



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№12



ISSN: 2992-8982

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

2025



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2025-yil, dekabr.

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
Xajiye Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, 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
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 Piriye Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongirاتبay 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.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavat 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 Bekdavat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Xalikov 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 Xusniddinovna, 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
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 mehmoxona 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

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA DAVRIDA TIJORAT BANKLARI LIKVIDLILIK XAVFINI BOSHQARISHI.....	44
Baxromov Nodirjon Muxammadamin o'g'li	
TURIZM XIZMATLAR BOZORI ISTE'MOLCHILARINI SEGMENTLASH USULI ASOSIDA DIVERSIFIKATSIYA KONSEPSIYASINI ISHLAB CHIQISH.....	48
Maxmudova Aziza Pirmamatovna	
"INNOVATSION AGROTEKNOLOGIYALAR VA "YASHIL IQTISODIYOT" TAMOIYILLARI ASOSIDA G'ALLA YETISHTIRISH BARQARORLIGINI BAHOLASH.....	53
Turayeva Gulizahro	
АНАЛИЗ ЦЕНОБРАЗОВАНИЯ НА ЗЕРНОВЫЕ ПРОДУКТЫ ПО ДАННЫМ МАРКЕТИНГОВЫМ ИСЛЕДОВАНИЯМ (НА ПРИМЕРЕ НАМАНГАНСКОЙ ОБЛАСТИ).....	57
Баҳриддинов Жаҳонгирбек Равшанжон ўғли	
KICHIK BIZNES RIVOJINI TA'MINLASHDA BOZOR INFRATUZILMALARINING AHAMIYATI.....	62
G'aniyev Botir Baxtiyorovich, Zakirova Gulnora Mirzaliyevna	
KICHIK SANOAT ZONALARI FAOLIYATINI SAMARALI BOSHQARISH METODOLOGIYASI VA YO'LLARI.....	67
Shodmonqulov Kamoliddin Murodillaevich	
INNOVATION FAOLIYAT XARAJATLARINING BUXGALTERIYA HISOBI VA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH.....	73
Mustafoev Akbar Mustafo o'g'li	
MAHSULOT DIVERSIFIKATSIYASI VA LOGISTIKA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH ASOSIDA EKSPORT POTENSIALINI OSHIRISH YO'LLARI.....	78
Maxkamov Ibrayim, Jo'raboyeva Shohida Kamoliddin qizi	
REKLAMA SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI ROLI.....	83
Abduxalilova Laylo To'xtasinovna, Raxmonqulova Shahrizoda	
SIRKULAR IQTISODIYOTDA YOPIQ SIKL NAZARIYASINING ROLI.....	87
Sodikov Zokir Rustamovich	
YASHIL TEKNOLOGIYALARNI JORIY ETISHDA MOLIYAVIY RAG'BATLAR VA ULARNING NATIJALARI.....	92
Axmadjonova Gulmira Xabibulla qizi	
MAMLAKAT IQTISODIYOTI RIVOJLANISHIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING ROLI.....	97
G'aniyev Baydulla Toshmurodovich	
АНАЛИЗ ПОДХОДОВ ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ К РЕГУЛИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ: СРАВНЕНИЕ УЗБЕКИСТАНА И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ.....	101
Даулетиярова Шахло	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ УЗБЕКИСТАНА.....	109
Кадилова Хадича Тураевна	
XORIY MAMLAKATLARINING IQTISODIYOTNI UGLERODSIZLASHTIRISH STRATEGIYALARI: O'ZBEKISTON UCHUN TAKLIFLAR.....	115
D.X. Pulatov, F.E.Shamsiyev	
O'ZBEKISTONDA ISLOM MOLIYASI: MUAMMOLAR VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	125
Sattorov Ixtiyor Ochilovich, Karimov Shohruh Yo'ldoshali o'g'li	
HISOB SIYOSATI TARKIBIY TUZILISHI MASALALARI.....	133
Botirova Raximaxon Abdujabbarovna	
QURILISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING MOLIYAVIY TAHLILI.....	136
Musayeva Shoirazimovna	



KICHIK SANOAT ZONALARINI RIVOJLANTIRISH ORQALI AHOLI TURMUSH FAROVONLIGINI OSHIRISH.....	144
Axmedov Oybek Turgunpulatovich	
O'ZBEKISTON SUG'URTA BOZORI PORTFELI TAHLILI.....	149
Madraximov Ilxom Kamilovich	
FOYDA SOLIG'INING O'ZIGA XOS MUAMMOLI JIHATLARI.....	154
Zaripov Xusan Baxodirovich	
AGRAR SEKTORNI INNOVATSION MODERNIZATSIYA QILISHDA INVESTITSIYA OQIMLARINI BOSHQARISH MODELLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	159
Xamrayev Quvvat Iskandarovich	
OLIY TA'LIM XIZMATLARI BOZORIDA MARKETING TADQIQODLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	163
Jalilov Jamshid G'anijonovich, Safarov Zavqiddin Zokir o'g'li	
MINTAQA SANOAT TARMOG'I RIVOJLANISHINING IQTISODIY-STATISTIK TAHLILI.....	168
Xayitboev Abror Quvondiqovich	
РОЛЬ СМЕШАННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ (BLENDED FINANCE) В ПОВЫШЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ: УРОКИ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН.....	174
Гулмаматова Дурдона Шерали кизи	
KORXONALARDA STRATEGIK BOSHQARUV.....	180
Musayeva Dilnoza Dilshatovna	
BANK TIZIMIDA MARKETING AHAMIYATI VA BANK MARKETINGI.....	184
Usubjonov Zaxriddin Vasliddin o'g'li	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TIJORAT BANKLARI TOMONIDAN XORJIY KREDIT MABLAG'LARINI JALB KILISH HUQUQIY JIHATLARI.....	189
Qulliyev Anvar Zayniddinovich	
TIJORAT BANKLARINI TRANSFORMATSIYALASH SHAROITIDA CHAKANA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI.....	194
Alimov Umid O'ktambayevich	
MAHSULOTLARNING RAQAMLI PASPORTI TIZIMINI JORIY ETISH OMILLARI VA TO'SIQLARI.....	200
Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi	
KORXONALARDA FOYDA VA ZARARLARNI TAHLIL QILISHDA INNOVATSION METODLAR AHAMIYATI.....	207
Ernazarov Ortiq Eshnazarovich, Farog'at Xo'jabekova	
ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ, А ТАКЖЕ НОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ.....	212
Останов Эгамберди	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA INNOVASION TEXNOLOGIYALARNI INTEGRATSIYALASH: MOHIYATI VA RIVOJLANISH IMKONIYATLARI.....	218
Xakimova Xulkar Xamidovna	
QORAQALPOG'ISTON VA XORAZM OZIQ-OVQAT SANOATINING IQTISODIY-STATISTIK TAHLILI HAMDA UNI YANADA RIVOJLANTIRISH YO'LLARI.....	224
Tleuov Niyetulla Raxmanovich	
OILAVIY KORXONALARNING IQTISODIY TIZIMDAGI O'RNI.....	230
Shadiyeva Gulnora Mardiyevna, Rustamova Zarina Rustamovna	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA O'ZBEKISTON OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MARKETING FAOLIYATINI MODELLASHTIRISH VA BOSHQARISH MEXANIZMLARI.....	234
Sadikov Shoxrux Shuxratovich	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASI KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA RAQAMLI XIZMATLARNING AHAMIYATI.....	238
Asenbaeva Aydaygul Edenbaevna	
BARQARORLIK VA YASHIL MENEJMENT: ILMIY-NAZARIY YONDASHUVLAR VA AMALIY AHAMIYATI.....	242
Djalilova Dilbar Abdikarim qizi	



