



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

No2



ISSN: 2992-8982

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

2026



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, fevral.

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 Shoiraz 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 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 Rustamxonovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongirathbay 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 Shoirazimovna, 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 Piriyea Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev 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
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi
336/3-sonli qarori bilan
ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

TIJORAT BANKLARINING INVESTITSIYA LOYIHALARINI KREDITLASH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	40
Faxriddinov Temur Faxriddin o'g'li	
TEMIR YO'L YO'LLARINI TA'MIRLASH KORXONALARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH OMILLARI.....	46
Allabergenov Sherzod Maksudbayevich	
BANKLARNI TRANSFORMATSIYALASH JARAYONIDA INVESTITSION KREDITLASHNING XORIJ TAJRIBASI.....	51
Tuxsanov Eldor Dilmurod o'g'li	
O'ZBEKISTONDA BUDJET OCHIQLIGINI TA'MINLASH BO'YICHA QONUNCHILIK BAZASINING EVOLYUTSIYASI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI.....	55
Mamanov Alisher Umbarovich	
ENERGETIKA TARMOG'I KORXONALARIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH YO'LLARI.....	60
Xamdamova Gavxar Absamatovna	
SMART UNIVERSITET MODELINING XALQARO TAJRIBASI VA UNI YANGI O'ZBEKISTON TA'LIM TIZIMIGA MOSLASHTIRISH MASALALARI.....	65
Saloxiddinova Sitara Baxodir qizi	
IJTIMOIIY OBYEKTlarda QURILISH XIZMATLARINI MOLiyALASHTIRISHNING NAZARIY – ASOSIY TAMOIYILLARI.....	68
Gapparov Azim Qayumovich	
QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARINING ISHLAB CHIQRISH FAOLIYATIGA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI JORIY ETISH ORQALI RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASH.....	72
Zaripov Shoxboz Alijon o'g'li	
O'ZBEKISTONDA MASOFAVIY BANK XIZMATLARINING IQTISODIY VA IJTIMOIIY BARQARORLIKKA TA'SIRI.....	75
Kolmatova Asila Menglimurod qizi	
РОЛЬ GREEN BONDS В МЕЖДУНАРОДНОЙ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ.....	81
Н.Т. Бекназарова	
BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA EKOLOGIK BOSHQARUV VA AUDIT.....	86
Shaymatova Nargiza Ashurovna	
NORASMIY IQTISODIYOTNING MAVJUDLIGINING NAZARIY MASALALARI VA UNI ANIQLASHNING USLUBIY YONDASHUVLARI.....	93
Alimardonov G'ayratjon Nuraliyevich	
DIGITAL TWIN-BASED DECISION SUPPORT FOR COST OPTIMIZATION AND RISK MANAGEMENT IN INFRASTRUCTURE SYSTEMS.....	99
Nelyufar Umarovna Dadabayeva	
PAXTA BO'LAKCHASINING OG'MA TO'RLI YUZA SIRTI BO'YLAB HAVO OQIMI TA'SIRIDAGI HARAkatINING MATEMATIK MODELI.....	108
Karimov Abdusamat	
АДАПТИВНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ К ВНЕШНИМ РИСКАМ И ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИМ ТЕНДЕНЦИЯМ.....	115
Бабаджанов Шухрат Атахмович	
“TIBBIYOT BOZORINING UZLUKSIZ RIVOJLANISHI UCHUN MEKANIZMLARNI TAKOMILLASHTIRISH YONDASHUVLARI”.....	120
Abdumalikov Shoxjahon Jaloliddin o'g'li	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING MEHNAT BOZORI RIVOJLANISHIDAGI ROLI VA BANDLIKKA TA'SIRI.....	124
Egamberdiyev Abdujabbor Xusanovich	



