



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№12



ISSN: 2992-8982

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

2025

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
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
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukurimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

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
Ikramov Murod Akramovich, 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 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

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'anjionovich, 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 MOLIIYAVIY RIVOJLANISHINI TA'MINLASH VOSITALARI	303
Sadikov Iskandar Gayratovich	
ЗЕЛЕНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА	308
Халиков С. Х.	
HUDUDIIY 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	
INVESTITSIALARNI 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 MEXANIZMLARINI 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 TASHKILIY 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 TASHKILIY-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	
IJTIMOII SIYOSAT SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI: O'ZBEKISTONNING AMALIY YONDASHUVI VA RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR TAJRIBASI.....	844
Bafojev Farrux Jo'raqulovich	
AHOLI IJTIMOII 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 HISOBI 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 TAJIRIBALARI.....	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 RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY JIHATLARI.....	1042
Abdulkakimov Zuxrali Tursunaliyevich	
TIJORAT BANKLARIDA DEPOZIT BAZASI BARQARORLIGIGA TA’SIR ETUVCHI OMIL SIFATIDA FOIZ SIYOSATI VA UNING AMALIY JIHATLARI.....	1047
Axmedova Dilafruz 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 Нуржохон 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 CHIQUISHNING 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	
OLIY TA'LIM TIZIMIDA INTEGRATSIYA JARAYONLARINI AMALGA OSHIRISH SHAKLLARI VA ULARNING TA'LIM 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 ISLOM MOLIYASINI JORIY QILISHDA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJIRIBASIDAN FOYDALANISH.....	1195
Sultonov Baxtiyor Baxodirovich	
MINTAQAVIY IMIJNI SHAKLLANTIRISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI.....	1201
Duschanov Alisher Sherzod o'g'li	
QISHLOQ XO'JALIGI KORXONALARI FAOLIYATI SAMARADORLIGINI TA'MINLASHNING IQTISODIY MEXANIZMI	1206
Opaev Bysen Aymanovich	
TIJORAT BANKLARI TOMONIDAN KICHIK BIZNESNI INVESTITSION KREDITLARI ORQALI MOLIYALASHTIRISH.....	1212
Yuldashev Fozil Turapovich	
YASHIL IQTISODIYOT TAMOYILLARI ASOSIDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI SAMARALI RIVOJLANTIRISHNING XORIJ TAJIRIBASI.....	1218
M.M.Muminova	
ИНТЕГРАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ОПЕРАТОРА И ПРЕДПРИЯТИЙ МЕСТНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	1223
Худаярова Мехрангиз Мурадовна	
TURIZMDA INDIVIDUALLASHTIRILGAN XIZMATLAR KONSEPSIYASI VA TAJRIBA TURIZMINING NAZARIY ASOSLARI.....	1230
Raxmatov Aziz Tolipovich	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDA QISHLOQ XO'JALIGIDA YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA EKOLOGIK EKSTERNALIYALARNI TARTIBGA SOLISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	1235
Smaylova Zarafshan	
XALQARO STANDARTLARDA PRUDENSIAL NAZORAT: BAZEL QOIDALARI VA ULARNING AHAMIYATI	1239
Abdunazarov Dilshoda Akromovna	



METALLURGIYA SANOATIDA EKOLOGIK TOZA TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISH: MAQSADGA MUVOFIQLIGI VA NATIJALARI	1244
Karimov Ma'ruf Ixtiyorovich	
HUDUDIIY IQTISODIY O'SISH OMILLARINING EKONOMETRIK TAHLILI: SURXONDARYO VILOYATI MISOLIDA	1248
Zaripova Mukaddas Djumayozovna, Normurodov Asliddin Alijon o'g'li	
INDUSTRIAL RIVOJLANISHNING IQTISODIY VA EKOLOGIK OQIBATLARI	1258
Ataniyazova M.B.	
OLIY TA'LIM RAQOBATBARDOSHLIGINING TA'LIM SIFATINI OSHIRISHDAGI ROLI	1263
Nishonov Dilshod Shamsidinovich	
СИСТЕМА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ «ЗЕЛЕННОЙ» ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	1269
Махмудходжаева Луиза Сайфуллоевна	
IQTISODIYOTDA "YASHIL" MOLIYALASHTIRISHNI RIVOJLANTIRISHNING XUSUSIYATLARI	1274
Risqibekova Nozimaxon	
THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN BOOSTING TOURISM-RELATED BUSINESSES	1280
Farrukh Mamadiyrov Shukhratovich	
MINTAQA IQTISODIY BARQARORLIGINI BAHOLASH INDIKATORLARI VA USLUBLARI	1284
Turdiyev Ulug'bek Qayumovich	
MAJOR INFLATIONARY FACTORS IN THE ECONOMY OF UZBEKISTAN AND ANTI-INFLATION POLICIES	1290
Koshanov Abdimurat Azat uli, Oralbaeva Diana Mukhit qizi	
ЦИФРОВАЯ ЭКОСИСТЕМА СОВРЕМЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА: МОДЕЛИ, МЕХАНИЗМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ	1296
Бекова Азиза Алимовна	
SOLIQ MAJBURIYATLARINI HISOBGA OLISH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH	1301
Abdullayev Abror Bozarboyevich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA AKSIZ SOLIINING FISKAL VA IJTIMOIIY ROLI	1308
Abdulxayeva Shaxnoza Muxammadiyevna	
MINTAQAVIIY IQTISODIYOTDA AGROTURIZMNI BAHOLASH USULLARI VA MEZONLARI	1314
Egamberdiyeva Umriniso Tursunqulovna, Ro'zmatov Boburjon Zafarjon o'g'li, Shodiyeva Nafosatxon Hamza qizi	
OLIY TA'LIMDAGI RAQAMLI YECHIMLARNING SAMARADORLIGI VA UNI BAHOLASH MEZONLARI	1320
Abduraxmanova Malika Abdujaparovna	
SURXONDARYO VILOYATI SHAROITIDA AKVAPARK VA SUZISH HAVZALARI QURILISHINI TAHLIL QILISH HAMDA TAVSIYALAR BERISH	1326
Olimjonov Firdavs	
FISKAL FEDERALIZM NAZARIYASI VA UNING AMALIY AHAMIYATI	1332
Pulatov Dilshod Xaqberdiyevich, Alijonov Ahadjon Hasanboy o'g'li	
OILAVIIY MUHITDA QIZLARNING EMOTSIONAL INTELLEKTINI RIVOJLANTIRISH: IJTIMOIIY PEDAGOGIK YONDASHUV (O'ZBEKISTONDA)	1336
Qayimova Maftuna Tursunovna	
«YASHIL IPOTEKA» AMALIYOTI: XORIJIY TAJRIBALAR	1340
Berdinazarov Zafar Ulashovich, Xayitov Bobirbek Ergashevich	
ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ПРИНЯТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ЭПОХУ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА. ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ ПАРАДИГМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ	1344
Бурханова Шахноза Бобировна	
QIMMATLI QOG'OZLAR BOZORIDA TIJORAT BANKLARI FAOLIYATINI KENGAYTIRISH MASALALARI	1353
Abduvoxidova N.G'., Karimova A.M.	
ISHLAB CHIQARISHNI DIVERSIFIKATSIYA ORQALI SAMARADORLIKNI OSHIRISHNING ASOSIIY MECHANIZMLARI	1359
Mirzarayimova Feruza Zokirjon qizi, Levakov Izzatulla Nematillayevich	