HUDUDLARNING IQTISODIY SALOHİYATINI INNAVATSION-INVESTITSION BOSHQARISH STRATEGIYASI VA MEXANIZMI (XORAZM VILOYATI MISOLIDA)	247
Maqsudova Malohatxon Maqsudovna, Yaxshimuratov Maqsadbek Narimon o'g'li	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI DAVLAT BUDJETINI 2026-YILGI SOLIQ SIYOSATINING TAHLILI VA XALQARO SOLISHTIRMA YONDASHUVI	251
Abdullayev Zafarbek Safibullayevich	
O'ZBEKISTON MINTAQALARIDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISH OMILLARI	256
Mamataliyeva Dilnoza Raxmonovna	
TRANSFORMATSIYALASHUV SHAROITIDA INVESTITSİYALAR SHAKLLANISHI VA ULARNI SAMARALI BOSHQARISH YO'NALISHLARI	259
To'rayev Jasurali To'rayevich	
O'ZBEKISTONDA SAVDO TASHKIOTLARINING FAOLIYATI VA RIVOJLANISH HOLATI	264
B. Sulaymonov	
NAMANGAN VILOYATIDA "YASHIL IQTISODIYOT" MODELIGA O'TISH JARAYONIDA KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING IQTISODIY FAOLLIGI	270
Xonto'rayev Obbosxon Kamolxon o'g'li	
O'ZBEKISTONDA "YASHIL" IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI	274
Xoshimov Pazliddin Zuxurovich	
KICHIK BIZNES ORQALI ISH O'RINLARINI YARATISH STRATEGIYALARI: NAMANGAN VILOYATI MISOLIDA	278
Ergasheva Nigora Abdigapparovna	
MAMLAKATIMIZDA QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'INING IJTIMOIIY-IQTISODIY AHAMIYATI	283
Quryozov Sardorbek Sharifboevich	
РАЗРАБОТКА И ПРИОРИТИЗАЦИЯ КЛЮЧЕВЫХ ИНДИКАТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЛЯ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОЙ ПАНЕЛИ МОНИТОРИНГА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БОЛЬНИЦ: ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА СО СТОРОНЫ РУКОВОДИТЕЛЕЙ МЕДУЧРЕЖДЕНИЙ	290
Шухратов Мамуржон Шухрат угли	
MAHALLIY DAVLAT HOKIMIYAT ORGANLARINI RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA BOSHQARISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR	297
Nurmurodov Zafarjon Nurmurod o'g'li	
BANK TIZIMINING BARQAROR MOLIVAVIY RIVOJLANISHINI TA'MINLASH VOSITALARI	303
Sadikov Iskandar Gayratovich	
ЗЕЛЕНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА	308
Халиков С. Х.	
HUDUDIY IQTISODIY RIVOJLANISHDA KICHIK BIZNESNI ROLI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH CHORALARI	313
Ergashev Jamshid Jamoliddinovich	
ИСТОРИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС СТАНОВЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	317
Мажидова Фарангиз Фуркатзода	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDAGI TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQRISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH	321
Isakov Oybek Jamoliddinovich	
NORASMIY KOOPERATSIYA MUNOSABATLARINING FERMER XO'JALIKLARI YETISHTIRGAN MAHSULOT MIQDORIGA TA'SIRINI BAHOLASH	325
Ismoilov Azamat	
O'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA FOIZ RISKINI BOSHQARISH AMALIYOTI	332
Seitnazarov Daniyar Baxadirovich	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA SUT VA SUT MAHSULOTLARINI QAYTA ISHLOVCHI KORXONALAR FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH	341
Normuradov Nurbek Sunatilloevich	
"AYOL RAHBARLAR: RAHBARLIK SALOHİYATI VA ISH JOYIDA TENGLIK" FRANSIYA DAVLATI TAJRIBASI ASOSIDA	346
Abduraxmonova Feruzabonu	



QISHLOQ XO'JALIGIDAGI KLASSTERLARNING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH.....	352
Dildora Yuldasheva	
TIJORAT BANKLARINING DEPOZIT BAZASINING YETARLILIGINI TA'MINLASH YO'LLARI	359
I.J. Isakov	
OLIY TA'LIM SIFATINI OSHIRISH VA IQTISODIY DIAGNOSTIKA O'TKAZISHNING XORIJ TAJRIBASI.....	363
Xo'jaxonov Ma'rufxon Xamidxonovich, Axmedov Oybek Turg'unpulatovich	
INKLYUZIV TA'LIMNI MOLIYAVIY QO'LLAB-QUVVATLASHDAGI MUAMMOLAR VA ULARNI YECHISH YO'LLARI.....	369
Egamberdiyeva Dilorom Botir qizi, Pulatova Moxira Baxtiyorovna	
"KREATIV IQTISODIYOT" HAMDA "TURIZM" TUSHUNCHALARINING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	374
Abdurasulov Shovqiddin Erkin o'g'li	
THE STRATEGIC ROLE OF THE INDUSTRIAL SECTOR IN THE NATIONAL ECONOMY AND DEVELOPMENT FACTORS.....	380
Rakhimov Bakhromjon Ibroximovich	
INVESTITSIYALARNI MOLIYALASHTIRISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI.....	386
Ismailov Dilshod Anvarjonovich	
GLOBAL INCOME INEQUALITY IN 2024: CAUSES, PATTERNS, AND CONSEQUENCES.....	393
Ilhomjonov Jaxongir Alisher o'g'li	
ТОРГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СВОБОДНО ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ	401
Шарифходжаев Шавкат Окилович, Ачилова Ширин Шавкат кизи	
O'ZBEKISTON KON-METALLURGIYA SANOATI: RIVOJLANISH TENDENSIYALARI VA HOZIRGI HOLATI	407
Ergashov Botirjon Ergashovich	
PENSIYA JAMG'ARMASIDA DAVLAT BUDJETI TRANSFERTLARI ULUSHI HAMDA UNING XORIJ TAJRIBASI	415
Sherjonov Doniyor Saparbayevich	
O'ZBEKISTON SANOAT KORXONALARINI QIMMATLI QOG'OZLAR BOZORIDAN FOYDALANIB MOLIYALASHTIRISHNING HOZIRGI HOLATI VA MUAMMOLARI.....	419
Igitov Jurabek Kuzibekovich	
QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'I BO'YICHA FIRIBGARLIKLAR: MEXANIZMLARI, SABABLARI VA ULARNI OLDINI OLISH YO'LLARI.....	425
Eshkarayev Bobir Chariyevich	
TOG' VA TOG'OLDI HUDUDLARIDA QISHLOQ XO'JALIGINI DIVERSIFIKATSIYA QILISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI VA IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	431
Abdulxayeva Gulshan Maxmudovna	
TURIZM SOHASINING IJTIMOIIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI (SAMARQAND VILOYATI MISOLIDA).....	435
Xalimov Shaxboz Xalimovich	
SANOATDA IQTISODIY MOLIYAVIY HISSOBOTLAR XALQARO STANDARTLARINI RAQOBATBARDOSH KORPORATIV STRATEGIYALARNI SHAKLLANTIRISHDA QO'LLASH.....	442
Turaboev Ibroxim Ismoil o'g'li	
ФОНДИРОВАНИЕ И СТРАХОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ АПК: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ	447
Дурманов Акмал Шаймарданович	
PAHTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARI RIVOJLANISHINING STATISTIK KO'RSATKICHLARI TAHLILI	456
Atajanova Guli Maxsudbekovna	
JAHON MOLIYAVIY BOZORLARI BARQARORLIGIGA GLOBAL IQTISODIY INQIROZLAR VA GEOSIYOSIY OMILLARNING TA'SIRI HAMDA ULARNI BOSHQARISH STRATEGIYALARI	462
Abdurazakova Nargiza Rixsibayevna	