XORAZM VILOYATIDA ETNOGRAFIK TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISH MEXANIZMINING AHAMIYATI	129
Ro'zimatova Shaxlo Baltaboy qizi	
THE FEAR OF MISSING OUT (FOMO) EFFECT IN ADVERTISING AND ITS NEUROPSYCHOLOGICAL IMPACT ON IMPULSE BUYING	134
Negmatov Nodir Nozimovich	
O'ZBEKISTONDA TRANSPORT XIZMATINI TASHKIL ETISHNING ASOSIY IQTISODIY KO'RSATKICHLARI VA TENDENSIYALARI TAHLILI.....	139
Aytiyeva Sevara	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR.....	144
Qurbonov Jasurbek Pozilovich	
YASHIL IQTISODIYOTNING MOHIYATI VA O'ZBEKISTON UCHUN AHAMIYATI.....	149
Abdullayeva Matluba Nematovna, Nuriddinov Kamoliddin Faxriddin o'g'li	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA KICHIK KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI.....	155
Axmedov Sanjar Temur o'g'li	
POPULATION IMPACT ON CONSUMER CULTURE AND NATIONAL ECONOMIC GROWTH.....	160
Rustamov Sherov Oblokulovich	
AVTOTRANSPORT KORXONALARINING IQTISODIY KO'RSATKICHLARI TAHLILI VA ULARNI YAXSHILASHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.....	164
Laylo Akbarova, Komolov Adxam Dilshod o'g'li	
MODELING THE DIFFUSION OF DIGITAL BANKING ADOPTION IN UZBEKISTAN: EVIDENCE FROM TBC BANK USING THE BASS DIFFUSION MODEL AND A HYBRID REGRESSION APPROACH	169
Feruza Nabieva	
YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA EKOLOGIK XARAJATLARNI BUXGALTERIYA HISOBIDA AKS ETTIRISH VA BAHOLASH	176
Rabbimov Elbek Abdulloyevich, G'afforov Ilhom Ilyosjonovich, Ergashev Olloyor Furqat o'g'li	
O'ZBEKISTONNING YANGI BOZORLARGA CHIQUISHIDA FAOL MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNING INTEGRALLASHGAN MODELI.....	183
Baqoyev Sunnatillo Burxon o'g'li	
O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIK FAOLIYATIGA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNING ILMIY-KONSEPTUAL ASOSLANISHI.....	188
Salaydinov Shodiyor Nizom o'g'li	
TIJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI SIFATINI OSHIRISH VA KREDIT RISKINI BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	194
Turg'unov Nodirbek Muminjanovich	
SANOAT KORXONALARI TUZILMASINI TAKOMILLASHTIRISH MEXANIZMI	198
Jabborov Elbek Erkin o'g'li	
SOLIQ STAVKALARINI TABAQALASHTIRISHNING TADBIRKORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANISHGA TA'SIRI.....	202
Abduraimova Nigora Abdugapparovna	
MINTAQALAR IQTISODIY RIVOJLANISHIDAGI TAFOVUTLARNI KAMAYTIRISHNI TA'MINLASHDAGI XORIJ MAMLAKATLAR TAJRIBASI.....	208
Egamov Temur Muzaffarovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI MOLYAVIY RAG'BATLANTIRISH IMKONIYATLARI.....	213
Baxriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XIZMATLAR SOHASINING O'RNI VA OBYEKTIV ZARURLIGI.....	217
Achilova Firuza Kurbanovna	
INVESTITSIYALARNI JALB ETISH ORQALI MAXSUS IQTISODIY ZONALARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	222
Ergashev Olim	