TO'G'RI SOLIQLARNI UNDIRISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH AMALIYOTI TAHLILI	1365
Xo'jaqulov Ramshid Yunusovich	
O'ZBEKISTONDA BANK TIZIMINING HOZIRGI HOLATI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	1372
Kasimova Zilolaxon Botir qizi	
INNOVATSION FAOLIYATNI MOLIYALASHTIRISHNING IQTISODIY MAZMUNI VA TAMOIYILLARI	1379
Gafurov Ma'ruf Xakimovich	
KREDIT RISKI VA UNGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR TAHLILI	1383
Karimova Shohida Zaylobiddinovna	
SURXONDARYO VILOYATI TUMANLARINING IQTISODIY MODERNIZATSIYASI: ASOSIY OMILLAR VA TENDENSIYALAR.....	1389
Qosimova Nodira Saidovna	
BUXORO VILOYATIDA YASHIL AGROTURIZM KONSEPSIYASINI SHAKLLANTIRISH	1395
Umurov J.	
TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA DAROMADLAR VA ULARNI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI.....	1403
Ostonaqulova Gulchehraxon Muhammadyoqub qizi	
MINTAQADA KICHIK BIZNESNING EKSPORT SALOHİYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI.....	1409
Raxmatullayev Umarbek Ulug'bekovich	
FERMERLAR KOOPERATSIYASI VA XALQARO BOZORLARGA KIRISH: O'TISH DAVRI IQTISODIYOTIDAN XULQ-ATVOR, DEMOGRAFIK VA INSTITUTSIONAL NUQTAI NAZARLAR.....	1415
Tursunqulov G'olib Shavkat o'g'li	
ERKIN IQTISODIY ZONALARNI KLASSTER ASOSIDA RIVOJLANTIRISH	1422
Mamadiyev Elyor Akmalovich, Sharipov K. A.	
КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В АВТОМОБИЛЬНОМ СЕКТОРЕ УЗБЕКИСТАНА: СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РОСТА И СОБЛЮДЕНИЯ РЕГУЛЯТОРНЫХ ТРЕБОВАНИЙ.....	1427
Шамсуддинов Шухрат Нематович	
ПУТИ ВНЕДРЕНИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	1431
U. D. Gayratov	
O'ZBEKISTONDA ISLOM MOLIYASIGA BO'LGAN EHTIYOJ VA ZARURIYAT: UNING AHAMIYATI.....	1435
Sh.N.G'afforov	
MEHNAT RESURSLARINI BOSHQARISH VA UNI SAMARADORLIGINI OSHIRISH MASALALARI	1439
Uzoqov Lutfillojon Fayzullojonovich	
DAVLAT TOMONIDAN IQTISODIY NAZORATNING BOZOR BARQARORLIGINI TA'MINLASHDAGI ROLI: O'ZBEKISTON TAJRIBASI VA GLOBAL AMALIYOT TAHLILI	1443
Rasulev Alisher Fayziyevich. Karimov Ulug'bek Mirzajon o'g'li	
TASHQI DAVLAT QARZINING VALYUTA TUZILMASI VA UNING QARZ BARQARORLIGIGA TA'SIRI TAHLILI	1446
Sanakulova B. R., Jamolov M.M.	
ASOSIY MAKROIQTISODIY KO'RSATKICHLAR ORQALI DAROMADLAR O'SISHINI BAHOLASH METODOLOGIYASI.....	1452
Eshbaeva Shahnoza Faxriddinovna	
ЭКОНОМИКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И ПРАКТИКА.....	1457
Рустамов Зокир Тоирович	
EKSPORT DIVERSIFIKATSIYASINI SHAKLLANTIRISHDA AKT NING ROLI: RIVOJLANAYOTGAN DAVLATLAR MISOLIDA	1461
Sadriddinov Ulug'bek Jaloliddin o'g'li	
ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПОТОКАМИ И ИМПОРТОМ В УЗБЕКИСТАНА	1467
Рустамов Фозилжон	
ICHKI BOZORDA PARRANDA GO'SHTI MAHSULOTINING NARX BARQARORLIGI VA KELGUSI TENDENSIYALARINI EKONOMETRIK MODELLAR ORQALI BAHOLASH	1475
Jumayev Olimjon Sadulloyevich	



TIBBIY XIZMAT INFRATUZILMASINING FARG'ONA IQTISODIY RAYONIDA JOYLASHUV XUSUSIYATLARI.....	1483
Xolmirzayeva Zulayxo Axmadjon qizi	
TIJORAT BANKLARIDA MARKETING FAOLIYATINI BAHOLASH BO'YICHA METODOLOGIK YONDASHUVLAR ISHLAB CHIQISH.....	1488
Ibragimova Shaxlo Alimbayevna	
ENERGY TRANSITION DEBATE: ELECTRIC VEHICLES, OIL AND THE "GREEN" PARADOX.....	1492
Tokhirjonov Temurbek Alimardon ogli, Numonjon Malikov	
SANOATLASHUV NATIJASIDA QISHLOQ XO'JALIGIDA AHOLI BANDLIGINING KAMAYISHI TAHLILI	1500
B.Beknazarov	
RESPUBLIKA TO'QIMACHILIK SANOATINING SHAKLLANISHI VA MUSTAQILLIK YILLARIDA RIVOJLANISHI.....	1505
Nurboyev Jaloliddin Mamadiyevich	
"YASHIL IQTISODIYOT" VA QAYTA TIKLANUVCHI ENERGIYANING IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	1510
Qurbonov Shovqi Djurayevich	
THE ROLE OF ENVIRONMENTAL FACTORS IN THE COURSE OF ACUTE RHEUMATIC FEVER IN CHILDREN.....	1516
Kuldashev Sardor Furqatovich	
MOLIYAVIY INKLYUZIYA DARAJASINI BAHOLASHNING AXBOROT TIZIMI ASOSIDA MONITORING MEXANIZMLARINI SHAKLLANTIRISHNING ILMIY-USLUBIY ASOSLARI.....	1520
Adashaliyev Baxtiyorjon Valisher o'g'li	
EKSPORT SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSIYALARNING AHAMIYATI	1527
Sobirova Muxlisa	
MAHALLIY BUDJETLAR MUSTAQILLIGINI TA'MINLASHDA SOLIQ TUSHUMLARI VA TRANSFERTLAR NISBATINI OPTIMALLASHTIRISH.....	1531
Muxitdinov Sidikxo'ja Akobirxo'ja o'g'li	
BANK TIZIMI ORQALI YASHIL MOLIYANI RIVOJLANTIRISH: GREEN ADVISORY SERVICES XIZMATLARINING ZAMONAVIY AMALIYOTI.....	1537
Abdumutalova Gulrux Shuxratjon qizi	
ISLOMIY MOLIYA VA RAQAMLI BANK EKOTIZIMLARINING INTEGRATSIYASINING O'ZBEKISTONDAGI ISTIQBOLLARI	1544
Galatov Abbos Alibekovich	
AGROSERVIS XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHNING STRATEGIK YO'NALISHLARI.....	1551
Abilov Feruz Nematullayevich	
TRANSFORMATSIYALASH JARAYONIDA TIJORAT BANKLARI KREDITLARI AMALIYOTI BILAN BOG'LIQ MUAMMOLAR VA ULARNI KAMAYTIRISH YO'LLARI	1554
Jabbarov Nodir Umirovich	
OLIY TA'LIM MALAKALARINI XALQARO TAN OLIISHNING INSTITUTSIONAL MEXANIZMLARI: BOLONYA JARAYONI VA YUNESKO GLOBAL KONVENSIYASI QIYOSIY TAHLILI	1559
Saidov Muxammad Ali Hakimovich, Iminoxunov Abduqahhor Abduvohidovich	
IQTISODIY O'SISHNING NAZARIY ASOSLARI VA UNI BELGILOVCHI OMILLAR TAHLILI.....	1563
G'ulomjan Matkarimov	
O'ZBEKISTONDA MUZEY TURIZMINI RIVOJLANTIRISHNING KONSEPTUAL YO'NALISHLARI.....	1568
Yulduz Urinbayeva	
DEVELOPMENT OF A METHODOLOGY FOR THE DIGITALIZATION OF TANGIBLE TECHNICAL ASSET INVENTORY IN THE DIGITAL ECONOMY.....	1573
Izzatilla Pulatov Quدراتillayevich	
THE IMPACT OF NATIONAL ECONOMY COMPETITIVENESS ON ECONOMIC GROWTH	1581
Siddikov Askar Axrorovich, Turapov Siroj Mamadoli o'g'li	



