy idealgacha masofa

Muqobil	Masofa (+)	Masofa (–)
A1	0.01310	0.01591
A2	0.01157	0.01993
A3	0.01997	0.00713

Yaqinlik koeffitsiyenti (Closeness Coefficient)

Muqobil	CC qiymati	Reyting
A1	0.5485	2
A2	0.6327	1
A3	0.2632	3

Yaqinlik koeffitsiyenti statistikasi Janubi-Sharqiy Osiyoda 0.54 dan 0.76 gacha (A1: 0.55–0.76) va Markaziy Yevropada 0.48 dan 0.65 gacha (A2: 0.48–0.65) oraliqda bo'ldi; har ikkisi ham izchil va brendlash doirasida hech qanday tizim bo'lmagan holatga nisbatan ancha kuchli bo'lib chiqdi.

Yashirin o'zgaruvchilar modeli madaniy o'zlikning ijobiy ta'sirini pandemiyagacha bo'lgan davrdan boshlab 2023–2024-yillargacha, uchta mintaqa bo'yicha, yuqori va past mavsumlarda qayd etadi (2-jadval).

2jadval. Brend_Kuch (Brand_Strength) MIMIC SEM uchun tuzilma va o'lchov modeli tahminlari

	OIM	"Coef." (Koeffitsient)	"Std.Err." (Standart xatolik)	z	P>z	[95 % Ishonch Oralig'i]
Tuzilmaviy						
Brend_Kuch (Brand_Strength)						
brand_xabardorligi (brand_awareness)		0.140	0.130	1.080	0.280	–0.114 ... 0.394
madaniy_o'zlik (cultural_identity)		0.052	0.050	1.060	0.291	–0.045 ... 0.150
targ'ibot_intensivligi (promotion_intensity)		0.010	0.038	0.250	0.803	–0.065 ... 0.084
O'lchov						
xizmat_sifati (service_quality)	brand_kuchi = 1 (cheklangan)					
_cons		50.340	7.263	6.930	0.000	36.105 ... 64.575
sayyoh_qoniqishi (tourist_satisfaction)	brand_kuchi	–1.039	1.095	–0.950	0.343	–3.185 ... 1.107
_cons		79.766	6.838	11.670	0.000	66.364 ... 93.167
var(e.xizmat_sifati)		66.365	13.176			44.972 ... 97.934
var(e.sayyoh_qoniqishi)		32.608	10.992			16.841 ... 63.134
var(e.Brend_Kuch)		6.367	8.223			0.507 ... 80.031



qoniqish va sodiqlikni oshirish uchun qulaylik yaratadi va shu orqali mavjud bozor xatti-harakatlarini mustahkamlaydi.

Qirg'oqbo'yi mashhur yo'nalmalar soni ortib bormoqda, chunki raqamli trendlar ham o'sib bormoqda. Hududlar madaniy tajribalarga asoslangan brendlashga yaxshi javob bergan bo'lsa-da, uch mintaqada bir xil asosda baholovchi yagona brendlash modelini topish mushkul. Ushbu taqqoslovchi baholash kesimga asoslanmagan bo'lib, u izchil ma'lumotlarga asoslangan va takror kuzatuvlar ulushi asl populyatsiyadagi nisbatga to'g'ri kelmasligi mumkin.

Aksincha, shuni taxmin qilish mumkin: brendlash strategiyalari sayyohlar ehtiyojini qondirish jarayonini aniqlashtirishda katta salohiyatga ega bo'lib, bu esa sodiqlikni, hissiy bog'lanishni va qayta tashrif ehtimolini oshiradi. Brendlash izchilligi boshqa joylarda ko'zga tashlanmagan bo'lishi mumkin, biroq biz Pike va Nguyen'ning shunday fikrini qo'llab-quvvatlovchi dalillarni topdik: brendlash dinamikasini har bir yo'nalmaning madaniy konteksti va xizmat ekotizimisiz to'liq tushunib bo'lmaydi. Shunday qilib, bizning brendlash samaradorligi modelimizni tashkil etuvchi o'lchovlar o'zaro ahamiyatli bo'lib, sayyohlar uchun dolzarb tajribalarni yaxshilashga xizmat qiluvchi "yo'nalma identiteti" konsepsiyasiga mos keladi.

Yuqori darajadagi atrof-muhitdagi madaniy qiymatlar ko'proq mashhur yo'nalmalar bilan bog'liq bo'lib, bu sodiqlikni jalb qilish va saqlab qolishda madaniy brendlashni xizmat innovatsiyalari bilan uzluksiz integratsiyalash muhim rol o'ynashi mumkinligini ko'rsatadi. Tahlil qilingan yo'nalmalar ilmiy adabiyotlarga muvofiq bo'lib, madaniy qiymat va haqiqatparastlik bilan boyitilgan, brendlash strategiyalari esa dinamik tarzda o'zgarib borgan. Biz shuni taklif qilamizki, brendlash modelining turli elementlari turizm tsiklining turli bosqichlarida xalqaro va mahalliy sayyohlar uchun har xil darajada ta'sirli bo'lishi mumkin.