KICHIK BIZNES INNOVATSION FAOLIYATINING RIVOJLANISHIDAGI ASOSIY TENDENSIYALAR	227
Amirov Zubaydulla Toir o'g'li	
KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA YOSHLAR TADBIRKORLIGINING O'RNI VA AHAMIYATI	233
Isakjanova Saboxat Muhamedovna	
KORPORATIV BOSHQARUV TIZIMIDA AKSIYADORLAR HUQUQLARINI HIMOYA QILISH MEXANIZMLARINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH	238
Xakimov Uchkun Xamitovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA MILLIY MAKROIQTISODIY SIYOSATNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	242
Mardanova Ra'no Isakovna	
XUSUSIY VA DAVLAT SHIFOXONALARI UCHUN RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINI QIYOSIY TAHLIL	246
Yakubov Temur G'anibekovich	
RAQAMLI SOG'LIQNI SAQLASH TIZIMIDA RESURS SAMARADORLIGI VA IQTISODIY NATIJADORLIK MODELI	250
Ziyodullayev Qahramon	
"MILLIY TURIZM SITUATSION-MONITORING MARKAZI" VA "YASHIL TUROPERATORLAR" FAOLIYATINI SHAKLLANTIRISH ISTIQBOLLARI	254
Toshev Akmal Salimovich	
RISK-MENEJMENT VA MOLIYAVIY BARQARORLIK O'ZARO BOG'LIQLIGINING KONSEPTUAL MODELINI SHAKLLANTIRISH TAMOYILLARI	261
Madaminov Bekzod Allayarovich	
O'ZBEKISTONDA YASHIRIN IQTISODIYOT: BAHOLASH METODOLOGIYASI, DINAMIKASI VA QISQARTIRISH ISTIQBOLLARI (1996 – 2026-YILLAR TAHLILI)	266
Djumanova Rano Fayzullayevna	
OLIY TA'LIM SIFATINI BAHOLASHDA MAJMUALI DIAGNOSTIK MODELNING AMAL QILISH XUSUSIYATLARI	272
Xo'jaxonov Ma'rufxon Xamidxonovich	
TIJORAT BANKLARI FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISHNING XORIJ TAJRIBASI	278
Vafiyev Raxim Xalimjonovich	
INVESTITSIYA LOYIHALARINI KREDITLASH AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	282
Nigora Nurmatova	
BANK SEKTORINING INVESTITSIYA OQIMLARINI BOSHQARISHDAGI STRATEGIK O'RNI	287
Abdumavlonov Abdumutal Abdumajid o'g'li	
O'ZBEKISTON KORXONALARIDA UZOQ MUDDATLI MOLIYAVIY INVESTITSIYALAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	291
Allabergenova Nilufar Shermetovna	
O'ZBEKISTON BANK TIZIMIDA TA'MINOTLI YIRIK KREDITLAR ASOSIDA QIMMATLI QOG'OZLAR CHIQRISH ORQALI RESURS BAZASINI KENGAYTIRISH MEXANIZMLARI	298
Ahmedov Akbarali Sultonmurodovich	
"MINTAQA SANOATI SALOHİYATIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI"	306
Abdinazarov Xusan Shaymanovich	
BUDJET TASHKILOTLARI FAOLIYATIDA MAJBURIYATLAR: MAZMUNI, TURLARI VA TARKIBI	309
Jabbarova Charos Aminovna	
ATROF-MUHIT VA EKOLOGIK IQTISODIYOT: TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA RESURLARDAN OQILONA FOYDALANISH VA UNING RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASH	316
Alikulov Samar Abdirashidovich	
O'ZBEKISTON TURIZM INDUSTRIYASI RIVOJLANISHIDA FORSAYT TEXNOLOGIYALARINI QO'LLASH	322
Turdibekov Xasan Ibragimovich	
АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	329
Камолова Феруза Кахрамоновна	