TIJORAT BANKLARI TOMONIDAN AGRAR SEKTORNI MOLIYALASHTIRISH TIZIMI TAKOMILLASHTIRISH YO'NASHISHLARI	1585
Azizov Shuxrat Maxmutovich	
SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARINI O'QITISHGA QARATILGAN LOYIHALARINI MOLIYALASHTIRISH MEXANIZMLARI VA ULARNING SAMARADORLIK TAHLILI.....	1593
Rapiyev Alisher Parda o'g'li, Toshboyev Ikrom O'ktamovich	
MINTAQALARNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA TADBIRKORLIK SALOHİYATI AHAMIYATINING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI	1597
Madaminov Damir Abduraxmanovich	
АБСОРБЦИОННАЯ СПОСОБНОСТЬ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕЖСТРАНОВОГО АНАЛИЗА	1602
Султанова Л.Ш.	
KADRLAR MENEJMENTIDA MOTIVATSIYA TIZIMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	1607
Latipov Ashur Ali Rustam o'g'li, Xakimov Damir Ulug'bekovich	
RAQAMLI IQTISODIYOTNING RIVOJLANISHI VA MILLIY IQTISODIY STRATEGIYAGA TA'SIRI	1612
Artikova Shoxida Ilyasovna, Xakimov Damir Ulug'bekovich	
"YASHIL" IQTISODIYOT TAMOIYILLARI ASOSIDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH YO'LLARI	1616
Rustamov Narzillo Istamovich	
KATTA HAJMDAGI MA'LUMOTLAR (BIG DATA) ORQALI EKOLOGIK VA IQTISODIY JARAYONLARNI OPTIMALLASHTIRISH.....	1621
Mullajonova Fotima Tuychibayevna	
ТОРГОВЫЙ БАЛАНС МЕЖДУ УЗБЕКИСТАНОМ И КИТАЕМ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ: АНАЛИЗ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	1627
He Xiaogu, Уркинбаев Т. А.	
РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЕННОЙ» ЭНЕРГЕТИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	1632
Тураева Сурия	
HUDUDLARNI IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISHDA ERKIN IQTISODIY HUDUDLARNING O'RNI	1641
N. Tursunov	
ВНЕДРЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В B2B- И B2C-СЕКТОРАХ ПЛОДООВОЩНОЙ ИНДУСТРИИ.....	1646
Садий Шукрилло Асатилло угли	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ	1653
Qian Xuanhong, Вохидова Мехри	
MAHALLALARDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH — KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHNING MUHIM OMILI SIFATIDA.....	1659
Xolmuratov Salimbek Eshbekovich	
DAVLAT QARZLARINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH	1663
Valiyeva Gulxayyo, Samandarova Gulmira	
YASHIL TURIZMNING MOHIYATI VA UNI TASHKIL ETISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	1666
Qurbanbayev Shuhrat Bakberganovich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SHAROITIDA ISLOM BANKLARINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI.....	1670
S. Sayfullayev	
IT LOYIHALARINI BOSHQARISHNING TASHKILIY JIHATLARI	1675
Mansurova Bibinur Miyirbek Qizi	
O'ZBEKISTONNING INVESTITSIIYA SIYOSATI VA UNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI.....	1679
Babaeva Nargiza Muzafarovna	
KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISH DASTURLARINI BAJARILISHIDA MOLIYAVIY SIYOSAT DOIRASIDA MOLIYAVIY DASTAKLARDAN FOYDALANISHDAGI TENDENSIYALAR TAHLILI	1686
Mirzaxalikov Bobir Baxtiyorovich	



KICHIK SANOAT ZONALARI FAOLIYAT SAMARADORLIGINI OSHIRISH IMKONIYATLARI	1692
Mullajanov Iskandar Tadjibayevich	
TURIZM SOHASIDA MARKETING KOMMUNIKATSIYALARI VA KONTENT MARKETINGNING O'RNI	1697
Bozorov Samar Safarovich	
JANUBIY KOREYADA TIBBIY TURIZMNING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH TAJRIBASI	1702
Azizova Nazira To'xtayevna	
MINTAQADA EKOLOGIK XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMI TAHLILI	1708
Odilov Xamidillo Maxmudjon o'g'li	
"IMPROVEMENT OF ECONOMIC MECHANISMS FOR ENSURING RESOURCE ECONOMY IN THE FIELD OF COTTON GROWING IN THE AGRARIAN SECTOR.....	1715
Mirzaev Batir, Djumabaeva Nurzada Torebekovna	
TRANSCHEGARAVIY ELEKTRON TIJORATDA BOJXONA TO'LOVLARI HISOB VA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISHNING AYRIM MASALALARI.....	1719
Makkamov Zokirjon Xusanboyevich	
TO'SIQSIZ TURIZMNING XUSUSIYATLARI VA UNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI.....	1723
Umurzakova D. E.	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ МІСЕ-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ	1729
Нарзуллаева Фариза Акмалевна	
MEVA-SABZAVOTCHILIK TARMOG'I – MILLIY IQTISODIYOTNING ASOSIY BO'G'INI SIFATIDA.....	1734
Israilova Xikoyat Musakulovna	
DAVR XARAJATLARI HISOB VA TAHLILI	1739
Sh.M. Ergashev	
KORXONALAR FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	1744
Nosirov Sardor Xolmirzayevich	
THE ROLE OF DIGITAL CURRENCY IN ATTRACTING INVESTMENT.....	1750
Malikov Numonjon Kamalovich, Azimov Khumoyun Khamid ugli, Pardayev Khusniddin Jakhongir ugli	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI QISHLOQ JOYLARI AHOLISI MEHNAT SALOHİYATIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARINI BAHOLASH	1758
Amaniyazova Rayxan Bayniyazovna	
SANOATNI MILLIY IQTISODIYOTDAGI O'RNI VA UNI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI	1762
Raxmatullayev Doston Asad o'g'li	
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ КОМПЛЕКСНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА.....	1766
Минутдинова Лилия Тагировна	
FUQAROLIK JURNALISTIKASINING GENDER JIHATLARI: XORIJIY AMALIYOTNING TAHLILI	1771
Zakirova Oisha Vohid qizi	
MINTAQQA IQTISODIYOTINING BARQAROR RIVOJLANISHIDA SANOAT KORXONALARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING IQTISODIY MEXANIZMLARI.....	1776
Jalolova Muazzamxon Akbarjonovna	
ФОРМИРОВАНИЕ ФИНТЕХ-ЭКОСИСТЕМЫ В УЗБЕКИСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА.....	1780
Шамахмудова Шоира Олег кизи	
INNOVATSION LOYIHALARNI MOLİYALASHTIRISHNING ZAMONAVIY USULLARI: MUAMMO VA YECHIMLAR.....	1786
Rafiyeva Zarina Husanovna	
ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ НА ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ	1790
Акбарова Малика Ильхомовна	