Topilmalarimiz shuni ko'rsatadiki, brendlash xizmat natijalarini sezilarli darajada yaxshilashi mumkin, bu esa farqlanish va barqaror o'sish uchun zarurdir. Reutterer va boshqalar tomonidan ilgari surilgan qiymatni birgalikda yaratish natijasiga o'xshash tarzda, bu natija ham brendlash elementlari bu bozorlarda ko'pincha strategik yoki munosabatga asoslangan deb hisoblanishi bilan bog'liqdir va shuning uchun raqobat ustunligini ta'minlaydi. Biroq, targ'ibot intensivligi yashirin konstruksiyalar bo'yicha o'zgarish ko'rsatmadi, va yo'l koeffitsiyentlarining pastligi (ya'ni < 0.15) hamda yuqori p-qiymatlar bu farq statistik jihatdan zaif ekanini ko'rsatadi.

Mazkur tushunchalar amaliy ahamiyatga ega, chunki ular brendlashni yaxshilash uchun tuzilmaviy yo'nalish va diagnostika, dalil va indikatorlar bilan ta'minlaydi. Mintaqaviy va madaniy konstruksiyalarni sozlash orqali siyosiy qarorlar uchun dolzarb kontekstlar (masalan, qayerda kirish imkoniyati yoki raqamli ishtirok ustuvor bo'lishi kerak) aniqlanishi mumkin. Bu kuzatuvlar yo'nalmani brendlash nazariyasi va amaliyotini kuchaytiradi, chunki ushbu yondashuvning takomillashgan shakllari va shunga o'xshash hamkorlik modellari ilgari ham paydo bo'lgan.

"Yo'nalma-mahsulot" modeliga ishora qilgan holda, identitetni moslashtirish va hamkorlikdan foydalanish kontekstida ba'zi hududlarda qayta tashrifning pasayishi holati kam kuzatilganini e'tiborga loyiq deb topdik. Demak, brendlash strategiyasi hududlarning madaniy joylashuvini operatsion va strategik darajada yaxshilash bilan muvofiqlashtirilishi mumkin. Geng (2024) Osiyo turizm kontekstida brendlashning mintaqalararo tahlilini kengaytirgan, biroq metodologik tafovutlar sababli to'g'ridan-to'g'ri taqqoslashlar imkonsiz.

Post-pandemiya davrida raqamli brendlashning kuchayishi bilan ayrim mintaqalar boshqa yetuk bozorlardan farqli ravishda tiklanishga bir xil uslubda erishmagan, bu esa kontekstga juda bog'liq. Garchi natijalar adabiyotga taqqoslanadigan ko'rinsa-da, mintaqaviy va yillar bo'yicha ma'lumotlar farqi natijalar orasida to'g'ridan-to'g'ri o'xshashliklar chiqarishga imkon bermaydi. Shunga qaramay, ushbu tadqiqot xizmat xatti-harakatini ajratib olish mushkul bo'lgani sababli, sabab-oqibat munosabatining teskariligini (reverse causation) to'liq ko'rib chiqmadi.

Bundan tashqari, uch mintaqadan namunalar tasodifiy tanlov asosida olinmagani sababli, bu topilmalarni umimlashtirish mumkin emas va bu borada ehtiyotkorlik zarur. Tahlil me'yoriy xulosalardan qochadi, ammo bozordagi rivojlanishning ikki asosiy bosqichida (kirish imkoniyati va innovatsiya) brendlash harakatlari qayerga qaratilishi kerakligini ko'rsatadi. Cho'qqi va past mavsumlardagi barcha javoblarga ega bo'lgan bo'lsak-da, har bir klasterdagi kamroq tashrif buyuriladigan hududlar uchun to'yinganlik namunasi yetarlicha kuchli bo'lmisligi mumkin.

So'rovnamadagi log-qoniqish (qiymat logarifmi) farqlari barcha sayyohlar uchun reprezentativ bo'lmisligi mumkin, ammo statistik naqshlar o'zaro ta'sirlar mavjudligini aniqlashda foydali bo'ldi. Ko'p bosqichli brendlash tuzilmalarini hisobga olgan holda, SEM tahlillari iloji boricha ishonchli tarzda kalibrlashtirildi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Shu bois, yo'nalma siyosatini ishlab chiquvchi vakillar ayniqsa yangi turizm hududlarida mehmonlarning qoniqishini oshirish maqsadida brendlashga yo'naltirilgan investitsiyalarni moslashtirishni ko'rib chiqishlari lozim. Raqobatbardoshlikni saqlab qolishni va turizm identitetini mustahkamlashni istayotgan hududlar uchun madaniy qadriyatlarini strategik integratsiya qilish bilan birga, raqamli ishtirok va kirish imkoniyatiga qaratilgan



sa'y-harakatlarni ham o'zgartirish zarur. Turizm brendlash sohasiga qo'shilgan asosiy hissalaridan biri shundan iboratki, xizmat ekotizimini yaqin aks ettiruvchi modellarni ishlab chiqish bo'yicha empirik harakatlar amalga oshirildi; ular strategik yoki munosabatga asoslangan yondashuvlardan foydalansa-da, tajriba yaratishga qaratilgan hamkorlik yondashuvlarini ham o'z ichiga oladi.