QISHLOQ XO'JALIGIDA RESURLARDAN SAMARALI FOYDALANISH VA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARINI ISHLAB CHIQARISHDA BOSHQARUV QARORLARINING IQTISODIY TAHLILI.....	467
Mamadiyarov Dilshad Uralovich	
PAXTA TOZALASH KORXONALARINING TARKIBIY BO'LINMALARIDA MOLIVAVIY BOSHQARUV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	474
Murodov Orif Jumayevich, G'ulomov Xaydarbek Ilyos o'g'li	
BARQAROR KELAJAK SARI: MAMLAKATDA EKOLOGIK XAVFSIZLIKNI MUSTAHKAMLASH	482
Abdullaev Shavkatjon Maxmudillaevich	
ZAMONAVIY IQTISODIY SHAROITLARDI KORXONALARNING MOLIVAVIY BARQARORLIGINI TA'MINLASH	487
Abdulakimova Moxina Farxod qizi	
UMUMIY OVQATLANISH SHAHOBCHALARINING FAOLIYATI SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH.....	493
Amiriddinova Muslima Zayniddin qizi	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA MIJOZLAR EHTIYOJINI O'RGANISH VA XIZMAT SIFATINI OSHIRISHNING INNOVATSION YONDASHUHLARI	498
Babayeva Lola Ibragimovna	
MINTAQADA TARIXIY VA MADANIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARINI KENGAYTIRISHDA DAVLAT HAMDA XUSUSIY SHERIKCHILIK TIZIMIDAN FOYDALANISH	504
Xusanov Chari Kadirovich	
PROSPECTS FOR IMPROVING INFRASTRUCTURE FOR SMALL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN.....	509
Botirova Xulkar Olimjonovna	
THE IMPACT OF AGRICULTURAL CLUSTERS ON FOOD SECURITY AND MACROECONOMIC STABILITY	514
Sherkulov Shohruh Erkin ugli	
OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA ISSIQXONA IQTISODIYOTINI O'RNI VA NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLAR	520
Otavullaev Sukhrob Sa'dullo o'g'li	
IJTIMOII AHAMIYATI YUQORI LOYIHALARNI DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIGI ASOSIDA BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH	524
Taspanova Ayzada Kenjebayevna	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQOBAT STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH	529
Sharopova Nafosat Radjabovna, Jamolova Aziza	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARIDA ISTE'MOLCHILARNING XULQ-ATVORINI O'RGANISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	537
Sultonova Zulxumor, Bobojonov Baxrombek Ro'zimovich	
INTERNATIONAL TRADE BETWEEN INTEGRATION AND ISOLATION: INNOVATION AND UNCERTAINTY IN A FRAGMENTING GLOBAL ECONOMY.....	542
Zakhidov Azizbek Rustamovich	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI QO'NG'IROT TUMANIDA SIGIRLAR BOSH SONINING PROGNOZ KO'RSATKICHLARI	548
Sabit Gabbarov	
TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI EKSPORTINI OSHIRISHDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH	552
Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, Xo'janova Husnora	
O'ZBEKISTONDA IQTISODIY O'SISH SIFAT OMILLARINING TA'SIRINI BAHOLASH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH.....	558
Bustonov Mansurjon Mardonakulovich	
ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ СТАБИЛЬНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ.....	567
Зайналов Джахонгир Расулович	
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКОВ КАПИТАЛОВ	571
Хотамкулова Мадина Санжар кизи, Зайналов Джахонгир Расулович	



IPOTEKA KREDITI MEKANIZMLARINI RIVOJLANTIRISH BO'YICHA AMALIY ISHLAR TAHLILI	576
A'zamxo'jayeva Nihola Sulaymon qizi	
KORXONALARDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNING XORIJ TAJRIBASI	581
Abdurashidova Nigora Alisherovna, Abduqodirova Donoxon	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQRISH SALOHİYATINI OSHIRISH OMILLARI VA MEZONLARI	588
Jumanov Ruslanbek Bobojanovich	
O'ZBEKISTONIDA MEHNAT BOZORINING TARKIBIY TRANSFORMATSIYASI VA UNING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI	592
Rasulev Alisher Fayziyevich, Qodirov Asliddinxo'ja Mahammadjon o'g'li	
STUDY OF THE ECONOMIC EFFICIENCY OF GREEN BONDS, ECOLOGICAL LOANS, AND GREEN INVESTMENT FUNDS, AS WELL AS THEIR IMPORTANCE IN THE FINANCIAL SYSTEM.....	595
Avazov Azizbek Ashurali o'g'li	
KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK TERMINOLOGIYASINING ILMIY-TAHLILII TALQINI.....	603
Aripov Oybek Abdullayevich	
O'ZBEKISTONDA MEHNAT BOZORINING TARKIBIY TRANSFORMATSIYASI VA UNING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI.....	608
Rasulev Alisher Fayziyevich, Qodirov Asliddinxo'ja Mahammadjon o'g'li	
FERMER XO'JALIKLARIDA INVESTITSION JARAYONLARNI TASHKIL ETISH VA OPTIMALLASHTIRISH.....	611
Kdirbaev Amir Marat uli	
ITALIYA VA YAPONIYADA DAVLAT QARZINING UZOQ MUDDATLI BARQARORLIGI: FISKAL QOIDALAR VA QARZ BOSHQARUVI STRATEGIYALARINING QIYOSIY TAHLILI.....	614
Abdurahimov Abror Zafarovich, L.M. Tashpulatova	
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ: ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ, ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	621
Камалова Малика Низамовна, Очилов Акрам Одилович	
O'ZBEKISTONDA YASHIRIN IQTISODIYOTNING ISHSIZLIK DARAJASIGA TA'SIRINI IFODALOVCHI ASOSIY OMILLAR	626
Raxmonov Bekzod Sharibjon o'g'li	
GLOBAL XAVFLARNING KESKINLASHUVI SHAROITIDA QAYTA SUG'URTANI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	631
Norov Zarif Shamsiddinovich	
INNOVATSION SUG'URTA XIZMATLARINI JORIY ETISH ORQALI IXTIYORIY SUG'URTA XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	638
Xayitov Nodirjon Uzokovich	
VOSITACHILIK XIZMATLARINI KO'RSATUVCHI SUBYEKTLAR AUDITI SIFAT NAZORATI.....	652
O.Q. Qo'shmatov	
AUDITORLIK XULOSASINI SHAKLLANTIRISHDA MATEMATIK MODELLARDAN FOYDALANISH MASALALARI	657
I.Qo'ziyev, F.Ochilov	
MAJBURIYATLAR HISOBINING NAZARIY ASOSLARI.....	664
Ochilov Farxodjon Shavkatjon o'g'li	
ВОПРОСЫ РЕОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СЕЛЬКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	669
Розиков Жалил Жалолович	
TOVAR-MODDIY ZAXIRALAR AUDITINI O'TKAZISH TARTIBI.....	678
M.Xayitboyev	
USTAV KAPITAL HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	683
Inomjon Sherimbetov	
QISHLOQ XO'JALIGIDA KOOPERATIVLARNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI	688
Mirzayev Musurmon Umidullayevich, Ziyadullayev Ilhom Narkobilovich	



EKSPORT BOZORLARINI DIVERSIFIKATSIYA QILISHDA MOLIVAVIY RAG'BATLARNING ROLI	694
Galiyev Tohir Fazliddinovich	
ZAMONAVIY LOGISTIKA TIZIMIDA MARKETING STARTEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	700
Abduqodirova Umida G'ayrat qizi	
QASHQADARYO URBANIZATSIYALASHGAN HUDUDLARIDA AGLOMERATSIYA JARAYONLARIGA TA'SIR KO'RSATUVCHI OMILLAR	706
Nazarova Feruza Usmonovna	
TIJORAT BANKLARI TOMONIDAN ALOQA KORXONALARINI KREDITLASHNING ZARURLIGI HAMDA IQTISODIY AHAMIYATI.....	713
Shaymatov Mansur Jo'rabaevich	
MOLIVAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARI ASOSIDA MOLIVAVIY AKTIVLARNI TAN OLISH	720
Odiljonova Oybachin Fayzullo qizi	
QISHLOQ XO'JALIGIDA INNOVATSION TRANSFORMATSIYA BARQARORLIGINI BAHOLASH	724
Sanetullaev Aybek Esbosinovich	
XALQARO AVTOMOBIL ISHLAB CHIQUVCHI KOMPANIYALARNING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI	728
Xidoyatov Mirsaid Mirmuhsunovich	
ENSURING THE FINANCIAL SUSTAINABILITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: STRATEGIES FOR RESILIENCE IN AN ERA OF DECLINING RESOURCES AND RISING EXPECTATIONS.....	734
Inomiddin Imomov	
"YASHIL" TEXNOLOGIYALARNI IQTISODIY RIVOJLANISHGA INTEGRATSIYA QILISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	744
Miraxmedova Maftuna Ibragimovna	
ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	751
Алиева Эльнара Аметовна	
AHOLI DAROMADLARI VA ULARNING SHAKLLANISH MANBALARI.....	756
So'fiyeva Xusniya Soxibjonovna	
НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ	760
Назарова Гулчебра Нурмуханбетовна	
СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ ПО ОЦЕНКЕ ЭКСПЛУАТАЦИОННОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МАЛОМОЩНЫХ СЕТЕВЫХ ФОТОЭЛЕКТРИЧЕСКИХ СТАНЦИЙ	766
А.Р. Кудратов	
IJTIMOYIY XIZMATLAR KO'RSATISH JARAYONIDA TASHKILYIY VA IQTISODIY MUNOSABATLAR	775
Berdiyeva Nafisa Qahramonovna	
QISHLOQ XO'JALIGIDA INNOVATSION BIZNESNI BOSHQARISH VA YANGI TEXNOLOGIYALAR ORQALI SAMARADORLIKNI OSHIRISH	780
Mamadiyarov Dilshad Uralovich, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
GRUZIYA TAJRIBASIDA BARQAROR TURIZMNI TA'MINLASHNING TASHKILYIY-IQTISODIY MEKANIZMLARI VA ULARNING O'ZBEKISTON SHAROITIDA QO'LLANILISHI	786
Suyunova Dilnoza Mexridin qizi	
INNOVATSION FAOLIYATNING MINTAQADA XIZMAT KO'RSATISHNI TAKOMILLASHTIRISHDAGI XUSUSIYATLARI	790
Fayziyeva Shirin Shodmonovna	
QORAQALPOG'ISTON HUDUDIDA ETNOGRAFIK TURIZM KLASSTERINI SHAKLLANTIRISHNING IQTISODIY OMILLARI	795
Kunnazarova Orazxan	
MAMALAKATIMIZ IMPORTI VA EKSPORTIDA KICHIK BIZNESNING ULUSHI	798
Jo'rayev Ilhomjon Kamolidinovich	
YEVROOBLIGATSIYA VA UNING AKSIYADORLIK JAMIYATLARI TOMONIDAN EMISSIYASI	807
Avezov Ibrohim Ilxomovich	