INVESTITSION FAOLLIK VA JOZIBADORLIK KO'RSATKICHLARINI TAHLIL QILISH YO'NALISHLARI	1798
O'razaliyev Javlonbek O'rinboyevich	
ENVIRONMENTAL FACTORS CONTRIBUTING TO THE INCREASE IN CHRONIC RHEUMATIC DISEASES IN CHILDREN	1802
Kuldashev Sardor Furkatovich, Alpykarov Bakhodir Khudayberdiyevich, Umarova Khadicha Abdullayevna	
ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТОВАРНОГО БРЕНДА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ НА ОСНОВЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ (НА ПРИМЕРЕ QAND).....	1807
Юлдашев Жамшид Аббарович, Эрмуратова Камила Мисир кизи	



ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТОВАРНОГО БРЕНДА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ НА ОСНОВЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ (НА ПРИМЕРЕ QAND)



Юлдашев Жамшид Аббарович

DSc., доц. Кафедры «Маркетинг»
Ташкентского государственного
экономического университета
Email: jamshid.yuldashev2121@gmail.com
ORCID: 0009-0004-2924-4401



Эрмуратова Камила Мисир кизи

магистрантка 2-го курса,
кафедра «Маркетинг»
Ташкентский государственный
экономический университет
Email: ermuratovakamila@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические основы развития товарного бизнеса в условиях глобальной цифровой среды. Проведён анализ факторов внешней и внутренней среды товарных компаний с использованием современных маркетинговых и аналитических методов. В условиях цифровизации экономики и усиления глобальной конкуренции особую значимость приобретает применение инструментов нейромаркетинга и цифровой-маркетинга в процессе продвижения товаров и формирования устойчивых конкурентных преимуществ. Исследование посвящено анализу перспектив развития товарного бизнеса на международных рынках с учётом нейромаркетинговых факторов воздействия на потребительское поведение, таких как визуальное восприятие, цветовые решения, сенсорные триггеры и пользовательский цифровой опыт. В рамках концепции глобального маркетинга рассмотрены возможности интеграции нейромаркетинга и цифровых каналов коммуникации для повышения эффективности продвижения товаров в глобальной цифровой среде, а также разработаны рекомендации для национальных брендов. Добавлены актуальные примеры успешного применения нейромаркетинга и цифровых-инструментов в 2023–2024 годах на международных рынках.

Ключевые слова: товарный бизнес, глобальная цифровая среда, нейромаркетинг, цифровой-маркетинг, потребительское поведение, сенсорный маркетинг, цифровые каналы продвижения, глобальный маркетинг, бренд-стратегия, цифровизация экономики.

Annotatsiya. Maqolada global raqamli muhit sharoitida tovar biznesining rivojlanishiga oid nazariy asoslar tahlil qilinadi. Tovar kompaniyalari faoliyatiga ta'sir etuvchi tashqi va ichki muhit omillari zamonaviy marketing va tahliliy usullar asosida o'rganilgan. Iqtisodiyotning raqamlashtirilishi va global raqobatning kuchayishi sharoitida tovarlarni ilgari surish hamda



barqaror raqobat ustunliklarini shakllantirish jarayonida neyromarketing va raqamli marketing vositalaridan foydalanish alohida ahamiyat kasb etadi. Tadqiqot xalqaro bozorlarda tovar biznesining rivojlanish istiqbollari iste'molchi xulq-atvoriga ta'sir etuvchi neyromarketing omillari — vizual idrok, rang yechimlari, sensor triggerlar va raqamli foydalanuvchi tajribasi nuqtayi nazaridan tahlil qilishga bag'ishlangan. Global marketing konsepsiyasi doirasida neyromarketing va raqamli kommunikatsiya kanallarini integratsiyalash imkoniyatlari ko'rib chiqilgan hamda milliy brendlar uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Shuningdek, 2023–2024-yillarda xalqaro bozorlarda neyromarketing va raqamli vositalarning muvaffaqiyatli qo'llanilishiga oid dolzarb misollar keltirilgan.

Kalit so'zlar: tovar biznesi, global raqamli muhit, neyromarketing, raqamli marketing, iste'molchi xulq-atvori, sensor marketing, raqamli ilgari surish kanallari, global marketing, brend strategiyasi, iqtisodiyotning raqamlashtirilishi.

Abstract. The article examines the theoretical foundations of the development of commodity business in the context of a global digital environment. An analysis of external and internal environmental factors affecting commodity companies is conducted using modern marketing and analytical methods. In the context of economic digitalization and increasing global competition, the application of neuromarketing and digital marketing tools in product promotion and the formation of sustainable competitive advantages becomes particularly significant. The study focuses on analyzing the prospects for the development of commodity business in international markets, taking into account neuromarketing factors influencing consumer behavior, such as visual perception, color solutions, sensory triggers, and digital user experience. Within the framework of the global marketing concept, the possibilities of integrating neuromarketing with digital communication channels to enhance the effectiveness of product promotion in the global digital environment are examined, and recommendations for national brands are developed. Current examples of successful applications of neuromarketing and digital tools in international markets in 2023–2024 are included.

Key words: commodity business, global digital environment, neuromarketing, digital marketing, consumer behavior, sensory marketing, digital promotion channels, global marketing, brand strategy, digitalization of the economy.

ВВЕДЕНИЕ

Развитие товарного бизнеса в современном мире приобретает стратегическое значение, особенно в условиях глобальной цифровизации и усиления международной конкуренции, когда компании вынуждены функционировать не только на локальных, но и на глобальных рынках. Глобальный товарный рынок демонстрирует устойчивую динамику роста, обусловленную развитием электронной коммерции, цифровых платформ, маркетплейсов и трансграничной торговли, а также изменением моделей потребительского поведения под влиянием технологий. В 2023 году объём онлайн-торговли достиг \$6,17 трлн, что составляет более 22% всего розничного товарооборота. Эти тенденции открывают новые возможности для масштабирования товарных брендов и выхода на международные рынки. Однако успешное развитие требует адаптации бизнес-моделей, оптимизации цепочек создания ценности и внедрения инновационных маркетинговых инструментов. Особую роль в этом процессе играют нейромаркетинг и цифровой-маркетинг, позволяющие глубже понять мотивацию потребителей, повысить эффективность коммуникаций и сформировать устойчивые конкурентные преимущества в глобальной цифровой среде.