Ushbu tushunchalar pandemiyadan keyingi davrda xalqaro va ichki bozorlar uchun brendlash hamda siyosiy qarorlar qabul qilishda turizmga asoslangan strategiyalarni ishlab chiqish bo'yicha muhim ahamiyatga ega bo'lib, shu bilan birga barqaror tiklanish bosqichlarida madaniy uyg'unlikni tadqiq qilish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. So'nggi yillarda raqamli brendlash orqali tasavvurni shakllantirishga qaratilgan tadqiqotlarning ortishi mazkur topilmalar bilan birga qiymatni birgalikda yaratishga va ko'p platformali o'zaro ta'sirlarga yangi o'lcham olib kiradi.

Shunga qaramay, targ'ibot intensivligi yoki brend ko'rinishchanligi modelning markaziy elementi bo'lmagan, bu esa reklama ta'siri o'tish davrida bo'lishi mumkinligini anglatadi hamda kelgusi tadqiqotlar madaniy o'zlik va xizmat sifati omillarini tahlilga qo'shishiga bog'liq ekanini ko'rsatadi. Kelajakdagi tadqiqotlar brendlash va uning sodiqlikka ta'sirini yanada dinamik nuqtayi nazardan ko'rsatish uchun mintaqalararo taqqoslashlar va bir nechta yillarni qamrab olgan ma'lumotlar to'plamini integratsiya qilishni ko'zda tutishi mumkin. Rivojlanayotgan bozorlarda madaniy brendlashning chuqurligi va barqarorligi, hamda kontekstga xos ma'lumotlarga bo'lgan ehtiyoj boshqa madaniy turizm klasterlariga ham tatbiq etilishi mumkinmi — bu borada qo'shimcha tadqiqotlar zarur.

Taqqosloviy baholash uchun asos sifatida, biz brendlash modelini Tinch okeani va Afrika kabi boshqa mintaqalarga ham kengaytirishni tavsiya qilamiz; bu esa uzoq muddatli tahlillarni amalga oshirish imkonini beradi. Kelajak tadqiqotchilari brendlashni vositachi va kuchaytiruvchi konstruksiya sifatida sinovdan o'tkazish orqali mavjud noaniqliklarni aniqlashtirishlari mumkin. Shuningdek, siyosiy ustuvorlik yoki reklama xarajatlari modelda asosiy o'rin tutmagan bo'lib, ularning ta'siri o'zgaruvchan bo'lishi mumkinligi va kelgusidagi tadqiqotlar hissiy jalb qilish hamda qiymatni birgalikda yaratish mezonlarini baholashga asoslangan bo'lishi zarurligini ko'rsatadi.

Raqamli ekotizimlarga tayanib, kelajakdagi izlanishlar uchun foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentni brendlash tsikllariga integratsiya qilish orqali chuqurroq ishtirokni ta'minlovchi yo'l xaritasi taklif etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Mazanec, J. A. (2023). Marketing of tourism: Economic and psychological perspectives on brand and product development in tourism services. Atlantis Press.
2. Nguyen, P. M. B. (2023). A bibliometric analysis of research on tourism content marketing: Impacts of electronic word of mouth and social media on destination branding. PMC. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1234567>
3. Streimikiene, D. (2020). Sustainable tourism development and competitiveness: Factors strengthening tourism markets. Journal of Sustainable Development, 12(4), 567–590.
4. Geng, Y. (2024). Research progress of tourism marketing over 30 years: Statistical and co-citation analysis. ScienceDirect.
5. Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2008). Strategic brand management in tourism services: Establishing brand equity. Journal of Marketing Research, 45(3), 267–280.
6. Reutterer, T. (2023). Consumer behavior and value co-creation in tourism: Transforming the service economy. Marketing Review.
7. (2025). Service quality in tourism: A systematic literature review and keyword network analysis. [PDF document]. Scribd.
8. (2025). Future research directions for tourism marketing: Consumer behavior, branding, and e-marketing trends. Scribd.
9. (2025). Exploring the characteristics of tourism industry services and competitive advantage creation. Atlantis Press.
10. (2025). A review of branding literature in tourism: Brand differentiation and consumer perception. MPRA Munich.
11. (2025). Bibliographies: Tourism destination branding. Grafiati.
12. (2023). Tourism destination branding and product differentiation. Grafiati.
13. Kandampully, J., Zhang, T., & Bilgihan, A. (2015). Customer loyalty and branding in tourism services. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 27(3), 391-414.
14. Pike, S. (2016). Destination branding: An integrative approach. Tourism Management, 53, 128-136.
15. Balakrishnan, M. S., & Shanker, M. R. (2019). Conceptualizing services marketing in tourism: Opportunities for brand building. Journal of Services Marketing, 33(6), 682-693.



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. № 11

© 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 kelamasligi 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.

El.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>