IQTISODIYOTDAGI INNOVATSION O'ZGARISHLAR SHAROITIDA TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI BOSHQARISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	808
Xonkeldiyeva Komilaxon Ravshanjon qizi	
SPORT ANJOMLARI SANOATIDA INNOVATSION JARAYONLARNI TIZIMLASHTIRISH MODELINING ZARURATI.....	813
Xamraqulov Ixtiyor Baxtiyorovich	
GREEN MARKETING STRATEGIES AND THE APPLICATION OF NEUROMARKETING METHODS IN THEIR DEVELOPMENT.....	819
Samadov Asqar Nishonovich, Latipova Go'zal	
OZIQ-OVQAT SANOATIDA KICHIK KORXONALAR SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	825
Mavlanova Barchinoy Shonazar qizi	
BARQAROR IQTISODIY RIVOJLANISHDA INVESTITSİYALAR AHAMIYATINING EMPIRIK TAHLILI	831
Nazarova Ra'no Rustamovna, Najmiddinov Yahyo Fazliddin o'g'li	
YASHIL TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA MEHMONXONALAR ROLI: MUAMMOLAR VA IMKONIYATLAR.....	840
Raxmonova Nigina Anvarovna	
IJTIMOIIY SIYOSAT SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI: O'ZBEKISTONNING AMALIY YONDASHUVI VA RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR TAJRIBASI.....	844
Bafojev Farrux Jo'raqulovich	
AHOLI IJTIMOIIY HIMOYASINI KUCHAYTIRISH MUAMMOLARI	852
Ulashev Xubbim Askarovich	
YASHIL TA'LIM RIVOJLANISH BOSQICHLARI: YAPONIYA MISOLIDA	856
Raxshona Nabibullayeva	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA ELEKTRON SAVDONING MINTAQA IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHGA TA'SIRI.....	861
Mo'minov Yahyobek Shokirjon o'g'li	
TUROPATORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI.....	865
Toshev Akmal Salimovich	
TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ORQALI MINTAQADA AHOI DAROMADLARINI OSHIRISH YO'NALISHLARI	874
Quldasheva Maftuna Musurmon qizi	
ФАКТОРЫ И МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	878
Алиева Эльнара Аметовна, Рахматхонов Саидодилхон Расулхон угли	
МЕХАНИЗМЫ УСТОЙЧИВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В СТРАНАХ С РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ ЭКОНОМИКОЙ: РОЛЬ ESG-ИНСТРУМЕНТОВ, ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗЕЛЁНЫХ ОБЛИГАЦИЙ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ НА ПРИМЕРЕ УЗБЕКИСТАНА И МАЛАЙЗИИ.....	884
Нарзуллаева Мехрангиз Ақобировна	
DORIVOR O'SIMLIKLAR SAVDOSIDA QIYMAT ZANJIRI TAHLILI: IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH OMILLARI.....	893
Maftuna Ermatova Arslonbek qizi	
O'ZBEKISTON VA TURKMANISTON O'RTASIDAGI SAVDO AYLANMASI TAHLILI	899
Voxidova Mehri Xasanovna	
GLOBAL KOMPANIYALARDA RAQAMLI MENEJMENTNING SAMARADORLIK KO'RSATKICHLARI	905
Axmedov Sardor Shuxrat o'g'li	
IQLIM O'ZGARISHLARI VA GLOBALLASHUV SHAROITIDA EKOLOGIK-HUQUQIY TA'LIMNI RIVOJLANTIRISH.....	912
Jumanazar Xolmuminov	
YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHNING JAHON TAJRIBASI	916
Kalandarova Elnura Muzaffar qizi	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA HUDUDLARNING INVESTITSIYAVIY JOZIBADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	921
Rahmatullayev Bobir Chorshamiyevich	



FINANCING WATER RESILIENCE: A FEASIBILITY ANALYSIS OF SOVEREIGN BLUE BOND ISSUANCE IN UZBEKISTAN.....	926
Yakubov Jakhongir	
УКРЕПЛЕНИЕ ПАРТНЁРСТВО И СОЗДАНИЕ ЕДИНСТВЕННОГО ЭНЕРГОРЫНКА В УЗБЕКИСТАНЕ	929
Каримова Нуржахон Олим кизи	
ИННОВАЦИОННАЯ ЗРЕЛОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РОСТА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ МОДЕЛИ	935
Алиева Эльнара Аметовна, Табаков Евгений Сергеевич	
"BUDJET JARAYONLARIDA XAVFLARNI ANIQLASH VA BAHOLASH: ICHKI AUDIT YONDASHUVLARI"	941
Abdujalilova Dilnoz Abdusattorovna, Nishonxo'djaev Bekzod Baxodir o'g'li	
IQTISODIY XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHDA DAVLATNING ROLI	947
Raximov Baxromjon Ibroximovich	
O'ZBEKISTONDA SUT SEKTORINING QIYMAT ZANJIRINI SANOATLASHTIRISH MUAMMOLARI.....	951
Urazov Jamshidjon Sa'dullayevich	
STRATEGIK BOSHQARUV HISOBIDA XARAJATLAR HISOBİ VA KALKULYATSIYA TIZIMLARINING HOZIRGI HOLATI VA RIVOJLANISH YO'NALISHLARI	955
Hamroyeva Zuhra Amiral qizi	
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ	961
Ариф Мустафаев	
ФАКТОРЫ ВЛИЯЮЩИЕ НА ИЗМЕНЕНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	968
Ишонкулова Феруза Асатовна	
O'ZBEKISTONNING INVESTITSION HUQUQIY SIYOSATIDA GLOBAL REYTINGLARNING NORMATIV-HUQUQIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	974
Gavhar Bekmurodova Adham qizi	
XALQARO MOLIYA BOZORIDA KREDIT RISKINI BAHOLASHNING ZAMONAVIY USULLARI VA RISKLARNI BOSHQARISH TIZIMINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	981
Ochilova Xusniya Olim qizi, Yuldasheva Umida Asanaliyevna	
JAHONDA BRONLASH TIZIMLARINING RIVOJLANISH BOSQICHLARINING EVOLYUTSIYASI.....	987
Ismatillaeva Sitara Sayfidin qizi	
MILLIY IQTISODIYOT INNOVATSION SALOHİYATIDAN SAMARALI FOYDALANISHDA JAHON TAJRIBALARI.....	994
Samadqulov Muhammadjon Islom o'g'li	
HUDUDIY RIVOJLANISHDA SOLIQ IMTIYOZLARINING AHOLI DAROMADLAR DINAMIKASIGA TA'SIRI.....	998
Olimjon Fattoyev G'ayrat o'g'li	
OLIY TA'LIM MUASSASALARINING ZAMONAVIY SHAROITLARDI RAQOBATBARDOSHLIGI: NAZARIY JIHATLARI VA AMALIY BOSHQARUV STRATEGIYALARI	1002
Adizov Bobir Baxtiyorovich	
ZAMONAVIY SHAROITDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI RISKLARINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	1005
Sirojiddinov Kamoliddin Ikromiddinovich, Nasritdinov Bekzod Xusnutdinovich	
NAMANGAN VILOYATIDA QURILISH KLASHTERINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY OMILLARI VA ISTIQBOLLI MANBALARI.....	1011
Abduraxmanov Muxtorali Abduvoxidovich	
ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БУХАРСКОЙ ОБЛАСТИ	1016
Авезова Шахноза Махмуджановна	
MOLIYAVIY SAVODXONLIKNI OSHIRISHGA TA'SIR KO'RSATADIGAN OMILLAR.....	1022
Obilov Mirkomil Rashidovich	