Актуальность темы исследования особенно высока для Республики Узбекистан, где развитие товарного бизнеса, электронной коммерции и цифровых рынков является одним из приоритетных направлений социально-экономического роста. В рамках реализуемой стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» стимулируется цифровизация экономики, развитие электронной коммерции, внедрение информационных технологий и повышение эффективности маркетинговых коммуникаций. Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» также создаёт правовые условия для развития цифровой торговли и продвижения товаров через онлайн-каналы [1].

Национальные товарные бренды Узбекистана, такие как Qand, Artel и Saadi, обладают значительным потенциалом для продвижения в глобальной цифровой среде. Эти компании представляют различные сегменты – от кондитерской продукции до бытовой техники – и формируют современный имидж отечественного производства на внутреннем и внешнем рынках. Несмотря на успехи, многие из них сталкиваются с вызовами, требующими более глубокой интеграции нейромаркетинговых инструментов, совершенствования цифрового пользовательского опыта, адаптации упаковки и визуальных коммуникаций под требования разных стран, а также расширения присутствия на глобальных e-commerce платформах. Недостаточное использование сенсорных и когнитивных факторов влияния на поведение потребителей снижает потенциал формирования устойчивых конкурентных преимуществ, что актуализирует научный анализ данного вопроса и разработку практических рекомендаций по развитию товарного бизнеса в глобальной цифровой среде.



В этом контексте бренд Qand выбран в качестве примера для исследования. Qand – национальный узбекский производитель кондитерской продукции, специализирующийся на создании персонализированных вкусовых решений (шоколадных изделий, адаптированных под предпочтения заказчика). Уникальная компетенция компании заключается в возможности разрабатывать вкусы, отражающие характер, ценности и идентичность различных брендов или культур. Такой подход позволяет рассматривать продукцию Qand как инструмент нейромаркетинга, формирующий эмоциональные ассоциации, долговременную память и лояльность потребителей через вкусовое восприятие. Особую ценность представляет концепция «вкус бренда» и «вкус страны», заложенная в стратегии Qand: создание уникальных вкусовых профилей, отражающих культурный код Узбекистана, превращает продукцию компании в элемент национального брендинга и культурной идентичности на глобальном рынке. Это открывает возможности интеграции Qand в международные проекты, экспортные программы и глобальные бренд-коллаборации, позиционируя его как инновационного создателя «вкуса страны».

Цель исследования – определить перспективы развития и глобального позиционирования бренда Qand как создателя персонализированных вкусовых решений и носителя национальной гастрономической идентичности за счёт внедрения нейромаркетинговых инструментов, использования цифровых каналов коммуникации и формирования, глобально ориентированной бренд-стратегии. Достижение данной цели позволит разработать научно обоснованные рекомендации по повышению конкурентоспособности национальных товарных брендов Узбекистана в глобальной цифровой среде.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

Развитие товарного бизнеса в условиях глобализации, цифровизации экономики и внедрения инновационных маркетинговых инструментов широко исследуется в научной литературе. Для формирования теоретической базы данного исследования проанализированы труды ведущих зарубежных авторов по глобальному маркетингу, управлению брендами, нейромаркетингу и цифровой-маркетингу. Так, Ф. Котлер и К. Келлер подчёркивают необходимость сочетания продуманной бренд-стратегии, эффективных цифровых каналов коммуникации и глубокого понимания мотивации потребителей для успешного выхода товарных компаний на международные рынки. М. Линдстрём, в своей работе «Buyology», показывает влияние вкусовых, обонятельных, визуальных и эмоциональных стимулов на подсознательное покупательское поведение и формирование долгосрочной привязанности к бренду. Д. Чаффи отмечает, что интеграция цифровой-маркетинга с эмоциональным и сенсорным воздействием позволяет выстраивать прочные отношения с потребителями на международных рынках. Бернд Шмитт в концепции «опытного маркетинга» акцентирует внимание на создании уникального мультисенсорного потребительского опыта; товар при этом рассматривается не только как функциональный продукт, но и как носитель смыслов и идентичности. Данные научные подходы особенно ценны для анализа стратегии Qand, ориентированной на формирование «вкуса бренда» и эмоциональной дифференциации продукта.

Анализ литературы показывает, что недостаточно изучены вопросы интеграции персонализированных вкусовых решений в стратегии глобального развития брендов. В частности, слабо раскрыта проблематика использования вкуса как инструмента национального и корпоративного брендинга в условиях глобальной цифровой среды. Таким образом, исследование деятельности компании Qand позволит восполнить данный научный пробел, рассмотрев развитие товарного бизнеса через призму нейромаркетинга и цифрового-маркетинга.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках данного исследования применён комплекс методов, обеспечивающий всесторонний анализ текущего состояния и перспектив развития товарного бизнеса бренда Qand в условиях глобальной цифровой среды. Теоретическую основу работы составил анализ научной литературы по проблематике глобального маркетинга, нейромаркетинга, цифровой-маркетинга, сенсорного маркетинга и управления брендом.

Для оценки внешней среды функционирования компании Qand использован PESTEL-анализ, позволивший выявить влияние политических, экономических, социальных, технологических, экологических и правовых факторов на развитие товарного бизнеса и экспортный потенциал персонализированных шоколадных продуктов. Анализ внутренней среды, ключевых компетенций и конкурентных преимуществ компании проведён с помощью SWOT-анализа, что позволило определить сильные и слабые стороны бренда, а также возможности и угрозы его развития в глобальной цифровой среде.



Дополнительно, для изучения ассортимента и приоритетов продуктовой стратегии использована матрица BCG (Boston Consulting Group), направленная на оценку конкурентной позиции отдельных товарных направлений и выявление потенциала их масштабирования на международных рынках. С целью анализа эффективности цифровых каналов продвижения и пользовательского опыта проведён элементный digital-аудит, включающий оценку присутствия бренда в социальных сетях, на онлайн-платформах и маркетплейсах, а также анализ визуальных и сенсорных элементов коммуникации.

Применялся также метод экспертной оценки по чек-листу, ориентированный на диагностику уровня инновационности и нейромаркетинговой готовности компании Qand. В чек-лист вошли критерии: степень персонализации продукта (вкуса), качество продукции, использование нейромаркетингового подхода, внедрение цифровых инструментов (CRM, аналитика), системность digital-продвижения, уровень клиентского опыта (упаковка, визуальное оформление, эмоциональная вовлечённость потребителей). Данные критерии оценивались по качественной шкале (низко, средне, высоко) с последующим обсуждением выявленных пробелов.

Комплексный методологический подход, сочетающий вышеуказанные методы, позволил объективно оценить текущее состояние бренда Qand и сформировать научно обоснованные рекомендации по его развитию и глобальному позиционированию.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Для оценки перспектив развития товарного бизнеса Qand и его готовности к выходу на международные рынки проведён всесторонний анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании. Использование таких инструментов, как PESTEL-анализ, SWOT-анализ, анализ конкурентов, матрица BCG и чек-лист-аудит, сформировало целостное представление о текущем состоянии бренда, его конкурентных преимуществах, потенциальных рисках и стратегических возможностях развития. Ниже представлены основные результаты анализа.

PESTEL-анализ показал, что макросреда Узбекистана в целом формирует благоприятные условия для развития товарного бизнеса и национальных брендов. Политическая стабильность и государственная поддержка предпринимательства, экспорта и цифровизации экономики создают позитивный фон. Экономические факторы указывают на рост электронной коммерции и экспортного потенциала, а также на формирование спроса на уникальные персонализированные продукты. Социальные тенденции характеризуются ростом интереса потребителей к аутентичной продукции и эмоциональному потреблению; ценность персонализации возрастает. Технологический фактор остаётся ключевой зоной риска – недостаточный уровень цифровизации и ограниченное использование цифровой-маркетинга сдерживают масштабирование бренда Qand на глобальных рынках в условиях роста электронной коммерции. Экологические и правовые факторы (требования к экологичной упаковке, сертификация продукции, регулирование онлайн-торговли) также влияют на стратегию компании (Таблица 1).

Таблица 1. PESTEL-анализ для производителя «Qand»

Фактор	Содержание влияния
P (Political)	Стабильная политическая ситуация в Узбекистане; государственная поддержка предпринимательства, экспорта и национальных брендов; регулирование в сфере пищевой безопасности и сертификации продукции.
E (Economic)	Рост электронной коммерции и экспортного потенциала; формирование спроса на персонализированные продукты; высокая конкуренция на рынке шоколадных изделий; ценовая чувствительность спроса на международных рынках.
S (Social)	Рост интереса к уникальным и аутентичным продуктам; повышение ценности персонализации и эмоционального потребления; усиление роли бренда и вкуса как элемента идентичности потребителей.
T (Technological)	Развитие digital-каналов продвижения и e-commerce; потенциал внедрения CRM и аналитики потребительского поведения; необходимость усиления цифрового присутствия бренда.
E (Environmental)	Требования к экологичной упаковке; ориентация на устойчивое производство и локальное сырьё; рост экологической осознанности потребителей.
L (Legal)	Законодательные нормы в области пищевой безопасности, сертификации и экспорта; регулирование онлайн-торговли и защиты прав потребителей.



PESTEL-анализ свидетельствует, что для Qand особенно актуально воспользоваться поддержкой государства и социальными трендами на персонализацию, одновременно устраняя технологические пробелы. Недостаточное внимание к цифровым инструментам и e-commerce может ограничивать выход компании на международные рынки, несмотря на общую благоприятную макросреду.

SWOT-анализ позволил обобщить внутренние сильные и слабые стороны Qand, а также внешние возможности и угрозы для его развития в глобальной цифровой среде. К ключевым сильным сторонам (Strengths) Qand относится уникальная концепция персонализированных вкусов, использование сенсорного (нейромаркетингового) подхода в продукте, высокая дифференциация предложения и привязка к национальной идентичности («вкус страны»). Эти факторы обеспечивают бренду конкурентное преимущество на локальном рынке. Среди слабых сторон (Weaknesses) выделяются низкая узнаваемость на международном уровне, недостаточно развитая digital-стратегия, ограниченный опыт экспортных операций и узкая нишевость. Возможности (Opportunities) для Qand: рост глобального спроса на персонализированные и премиальные продукты, развитие электронной торговли и потенциал B2B-коллабораций с мировыми брендами, участие в глобальных бренд-проектах. Основные угрозы (Threats) – высокая конкуренция на мировом рынке шоколада, строгие требования к сертификации и качеству, возможные изменения потребительских предпочтений, рост издержек при масштабировании (Таблица 2).

Таблица 2. SWOT-анализ бренда «Qand»

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
Уникальная концепция персонализированных вкусов; применение нейромаркетинга и сенсорного подхода в продукте; высокая дифференциация; создание «вкуса бренда» и «вкуса страны» (национальная идентичность).	Ограниченная узнаваемость на международных рынках; недостаточно развитая digital-стратегия; ограниченный опыт экспорта; высокая зависимость от нишевого сегмента.
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
Рост спроса на персонализированные и премиальные продукты; рост e-commerce и B2B-коллабораций с глобальными брендами; выход на международные рынки; использование цифровых каналов продвижения; участие в глобальных проектах по развитию национальных брендов.	Высокая конкуренция на мировом рынке шоколадной продукции; строгие требования к сертификации и безопасности пищевой продукции; изменчивость вкусов потребителей; рост затрат при международной экспансии.

SWOT-анализ показал, что Qand обладает сильным внутренним потенциалом (уникальный продукт и экспертиза в нейромаркетинге), однако слабые стороны, прежде всего недостаточная узнаваемость за рубежом и слабый уровень цифрового маркетинга, сдерживают выход компании на глобальный уровень. Выявленные возможности – растущий интерес к персонализации и онлайн-торговле – создают хороший шанс для экспансии, если компания сумеет нейтрализовать угрозы посредством усиления своей бренд-стратегии и соблюдения международных стандартов качества.

С помощью матрицы BCG проанализированы направления деятельности Qand с точки зрения их доли рынка и темпов роста. Персонализированные вкусовые решения для новых зарубежных рынков отнесены к категории «Трудный ребёнок» – у этого направления высокий потенциал роста, но пока низкая доля рынка и требуется значимый объём инвестиций (в маркетинг, адаптацию продукта, исследование вкусов иностранных потребителей). Направление B2B-коллабораций (создание корпоративных вкусов для других брендов) можно отнести к категории «Звезда», поскольку оно перспективно и при надлежащей поддержке (укреплении бренда Qand, активных цифровых коммуникациях) может занять значительную долю рынка. Стандартные (неперсонализированные) шоколадные продукты Qand для массового сегмента отнесены к категории «Собака» – их доля рынка ограничена, а рост невысокий из-за высокой конкуренции и отсутствия уникальности. Основной текущий источник дохода компании – персонализированные продукты для локального рынка – попадает в квадрант «Дойная корова», так как они имеют стабильную долю на местном рынке и обеспечивают приток средств; важно поддерживать их качество и уникальность вкуса (Таблица 3).



Таблица 3. BCG-анализ направлений бизнеса бренда Qand

Категория	Направления и комментарии
«Трудный ребёнок»	Персонализированные вкусовые решения для новых зарубежных рынков – требует инвестиций в цифровой-маркетинг, нейромаркетинг и международное продвижение.
«Звезда»	B2B-коллаборации с брендами (разработка корпоративных вкусов, брендированные продукты) – перспективное направление при усилении бренд-стратегии и цифровых коммуникаций.
«Собака»	Стандартные шоколадные продукты без персонализации – низкая дифференциация и высокая конкуренция на массовом рынке, ограниченные перспективы роста.
«Дойная корова»	Персонализированные продукты для локального рынка – основной источник дохода, требует поддержания высокого качества и уникальной «вкусовой» идентичности.

BCG-анализ демонстрирует, что наиболее перспективными для роста являются направления B2B и международной персонализации вкусов, но для их превращения в «звёзды» необходимы значительные усилия и инвестиции. В частности, вывод на новые рынки (сегмент «трудный ребёнок») потребует целевых маркетинговых программ, адаптации продукта под местные вкусы и стандарты, а также укрепления коммуникации бренда Qand на глобальной арене. Направление корпоративных вкусов (B2B) уже сейчас выглядит многообещающе, учитывая интерес мировых брендов к уникальным коллаборациям, однако Qand нужно повысить свою известность и репутацию, чтобы закрепиться в этой нише.