“O‘ZBEKISTONDA TURIZMNING MADANIY IDENTIKLIKKA TA’SIRI: SOTSIOLOGIK TAHLIL”	1028
Alijonova Nargiza Rashidjon qizi	
STATISTICAL ANALYSIS OF CREDIT INTEREST RATES.....	1034
Abdullayev Shakhobiddin Shamsiddinovich	
QISHLOQ XO‘JALIGIDA LOGISTIKA XARAJATLARINI OPTIMALLASHTIRISH METODLARI VA SAMARALI TA‘MINOT ZANJIRI MODEL.....	1037
Olimova Bahora Shuxratovna	
INNOVASION IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHINING NAZARIY JIHATLARI.....	1042
Abdulkakimov Zuxrali Tursunaliyevich	
TIJORAT BANKLARIDA DEPOZIT BAZASI BARQARORLIGIGA TA’SIR ETUVCHI OMIL SIFATIDA FOIZ SIYOSATI VA UNING AMALIY JIHATLARI.....	1047
Axmedova Dilafro‘z Elshodovna	
B2BDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH BO‘YICHA XORIJIY TAJRIBALAR.....	1053
Abdubotirova Madinaxon	
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ИННОВАЦИОННО - ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ.....	1059
Баходирова Хилола Баходировна	
RAQOBATBARDOSH MAHSULOT ISHLAB CHIQRISHDA YASHIL MARKETING STRATEGIYASIDAN FOYDALANISH.....	1063
Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, Abdurazakova Diyora	
ENERGIYA XARAJATLARINI KAMAYTIRISHNING IQTISODIY SAMARASI.....	1070
Urmanbekova Iroda Farxodovna	
PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF REMOTE BANKING SERVICES IN THE CONTEXT OF BANKING TRANSFORMATION	1075
Jabborov Bahriddin Rashidovich	
MIKROMOLIYA TASHKILOTLARIDA MOLIVAVIY-XO‘JALIK FAOLIYATINI BUXGALTERIYA HISOBIDA AKS ETTIRISH TARTIBI.....	1079
G‘ofurov Iskandar Abduraxmonovich	
BANKLARNING INVESTITSIYA RISKLARI VA ULARNI KAMAYTIRISH YO‘LLARI	1084
Yuldashev Erkin Xusanovich	
MA’LUMOTLAR BAZASINING RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAGI AHAMIYATI.....	1090
Maxamadiyev M. M.	
УСТОЙЧИВОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ: АНАЛИЗ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ АКИБ «ИПОТЕКА-БАНК» ПОСЛЕ ВХОЖДЕНИЯ В ОТП GROUP.....	1095
Каримова Нуржахон Олим кизи	
O‘ZBEKISTON OLIY TA’LIM MUASSASALARIGA XORIJLIK TALABALARNI JALB ETISHDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH.....	1101
Sharopova Nafosat, Xolmamatov Diyorbek	
DAVLATNING IJOBIY IMIJINI YARATISHDA TURIZM VA XALQ DIPLOMATIYASINING STRATEGIK O‘RNI	1108
Kasimova Zilola G‘ulomiddin qizi	
JISMONIY TARBIYA VA SPORT MUASSASALARIDA MOLIVAVIY MUNOSABATLARNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.....	1116
Toshmurodov Abdurauf Ravshanovich	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ МОДЕРНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА УЗБЕКИСТАНА – 2025.....	1122
Ш.К.Жалилов	
“O‘ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOTNING O‘RNI VA UNI RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI”	1126
Xursandov Komiljon Maxmatkulovich	
MAMLAKATDA INVESTITSIYA JARAYONLARINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	1130
Xusanov Durbek Nishanovich	
TURIZM XIZMATLARI TUSHUNCHASI VA ULARNI INNOVATSION TASHKIL ETISHNING IQTISODIY MOHIYATI.....	1138
Najmidinov Azizbek Bahrom o‘g‘li	



MINTAQAVIY IQTISODIYOTDA TURISTIK INFRATUZILMANI BAHOLASH USULLARI VA MEZONLARI.....	1143
Xalmirzayev Axmadjan Axunovich, Ro'zmatov Boburjon Zafarjon o'g'li, Shodiyeva Nafosatxon Hamza qizi	
O'ZBEKISTONDA KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATINING HOLATI VA TENDENSIYALARI.....	1149
Ahmedov Shermuhammad Omonjon o'g'li	
MARKETING KOMMUNIKATSIYA STRATEGIYALARINI ISHLAB CHIQISHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI	1156
Akramov Toxir Abdiraxmanovich	
SANOAT KORXONALARIDA MAHSULOT RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	1161
Adashev Azimjon Urinboyevich	
XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA PRUDENSIAL NAZORAT: BAZEL QOIDALARI VA ULARNING AHAMIYATI	1165
Abdunazarova Dilshoda Akromovna	
INNOVATSION FAOLIYATNI BOSHQARISHDA BOSHQARUV HISOBİ AXBOROTINING AHAMIYATI	1170
Xushvaqtova Nozanin Nurbek qizi	
OLİY TA'LİM TIZIMIDA INTEGRATSIYA JARAYONLARINI AMALGA OSHIRISH SHAKLLARI VA ULARNING TA'LİM XIZMATLARI BOZORIDAGI AHAMIYATI.....	1177
Ismoilova Feruza Kubaymurodovna	
EKOMARKETING STRATEGIYALARI ORQALI BARQAROR RIVOJLANISHGA ERISHISH	1182
Qo'ziyev Jaloladdin Alisher o'g'li	
ENSURING INNOVATIVE ECONOMIC SECURITY IN THE KHOREZM REGION: WASTE RECYCLING AND CIRCULAR ECONOMY	1186
Madraximova Shohista Bahrom qizi	
KICHIK BIZNES FAOLIYATINI BAHOLASH ASOSIDA SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	1191
Mavkulov Ravshan Nematjonovich	
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTIGA ISLİM MOLIYASINI JORIY QILISHDA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJIRIBASIDAN FOYDALANISH.....	1195
Sultonov Baxtiyor Baxodirovich	
MINTAQAVIY IMIJNI SHAKLLANTIRISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI.....	1201
Duschanov Alisher Sherzod o'g'li	



MINTAQAVIY IMIJNI SHAKLLANTIRISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI

Duschanov Alisher Sherzod o'g'li

Abu Rayhon Beruniy nomidagi

Urgnach davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi

E-mail: Duschanov_alisher@mail.ru

Annotatsiya. Ushbu maqolada hududni targ'ib qilish, hududiy marketing, hudud imiji va hududiy brending masalalariga oid ilmiy adabiyotlar tahlili asosida mazkur yo'nalishlarning nazariy va amaliy jihatlari yoritilgan. Tadqiqotda hududlarni rivojlantirish, ularning raqobatbardoshligini oshirish hamda ijobiy imijini shakllantirishda hududiy marketing va brendingning o'rnini asoslab beriladi. Shuningdek, hududlarni reklama qilish va samarali boshqarish mexanizmlarining zamonaviy imkoniyatlari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: imijni shakllantirish, hududlarni brendlash, hududlarni reklama qilish, hududiy boshqaruv.

Abstract. This article examines the theoretical and practical aspects of territorial promotion, territorial marketing, image formation, and territorial branding based on an analysis of relevant scientific literature. The study substantiates the role of territorial marketing and branding in regional development, enhancing competitiveness, and shaping a positive territorial image. In addition, modern approaches to territorial promotion and effective territorial governance are analyzed.

Key words: image formation, territorial branding, territorial promotion, territorial governance.