В ходе исследования проведена диагностика готовности Qand к масштабированию на глобальном рынке по ряду параметров. Высокие оценки получены по критериям персонализации вкуса (это уникальное конкурентное преимущество бренда) и качества продукции (использование премиальных ингредиентов). По критерию нейромаркетингового подхода оценка средняя – компания интуитивно использует сенсорные триггеры (вкус, дизайн), но не систематизировала данные практики в рамках научно обоснованной стратегии. Цифровые инструменты (CRM, аналитика) на данный момент развиты слабо, их внедрение находится на начальной стадии. Уровень digital-продвижения оценён как средний: Qand присутствует в соцсетях и на маркетплейсах, однако эта работа не носит системного и международного характера. Упаковка и визуал продукта адаптированы под локальный рынок, для глобальных рынков требуются доработки (языковые, культурные, дизайн-аспекты). По критерию эмоциональной вовлечённости потребителей бренд оценивается высоко – уникальный вкус создает запоминающийся опыт и ассоциации у клиентов (Таблица 4).

Таблица 4. Аудит текущего состояния бренда Qand (фрагмент чек-листа)

Категория	Критерий	Оценка	Комментарий
Продукт	Персонализация вкуса	Высоко	Уникальное конкурентное преимущество бренда.
	Качество продукции	Высоко	Использование премиальных ингредиентов.
	Инновации (нейромаркетинг)	Средне	Используется интуитивно, без формализованной стратегии.
Маркетинг	Цифровые инструменты (CRM, аналитика)	Низко	Требуется внедрение и автоматизация цифровых решений.
	Digital-продвижение	Средне	Недостаточная системность, ограниченный международный фокус.
	Клиентский опыт: упаковка, визуал	Средне	Требуется адаптации под глобальные рынки и разные культуры.
	Эмоциональная вовлечённость	Высоко	Вкусовые ассоциации формируют сильную бренд-память.

Анализ по чек-листу подтвердил наличие структурных ограничений в развитии Qand, прежде всего связанных с недостаточной цифровизацией и отсутствием комплексной стратегии digital-продвижения. Нейромаркетинговые инструменты применяются неофициально и точечно. Эти элементы критически важны для ориентации на международные рынки, поскольку глобальные потребители и партнёры ожидают от брендов технологичности, узнаваемой бренд-идентичности и стандартизированных коммуникаций через цифровые каналы. Таким образом, результаты исследования свидетельствуют, что бренд Qand находится на этапе, требующем комплексного развития – формирования собственной цифровой экосистемы, усиления нейромаркетингового подхода, развития чёткой бренд-стратегии и масштабирования через глобальные digital-каналы. При реализации соответствующих стратегических



изменений компания обладает высоким потенциалом не только для укрепления позиций на внутреннем рынке, но и для выхода на международный уровень в качестве инновационного создателя персонализированных вкусов и носителя концепции «вкуса бренда» и «вкуса страны».

Результаты, полученные в ходе анализа Qand, отражают более общие тенденции, наблюдаемые в глобальной практике маркетинга. Выявленная необходимость укрепления digital-стратегии и нейромаркетингового подхода соответствует современным трендам развития бизнеса. Цифровой-маркетинг переживает бурный рост: по оценкам, мировые расходы на цифровую рекламу и маркетинг ежегодно увеличиваются двукратными темпами, а внедрение инструментов искусственного интеллекта и персонализации стало ключевым фактором конкурентоспособности в 2023–2024 гг. Например, компании активно используют гиперперсонализацию в онлайн – от контекстного таргетинга до индивидуальных видеообращений. Показателен опыт бренда Cadbury, запустившего персонализированные видеокампании на рынках Индии и Австралии: благодаря интеграции данных соцсетей и предпочтений пользователей, 90% потребителей досматривали такие видео до конца, а 65% переходили по ссылкам, что привело к конверсии в 33% и существенному росту вовлечённости аудитории. Этот пример подтверждает, что применение digital-инструментов для эмоциональной персонализации коммуникации позволяет значительно усилить связь бренда с потребителями и облегчает выход на новые рынки.

Не менее важен и тренд на использование нейромаркетинга – на стыке психологии, нейронауки и маркетинга – для повышения эффективности рекламных кампаний и продуктовых решений. В последние годы крупные международные компании активно внедряют нейромаркетинговые технологии (EEG, fMRI, отслеживание взгляда, биометрия) для тонкой настройки маркетинговых стимулов под подсознательные реакции потребителей. Так, Google применяет нейромаркетинг для оптимизации онлайн-рекламы и улучшения пользовательского опыта, анализируя реакции мозга и внимания на различные форматы объявлений. Coca-Cola с помощью нейромаркетинговых исследований измеряет эмоциональное восприятие своих рекламных роликов, добиваясь более сильного отклика и запоминаемости кампаний. Компания Procter & Gamble (P&G) использует нейротестирование упаковки и продуктов, чтобы лучше соответствовать скрытым предпочтениям потребителей. Всё это приводит к измеримому росту маркетинговой эффективности. По данным отраслевых исследований, мировой рынок нейромаркетинга в 2023 году оценивался примерно в \$3,3 млрд и прогнозируется почти двукратный рост к 2032 году. Отдельные кейсы демонстрируют впечатляющие результаты: например, автопроизводитель Hyundai после внедрения нейромаркетингового дизайна автомобилей и рекламы зафиксировал рост предпочтительности своих новых моделей на 25%, повышение запоминаемости рекламы на 35% и увеличение продаж на 18% в течение первого года. Данные факты указывают, что нейромаркетинговые подходы уже вышли из лабораторий и стали практическим инструментом повышения ROI маркетинга в разных отраслях.

Для бренда Qand интеграция мировых тенденций означает необходимость активного перенятия лучших практик. Прежде всего, нужно устранить выявленные слабые места – увеличить узнаваемость бренда и присутствие в цифровой среде. Опыт глобальных игроков кондитерского рынка подтверждает, что даже традиционные премиальные бренды перестраивают свои стратегии с упором на digital. Например, швейцарская компания Lindt & Sprüngli инвестировала значительные средства в цифровой маркетинг и технологии персонализации (более 150 млн швейцарских франков в 2023 году) и добилась роста онлайн-продаж, а также привлекла новую аудиторию молодёжи с помощью виртуальной реальности: VR-коллаборация Lindt с платформой Meta в 2023 году привела к росту продаж дочернего бренда Ghirardelli на 17% уже в следующем квартале. Этот пример демонстрирует, что сочетание эмоционального сторителлинга с инновационными цифровыми форматами способно существенно усилить позиции даже хорошо известных брендов. Для Qand, который пока мало известен за пределами Узбекистана, цифровые каналы – социальные медиа, контент-маркетинг, e-commerce-площадки – представляют едва ли не единственный экономически эффективный путь к широкой международной аудитории. Активное присутствие в соцсетях с акцентом на визуальный контент (фото/видео процесса создания индивидуальных вкусов, истории бренда, отзывы клиентов), использование инфлюенсеров и таргетированной рекламы поможет повысить узнаваемость и сформировать вокруг Qand сообщество ценителей уникального шоколада.

Другой важный аспект – сенсорная дифференциация и эмоциональный брендинг – уже является сильной стороной Qand, и её следует максимально капитализировать на глобальной арене. Концепция «вкуса страны» вписывается в тренд (маркетинга впечатлений), где потребителю предлагается не просто продукт, а уникальный опыт. На международных рынках можно позиционировать продукты Qand как «кусочек Узбекистана», связывая вкусовые решения с богатой культурой и традициями страны. Зарубежные потребители все больше ценят аутентичность и истории, стоящие за продуктом; таким образом, коммуникация должна подчёркивать историю бренда Qand, его корни и миссию –



storytelling играет ключевую роль. Участие в международных выставках, гастрономических фестивалях, сотрудничество с туристическими брендами для создания сувенирных вкусов – всё это может стать эффективным инструментом распространения репутации Qand за рубежом.

Важно сравнить Qand с зарубежными компаниями аналогичного профиля, чтобы определить ориентиры развития. На глобальном рынке персонализированных кондитерских изделий уже присутствуют игроки, предлагающие кастомизацию шоколада (Cadbury позволяла покупателям создавать собственные вкусы и упаковки в онлайн-кампаниях; в США стартапы предлагают персональные наборы конфет и плиток с выбором ингредиентов). Однако Qand отличается тем, что акцентирует внимание на глубокой сенсорной персонализации под бренды – эта ниша пока относительно свободна. Близкой по идее можно считать практику компании Mondelez International с их проектом индивидуальных плиток Toblerone или именных бутылок Coca-Cola («Share a Coke»), но Qand идет дальше, предлагая создать новый вкус как часть идентичности другого бренда. В этом плане международные коллаборации (co-branding) с крупными кондитерскими домами или креативными индустриями представляют особый интерес. Если Qand сумеет заключить партнёрства (например, разработка фирменных конфет для гостиничных сетей, авиалиний или коллаборация с известным дизайнером вкусов), это не только обеспечит выход на зарубежный рынок, но и добавит престижу бренду.

Таким образом, Qand находится на пороге важного этапа – трансформации из локального нишевого производителя во глобальный бренд, несущий уникальное торговое предложение. Для этого необходимо сочетать научно обоснованный подход (анализ данных, нейромаркетинг) с творческой компонентой (уникальный продукт, эмоциональный маркетинг). Подходы, опробованные ведущими мировыми компаниями (персонализация, цифровизация, сенсорный брендинг), могут и должны быть адаптированы Qand с учётом его специфики.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Проведённое исследование показало, что национальный бренд Qand обладает высоким инновационным и культурным потенциалом, который может стать основой для его успешного развития и выхода на международный уровень. Уникальная специализация компании на создании персонализированных вкусовых решений позволяет рассматривать продукцию Qand не только как товар, но и как инструмент бренд-коммуникации, основанный на принципах нейромаркетинга и сенсорного воздействия. Особую ценность представляет возможность формирования концепции «вкуса бренда» и «вкуса страны», способной стать элементом национального имиджа и корпоративного позиционирования на глобальном рынке. Однако для успешной интеграции в глобальную цифровую среду Qand необходимо преодолеть выявленные ограничения – усилить digital-присутствие, систематизировать маркетинговые коммуникации и масштабировать нейромаркетинговый подход.

На основе проведённого анализа определены ключевые стратегические направления развития бренда Qand, реализация которых позволит повысить его конкурентоспособность на международных рынках:

1. Развитие цифровой экосистемы бренда. Необходимо усилить присутствие Qand в digital-каналах: официальный веб-сайт, социальные сети, маркетплейсы. Внедрить CRM-системы и аналитику потребительского поведения (в том числе с использованием технологий ИИ) для персонализации взаимодействия и управления клиентским опытом.

2. Формирование глобально ориентированной бренд-стратегии. Следует разработать чёткое позиционирование Qand как создателя персонализированных вкусов и носителя концепции «вкуса страны». В коммуникациях акцентировать уникальную ценность продукта, использовать сторителлинг и контент-маркетинг для донесения истории и миссии бренда до международной аудитории.

3. Интеграция нейромаркетинга в продукт и коммуникации. Рекомендуется более системно применять сенсорные триггеры, вкусовые ассоциации и эмоциональное воздействие как ключевые элементы формирования бренд-памяти. Проведение нейромаркетинговых исследований (тестирование разных вкусовых и упаковочных решений, анализ эмоциональных реакций) поможет оптимизировать продукт под предпочтения целевых рынков.

4. Развитие B2B-коллабораций и международных партнёрств. Перспективным направлением является создание уникальных вкусов для мировых брендов, корпоративных клиентов и совместных проектов. Участие Qand в глобальных коллаборациях (co-branding) повысит узнаваемость и доверие к бренду, открывая новые каналы сбыта.

5. Адаптация продукта и упаковки под зарубежные рынки. Необходимо учесть требования глобальных потребителей и регуляторов: обеспечить международные сертификаты качества,



адаптировать упаковку (язык, дизайн) под культурные особенности различных стран, предлагать разнообразие вкусовых профилей с учётом региональных предпочтений.

6. Поэтапное масштабирование и снижение рисков. Выход на новые рынки целесообразно осуществлять постепенно, через пилотные проекты, ограниченные партии продукции и онлайн-продажи. Такой подход позволит протестировать спрос, получить обратную связь и минимизировать риски, связанные с инвестициями в масштабирование. Параллельно необходимо выстраивать надёжные логистические цепочки и партнёрства за рубежом.

В целом, реализация предложенных стратегических рекомендаций позволит бренду Qand повысить уровень инновационности и цифровой зрелости, укрепить позиции на внутреннем рынке и сформировать устойчивую основу для экспансии на международный уровень. Развитие компании в данном направлении будет способствовать не только росту конкурентоспособности национального товарного бизнеса, но и продвижению культурной идентичности Узбекистана через уникальный гастрономический продукт – своего рода «вкус страны», представленный на глобальной арене.

Список использованной литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-6079 от 5 октября 2020 г. «Об утверждении Стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030». <https://lex.uz/docs/5031048>
2. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. – 15th ed. – Pearson Education, 2016.
3. Lindstrom M. Buyology: Truth and Lies About Why We Buy. – New York: Doubleday, 2008.
4. Chaffey D. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. – 7th ed. – Pearson Education, 2019.
5. Schmitt B. Experiential Marketing. – New York: Free Press, 1999.
6. Официальный сайт бренда Qand – <https://qand.uz>
7. Cummings A. Global eCommerce Sales Growth in 2023 and Beyond // Pro Carrier Insights, 2023 – (дата обращения: 19.12.2025).
8. Frederick K. How Neuromarketing is Shaping the Future of Advertising // BigDrop Inc. Blog, Sep 3, 2024.
9. Yuldashev J.A. Innovative Digital Marketing in Banking: Attracting and Retaining Customers in the Digital Age. Academic Journal of Digital Economics and Stability. – USA, 2023, December. Vol. 36. №12. – P: 36-46. (ISSN 2697-2212. –<https://economics.academicjournal.io>).
10. Yuldashev J.A. The Role of the Foreign Exchange Market in Ensuring the
11. Yuldashev J.A. Stability of the National Currency in the Country // Spanish Journal of Innovation and Integrity. – Spanish, 2022. Vol. 06. (<http://sjii.indexedresearch.org>). P: 358-369
12. Yuldashev J.A. Mechanisms for for Increasing the Efficiency of Investment Activity of Commercial Banks. // European Journal of Business Startups and Open Society (EJBSOS). – USA, 2023, April. Vol. 03. № 4. – P: 34-41.



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>