Аннотация. В статье на основе анализа научной литературы по вопросам территориального продвижения, территориального маркетинга, имиджа и территориального брендинга раскрываются теоретические и практические возможности данных направлений. Обосновывается роль территориального маркетинга и брендинга в развитии регионов, повышении их конкурентоспособности и формировании положительного имиджа. Также рассматриваются современные механизмы продвижения территорий и эффективного территориального управления.

Ключевые слова: формирование имиджа, брендинг территорий, территориальная реклама, территориальное управление.

KIRISH

Mintaqalar imijini shakllantirish va targ'ib qilish, marketing faoliyatini amalga oshirish hamda brendlashga qaratilgan siyosatlar yangilik emas, biroq so'nggi o'n yilliklar davomida ularning ahamiyati sezilarli darajada oshib bormoqda [1, 2]. Shaharlar misolida asosiy faraz shundan iboratki, imijni shakllantirish va targ'ibot, marketing va brending aholining, biznes subyektlarining hamda tashrif buyuruvchilarning manfaatlarini yo'lida hududni yaxshilashga qaratilgan shahar siyosatini qo'llab-quvvatlashi mumkin. Dunyoning ko'plab mamlakatlarida tobora ko'proq shaharlar ushbu tushunchalarni o'z faoliyatiga joriy etar ekan, ularning mazmuni va shahar siyosati uchun keltirib chiqaradigan oqibatlarini borasidagi tushunmovchiliklar ham kuchayib bormoqda.

Hududni targ'ib qilish, hududiy marketing va hududiy brendingga oid yondashuvlarning xilma-xilligi shaharlar so'nggi o'n yilliklar davomida duch kelgan murakkab muammolar majmuasi bilan bevosita bog'liq bo'lib, aynan ushbu muammolar shaharlar raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan siyosatlarning shakllanishini rag'batlantirdi [3, 4]. Ushbu jarayonning kuchayishiga olib kelgan to'rtta asosiy sababni ajratib ko'rsatish mumkin. Birinchidan, Harvey tomonidan "kech kapitalizm sharoitida shahar boshqaruvidagi transformatsiya" sifatida ta'riflangan jarayon – ya'ni shahar boshqaruvida menejerlik yondashuvidan tadbirkorlikka yo'naltirilgan yondashuvga o'tishdir [5]. Mazkur "tadbirkorlikka yo'naltirilgan burilish" natijasida xususiy sektor uchun xos bo'lgan terminologiya, konsepsiyalar, vositalar va mexanizmlar davlat sektoriga kirib keldi hamda ularning deyarli barchasida raqobatbardoshlik asosiy maqsad sifatida qaralmoqda.



MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Hududni targ'ib qilish (place promotion) tushunchasiga "toza" va aniq ta'rif berish qiyin, chunki mavjud ta'riflarning aksariyati hududiy marketing va hududiy brending tushunchalari bilan keng darajada ustma-ust keladi hamda odatda o'xshash terminologiyadan foydalaniladi, garchi ko'pincha ularning mazmunida ma'lum farqlar mavjud bo'lsa-da. Masalan, Ward va Gold hududni targ'ib qilishni quyidagicha ta'riflaydi: muayyan geografik hududlar yoki joylarga oid tanlab olingan imijlarni maqsadli bozorga yetkazish maqsadida reklama va marketing vositalaridan ongli ravishda foydalanish [6].

Mazkur ta'rifning chuqurroq tahlili shuni ko'rsatadiki, unda qo'llanilgan "marketing" tushunchasi marketingning keng qamrovli konseptual talqinini emas, balki umumiy reklama faoliyatidan farqlanuvchi marketing kommunikatsiyasini anglatadi. Bundan tashqari, ushbu ta'rifda brending (imij) va marketing (maqsadli bozor) tushunchalariga xos terminlar qo'llanilgan bo'lsa-da, ular turli ma'nolarda va turlicha kontekstlarda ishlatilgan. Shu bois, mazkur sohada konseptual chalkashlikning mavjudligi tabiiy holat hisoblanadi. Agar hududni targ'ib qilishning maqsadini marketing yoki brending terminologiyasidan foydalanmasdan ifodalashga harakat qilinsa, uni "hudud taklif etayotgan imkoniyatlar haqida muayyan maqsadli auditoriyalar e'tiborini jalb etish va buning natijasida talabning oshishiga erishishga umid qilish" sifatida ta'riflash mumkin.

Marketing kommunikatsiyasida eng ko'p qo'llaniladigan modellardan biri AIDA modeli bo'lib, u muayyan takliflarga nisbatan e'tiborning ortishi qiziqishning paydo bo'lishiga, qiziqish esa istakni shakllantirib, oxir-oqibat muayyan harakatga olib kelishini ta'kidlaydi [7]. Muhimi shundaki, mazkur model bir yo'nalishli jarayonni ifodalaydi va unda e'tibor markaziy o'rinni egallaydi. E'tibor va harakat o'rtasidagi bunday sodda hamda ierarxik bog'liqlik haqidagi asosiy faraz aynan davlat va xususiy manfaatdor tomonlarning hududni targ'ib qilish tashabbuslarini boshlashi va qo'llab-quvvatlashining muhim sabablaridan biri hisoblanadi.

Marketing miksida "targ'ibot" (promotion) atigi to'rt "P" dan biri [8] yoki yetti "P" dan biri [9] sifatida qaraladi. Shu munosabat bilan ta'kidlash joizki, ilmiy adabiyotlarda taklif etilgan aksariyat nazariy modellar hududni targ'ib qilishni hududiy marketing yoki hududiy brendingning faqat bitta vositasi sifatida talqin qiladi [10]. Xususan, Ashworth va Voogd targ'ibot choralarini hududiy marketing bo'yicha o'z nazariy modelidagi to'rtta asosiy elementdan biri sifatida belgilagan bo'lsa [11], Kavaratzis ushbu targ'ibot choralarini hududiy brending bo'yicha o'z modelida "ikkilamchi kommunikatsiya" tarkibiy qismi sifatida izohlaydi [12].

Garchi ko'plab nazariy modellarda hududni targ'ib qilish va hududiy marketing o'rtasida farq mavjud bo'lsa-da, "hududni targ'ib qilish" tushunchasi alohida e'tiborga loyiqdir. Chunki bu tushuncha amaliyotchilarning aksariyati tomonidan amalga oshirilayotgan faoliyatni deyarli to'liq qamrab oladi, hatto ular ushbu faoliyatni hududiy marketing yoki hududiy brending deb atagan hollarda ham. Bu holat hududni targ'ib qilish amaliyotida ayniqsa yaqqol namoyon bo'ladi.

Mazkur faoliyat uchun mas'ul bo'lgan tashkilotlar, odatda, hudud takliflarining shakllanishiga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi rivojlanish jarayonlariga juda cheklangan darajada yoki umuman ta'sir ko'rsata olmaydi. Ular asosan targ'ibot kampaniyalarini boshlash, shuningdek, hudud taqdim etayotgan imkoniyatlarni muayyan maqsadli auditoriyalarga va bozorga yo'naltirilgan targ'ibot materiallarini ishlab chiqish va tarqatishga ustuvor ahamiyat qaratadilar. Ushbu jarayon tashkilotlarning vazifalari, vakolatlari hamda jarayonga jalb etilgan ko'plab manfaatdor tomonlarning turli manfaat va istaklari bilan belgilanadi.

Ilmiy adabiyotlarda hududiy marketing (place marketing) tushunchasining mazmuni borasida turli ta'riflar ilgari surilgan. Ushbu ta'riflarning aksariyati hududni targ'ib qilish tushunchasi bilan qisman ustma-ust keladi, biroq ularning ko'pchiligi bundan tashqari boshqa muhim elementlarni ham o'z ichiga oladi. Masalan, Ashworth va Voogd hududiy marketing tarkibiga "makoniy-funksional choralar", "tashkiliy choralar" va "moliyaviy choralar"ni ham kiritgan [11]. Kotler va Haider esa infratuzilma, asosiy xizmatlar va diqqatga sazovor obyektlarni hududiy marketingning muhim tarkibiy qismlari sifatida belgilagan [13]. Braun hududiy marketingni shahar mijozlari va umuman shahar hamjamiyati uchun qiymatga ega bo'lgan shahar takliflarini yaratish, yetkazib berish, kommunikatsiya qilish va almashish jarayonida marketing vositalaridan muvofiqlashtirilgan holda foydalanish sifatida ta'riflaydi [14].

Xuddi shuningdek, Hospers va Lombarts tomonidan ilgari surilgan avvalgi ta'rifni rivojlantirgan holda, hududiy marketing muayyan shaharga turli maqsadli guruhlarini saqlab qolish va jalb etishga qaratilgan, o'zaro bog'liq, biroq turlicha faoliyatlardan iborat bo'lgan uzoq muddatli jarayon yoki siyosiy vosita sifatida izohlanadi [15].

Hududni targ'ib qilish hududiy marketingning ajralmas va muhim qismi bo'lganligi sababli, ushbu sohada faoliyat yurituvchi tashkilotlar muqarrar ravishda targ'ibot choralarini ishlab chiqadi va amalga oshiradi. Bu esa, o'z navbatida, konseptual chalkashlikning saqlanib qolishiga xizmat qiladi, chunki targ'ibot faoliyati, tabiiyki, boshqa choralar bilan solishtirganda ko'proq e'tibor tortadi. Natijada, manfaatdor tomonlar hududiy marketingdan ham asosan targ'ibotga yo'naltirilgan, cheklangan faoliyatni kutadigan bo'lib qoladi va ko'pincha ushbu ikki tushuncha o'rtasidagi farqni ajratmaydi.



2005-yilda Anholt hududiy branding (place branding) tushunchasi keng miqyosda noto'g'ri talqin qilinayotganini ta'kidlagan edi [16]. Shundan so'ng branding konsepsiyasini hududlarga tatbiq etish masalasini aniqlashtirishga qaratilgan ko'plab ilmiy tadqiqotlar paydo bo'ldi. Hududlarni boshqarish sohasidagi mutaxassislar o'rtasida o'tkazilgan tadqiqotlarda de Noronha, Coca-Stefaniak va Morrison hududiy branding tushunchasiga nisbatan mutlaqo turlicha yondashuvlar mavjudligini aniqlaganlar [17]. Natijada, konseptual chalkashlik nafaqat turli tushunchalar o'rtasida, balki har bir tushunchaning o'z ichida ham saqlanib qolmoqda.

Ayrim olimlar hududiy brandingni hududiy marketingning bir vositasi sifatida talqin qilsa, boshqalari, aksincha, hududiy marketingni hududiy brandingning tarkibiy qismi deb hisoblaydi. Hududlar "brendga ega" yoki "o'zi brand" ekani borasidagi turli qarashlarga qaramay [18], ushbu ikki yondashuv vakillari hudud branding mohiyati masalasida umumiy fikrga keladi. Unga ko'ra, hudud brendi iste'molchilar ongida shakllanadigan, hudud va uning manfaatdor tomonlarining vizual, verbal va xulq-atvorga oid ifodalari asosida yuzaga keluvchi assotsiatsiyalar tizimi sifatida talqin etiladi. Ushbu assotsiatsiyalar o'z ta'sir kuchi va iste'molchilarning munosabati hamda xatti-harakatlariga ta'siri jihatidan farqlanadi.

Bu yerda identitet hududning barcha jihatlarini emas, balki turli identifikatsiya shakllarining uyg'unlashgan majmuasini anglatadi. Hudud identiteti bir tomondan hududni boshqa hududlardan farqlashga xizmat qilsa, ikkinchi tomondan, hududga xos moddiy va nomoddiy ichki elementlarni tanlab olish imkonini beradi.

Korporativ adabiyotlarga tayangan holda, hudud reputatsiyasi va hudud imiji o'rtasidagi farqni quyidagicha izohlash mumkin: korporativ imij auditoriyaning tashkilot haqidagi darhol shakllanadigan ruhiy tasavvurini ifodalaydi, korporativ reputatsiya esa tashkilot faoliyatiga beriladigan qiymatli bahoni anglatadi. Odatda, reputatsiya vaqt o'tishi bilan izchil faoliyat va samarali kommunikatsiya orqali shakllanadi, imij esa puxta rejalashtirilgan kommunikatsiya dasturlari orqali nisbatan qisqa muddatda yaratilishi mumkin.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqot hududiy imijni shakllantirish, hududiy marketing va hududiy brandingga oid konseptual yondashuvlarni chuqurroq yoritishga qaratilgan bo'lib, unda sifat (qualitative) tadqiqot metodlaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida yetakchi xalqaro ilmiy jurnallarda chop etilgan maqolalar tanlab olinib, ular asosida tizimli adabiyotlar tahlili (systematic literature review) amalga oshirildi. Xususan, tanlangan ilmiy manbalarning nazariy asoslari, metodologik yondashuvlari hamda xulosalari mazmuniy va taqqoslama tahlil usullari orqali atroflicha o'rganildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Hududni targ'ib qilish, hududiy marketing va hududiy branding tushunchalarining umumiy mohiyati bir-biriga yaqin bo'lib, ular o'zaro bog'liq va bir-birini to'ldiruvchi jarayonlar hisoblanadi. Shu bilan birga, mazkur tushunchalar o'z maqsadlariga erishishda turli vositalardan foydalanadigan uchta alohida konseptual yondashuv sifatida namoyon bo'ladi. Ushbu qayta talqin mazkur tushunchalar atrofida shakllangan chalkashliklarni aniqlashtirishga xizmat qiladi hamda siyosatni shakllantirish, institutsionallashtirish va amalga oshirish jarayonlari uchun metodologik yo'riqnoma vazifasini bajaradi.

Mazkur tasnif tushunchalar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar tuzilmasiga, shuningdek ularning vazifalari, vakolatlari va kutilayotgan natijalariga nisbatan konseptual aniqlik kiritadi.

1-jadval. Hudud targ'iboti, hudud marketingi va hudud brandingi o'rtasidagi farqlar

Tarkibi	Hudud targ'iboti (Place Promotion)	Hudud marketingi (Place Marketing)	Hudud brandingi (Place Branding)
Yondashuv (drayver):	Taklifga asoslangan; Yuboruvchidan qabul qiluvchiga yo'naltirilgan;	Talabga asoslangan; Tashqaridan–ichkariga (ehtiyojlar);	Identitetga asoslangan; Ichkaridan–tashqariga (dolzarblik);
Vazifa Mandat Byudjet	Takliflarni yetkazish; Muvofiqlashtirilgan targ'ibot; Maqsadli auditoriyalar;	Taklif va talabni boshqarish; Mahsulot -bozor kombinatsiyalari; Maqsadli bozor segmentlari;	Reputatsiyani boshqarish; Imijni muvofiqlashtirish; auditoriya ongida hudud bilan bog'lanadigan tushunchalar;
Natijalar:	E'tibor	Tanlov	Obro'-e'tibor
Asosiy soha:	Kognitiv* (bilim)	Konativ* (xulq-atvor)	Affektiv* (munosabat)



Ko'rinib turibdiki, hududiy marketingning vazifasi hududni targ'ib qilish vazifasiga nisbatan ancha kengdir, chunki u nafaqat targ'ibot choralari orqali hudud rivojlanishiga bilvosita ta'sir ko'rsatishni, balki strategik tanlangan bozor segmentlarida maqsadli guruhlar uchun muhim bo'lgan hududning mahsulot-bozor kombinatsiyalarini shakllantirish orqali bevosita ta'sir ko'rsatishni ham nazarda tutadi [14].

Ideal sharoitda hududiy marketing bilan shug'ullanuvchi tashkiliy birlik boshqa tashkilotlar va manfaatdor tomonlarga yo'nalish bera oladigan darajada kuchli vakolatlar ega bo'lishi, jumladan, hududning o'zini rivojlantirish jarayonlariga bevosita ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lishi lozim. Hududiy marketingdan farqli ravishda, hududiy brendingning asosiy vazifasi reputatsiyani boshqarishdan iborat. Hudud imijini yaxlit va izchil tarzda muvofiqlashtirish uchun hududiy marketingga nisbatan yanada kengroq vakolatlar hamda ta'sir doirasi talab etiladi [19].

Aslida, hududiy brending hudud qanday qabul qilinishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan barcha omillarga ta'sir o'tkaza olish imkoniyatiga ega bo'lishi kerak. Bu jarayon hududlar uchun korporatsiyalarga nisbatan ancha murakkab bo'lib, buning asosiy sababi siyosiy o'lchamning mavjudligidir. Terlouw ta'kidlaganidek, hudud identitetini tavsiflash jarayoni ko'pincha davlat va xususiy manfaatdor tomonlar o'rtasida bahs-munozaralarga sabab bo'ladi va shu bois tez-tez siyosiy muhokamalar mavzusiga aylanadi.

Hududni targ'ib qilish, hududiy marketing va hududiy brending tushunchalarini qayta talqin qilish turli bozor segmentlariga yo'naltirilgan siyosatlarni aniqlashtirish uchun ham xizmat qilishi mumkin. Ushbu uch tushuncha orqali uchta ustun bozor segmenti – biznes subyektlari, aholi va tashrif buyuruvchilar – o'rtasidagi munosabatlar ifodalanadi. Shuningdek, ushbu yondashuv hududni targ'ib qilish asosan vosita sifatida hozirgi vaqtda hudud nimalarni taklif qilayotganiga e'tiborni jalb etishga qaratilganini ko'rsatadi. Shu sababli, keng qamrovli va uzoq muddatli strategiya mavjud bo'lmagan hollarda, hududni targ'ib qilish qisqa muddatli xarakter kasb etib, aynan qaysi takliflar ayni vaqtda e'tibor markaziga chiqarilishi lozimligiga urg'u beradi.

Bunga qarama-qarshi ravishda, hududiy marketing asosan taklif va talabni boshqarishga yo'naltirilgan bo'lib, bu uzoq muddatli strategiyani, shuningdek, bozor segmentatsiyasi hamda mahsulot va xizmatlarni rivojlantirishning yuqori darajasini talab etadi [14]. Hududiy marketing bir vaqtning o'zida ham hududning hozirgi holatiga, ham uning kelajakdagi rivojlanish istiqbollariga e'tibor qaratishi, ya'ni hudud takliflarini o'zgarib borayotgan ehtiyojlar va tendensiyalarni inobatga olgan holda doimiy ravishda moslashtirib borishi zarur.

Hududiy brending holatida esa hududni rivojlantirish va hududni targ'ib qilish jarayonlarida yuqori darajadagi selektivlik hamda uzoq muddatli izchillik talab etiladi. Hududiy marketing muayyan bozor segmentlariga yo'naltirilishi mumkin bo'lsa, hududiy brending o'z mohiyatiga ko'ra hududning yaxlit qabul qilinishiga ta'sir o'tkazishni ko'zda tutadi. Bu esa 1-rasmda chapdan o'ngga yoki 3-rasmda markazdan tashqariga qarab harakatlanish jarayonida boshqaruv murakkabligining ortishini, shuningdek, siyosiy, boshqaruv va menejerlik qo'llab-quvvatlash bazasining kengayishini anglatadi.

Mazkur uch tushunchaning o'zaro bog'liqligi konseptual chalkashlikni saqlab qolishi mumkin, biroq ularning o'ziga xos farqlarini e'tibordan chetda qoldirish maqsadlar, vositalar va kutilayotgan natijalar o'rtasida nomutanosiblikka olib kelishi ehtimoli yuqori. Amaliyotda esa hududni targ'ib qilish, hududiy marketing va hududiy brending bilan shug'ullanuvchi tashkilotning rasmiy vazifasi ko'pincha "hudud imijini yaxshilash", ya'ni hudud reputatsiyasini boshqarish (hududiy brending) sifatida belgilanishi kuzatiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Hududni targ'ib qilish, hududiy marketing va hududiy brending bilan bog'liq konseptual chalkashliklar shaharlarning o'z raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan xilma-xil hamda doimiy ravishda o'zgarib borayotgan amaliyotlarining murakkabligi bilan izohlanadi. Mazkur maqolada ushbu xilma-xillik sharoitida ham nazariy akademik mulohazalarda, ham amaliy qo'llanilishda umumiy jihatlar mavjud ekanligi asoslab berildi.

Uch tushuncha o'rtasidagi farqlarga oid so'nggi akademik munozaralar hamda ularning zamonaviy shahar boshqaruviga ko'rsatadigan ta'sirini tahlil qilish natijasida yanada izchil konseptual asos (framework) ni shakllantirish uchun zarur bo'lgan tayanch unsurlar aniqlab olindi. Mazkur konseptual asos hududni targ'ib qilish, hududiy marketing va hududiy brending tushunchalarini bir-biridan aniq farqlash imkonini beradi. Shu orqali akademiklar uchun tadqiqotlarni tuzilmali tarzda olib borish, natijalarni tizimli tahlil qilish va taqqoslash imkoniyati yaratilsa, amaliyotchilar uchun esa izchil siyosatlarni ishlab chiqish, samarali institutlarni shakllantirish hamda ushbu tashkilotlarning vazifalari, vakolatlari va maqsadlarini aniq belgilash jarayonida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan nomutanosibliklarning oldini olishga xizmat qiluvchi zarur aniqlik ta'minlanadi.

Uch tushuncha o'rtasidagi farqlarga asoslangan konseptual asosni ishlab chiqish jarayonida quyidagi asosiy xulosalarga kelindi. Birinchidan, hududni targ'ib qilish asosan hududlarning mavjud, ya'ni hozirgi takliflariga bo'lgan e'tiborni oshirish bilan cheklanadi. Ikkinchidan, hududiy marketing taklif va talabni boshqarish maqsadida hududni "nozik sozlash"ga qaratilgan bo'lib, u targ'ibot choralari bilan bir qatorda mahsulot-bozor kombinatsiyalarini yaxshilashga yo'naltirilgan boshqa strategik choralarni ham o'z ichiga oladi. Shu bois



hududiy marketing integral yondashuvni talab qiladi va u hududning real rivojlanish jarayonlaridan ajratilgan holda amalga oshirilmasligi lozim.

Uchinchidan, hududiy brending mazkur uch tushuncha ichida eng keng qamrovlisi ekanligi hamda tashkiliy salohiyat, siyosiy qo'llab-quvvatlash va institutsional muvofiqlashtirish nuqtai nazaridan eng yuqori talablarni qo'yishi aniqlandi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Kavaratzis M., & Ashworth G.J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96(5), 506-514.
2. Ward S.V. (1998). *Selling places: The marketing and promotion of towns and cities, 1850-2000*. Routledge.
3. Boisen M. (2007). The role of city marketing in contemporary urban governance. Paper presented at the 51st Conference of the International Federation of Housing and Planning, Copenhagen, Denmark, September 23-26.
4. Boisen M., Terlouw K., & Van Gorp B. (2011). The selective nature of place branding and the layering of spatial identities. *Journal of Place Management and Development*, 4(2), 135-147.
5. Harvey D. (1989). From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 71(1), 3-17.
6. Ward S.V., & Gold J.R. (1994). Introduction. In J.R. Gold & S.V. Ward (Eds.), *Place promotion: The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (pp. 1-18). John Wiley & Sons.
7. Garber L.L., & Dotson M.J. (2002). A method for the selection of appropriate business-to-business integrated marketing communications mixes. *Journal of Marketing Communications*, 8(1), 1-17.
8. McCarthy E.J. (1964). *Basic marketing: A managerial approach*. Richard D. Irwin.
9. Booms B.H., & Bitner M.J. (1981). Marketing strategies and organization structures. In J. H. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of services* (pp. 47-51). American Marketing Association.
10. Kotler P., Haider D.H., & Rein I. (1993). *Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. The Free Press.
11. Ashworth G.J., & Goodall B. (Eds.). (1990). *Marketing tourism places*. Routledge.
12. Kavaratzis M. (2005). Place branding: A review of trends and conceptual models. *The Marketing Review*, 5(4), 329-342.
13. Braun E., Kavaratzis M., & Zenker, S. (2010). My city-My brand: The role of residents in place branding. Paper presented at the 50th European Regional Science Association Congress, Jönköping, Sweden, August 19-23.
14. Hospers G.J. (2009). Citymarketing in perspectief. *IVIO Wereldschool*.
15. Anholt S. (2005). Some important distinctions in place branding. *Place Branding*, 1(2), 116-121.
16. de Noronha I., Coca-Stefaniak J.A., & Morrison A.M. (2017). Confused branding? An exploratory study of place branding practices amongst place management professionals. *Cities*, 66, 91-98.
17. Eshuis J., & Edwards A. (2012). Branding the city: The democratic legitimacy of a new mode of governance. *Urban Studies*, 50(5), 1066-1082.



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. № 12

© 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>