TASHQI QARZNING IQTISODIY XAVFSIZLIKKA TA'SIRI: QARZ BARQARORLIGINI BAHOLASH MODELLARI ASOSIDA O'ZBEKISTON MISOLIDA TAHLIL	333
Oliyoyrova Kumushoy Ahmad qizi, Tashmuxeamedova Yayra Atxamovna	
XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARNING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA SOLIQLARNI TARTIBGA SOLISHNING TAHLILI	339
Kudiyarov Kishibay Ramatullaevich	
KORXONALAR FAOLIYATINING IQTISODIY BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING XORIJ TAJIRIBASI	343
Iminova Nargizaxon Akramovna	
SUG'URTA KOMPANIYALARINING TO'LOVGA QOBILIYATLILIGINI BOSHQARISHDA RISKLAR VA RISK-MENEJMENTNING O'RNI	350
Xalikulova Shirin Utkir qizi	
BUDJET TASHKILOTLARIDA BUXGALTERIYA HISOBI VA HISOBOTINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISHDAGI MUAMMOLAR VA KAMCHILIKLAR	354
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Xasanboyeva Muyassar Ubaydullayevna	
XUSUSIY KORXONALARDA KADRLAR MENEJMENTI SAMARADORLIGINI OSHIRISH	358
Alimova Dildora Damirovna	
BANK TRANSFORMATSIYASI TUSHUNCHASI VA UNING MENEJMENTDAGI O'RNI	363
Rajabov Oybek Panjievich	
O'ZBEKISTON OZIQ-OVQAT SANOATIDA ISHLAB CHIQRISH SAMARADORLIGINING HOZIRGI HOLATI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	367
Eshtemirova Anora Norboy qizi	
BOZOR KONYUNKTURASIGA MOS PIYOZ YETISHTIRISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'NALISHLARI	371
Sadikova Shohida Obidqul qizi	
HUDUDLARDA MAISHIY XIZMATLAR SOHASINI KLASSTERLASH VA RESURS SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	375
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna	
XUSUSIY VA KORPORATIV TUZILMALARDA AUDITORLIK TEKSHIRUVI HAMDA AUDITORLIK XULOSASINI SHAKLLANTIRISH AMALIYOTI	380
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Ubaydullayev Toxirjon Abdullajanovich	
YIRIK VA KICHIK BIZNES O'RTASIDA KOOPERATSIYA MUNOSABATLARINI RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI	385
Nasirova Kamola Alimovna	
MOLIYAVIY HISOBOTLARNING QAROR QABUL QILISH JARAYONIDAGI IQTISODIY ROLI	394
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Yahyayeva Ra'no Raximovna	
DIRECTIONS FOR IMPROVING INVESTMENT POLICY IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY (EXPERIENCE OF UZBEKISTAN)	400
Khatamov Nurbek Achildiyevich, Sharifi Abdul Fatah	
DAVLATNING FISKAL VA MONETAR SIYOSATI UYG'UNLIGINING IQTISODIY XAVFSIZLIKKA TA'SIRINI BAHOLASH	405
Uralov Shavkat Maxramovich	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA BIZNES JARAYONLARINI AVTOMATLASHTIRISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI	410
Yusubov Muzaffar Alimbayevich	
BANKLARDA RAQAMLASHTIRISH JARAYONINING MIJOZLAR QONIQLASH DARAJASIGA TA'SIRI	414
Ro'ziboyev Shuxrat Komilovich	
BOJ-TARIF SIYOSATI METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING ILMIY-AMALIY YO'NALISHLAR	418
Pardayev Ilhomjon G'ulom o'g'li	
OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MOLIYAVIY BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISHDA BOSHQARUV KADRLARINING KOMPETENSIYASI	424
Mahsutaliyev Abdusalom Hasanovich	



ZIYORAT TURIZMIDA DESTINATSIYA VA GEOAXBOROT TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH	433
Qosimov Jahongir Ro'ziboyevich, Suyunova Nilufar	
YEVROPA DAVLATLARIDAGI KORXONALARDA MOLIVAVIY REJALASHTIRISH AMALIYOTINING TAHLILI VA ULARDAN O'ZBEKISTON MOLIVA TIZIMIDA QO'LLASH MASALALARI	440
Pardayev Jamshid Muzaffarovich	
TASHKILOTNING RAQAMLI TRANSFORMATSIYA LOYIHALARINI BOSHQARISH	446
Xasanov Odilxon Kaxxorovich	
O'ZBEKISTON TURIZM SANOATINING XALQARO RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA STRATEGIK MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH	450
Kobilova Shozoda Timurovna, Isxakova Sarvar Ayubovna	
THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LABOR THEORY: EVOLUTION, CHALLENGES AND FUTURE PROSPECTS	456
Tukhliyev Bakhodir Adinaevich	
ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ПЕРВОГО ПРИМЕНЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В СИСТЕМЕ УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	460
Астанов Зафар Муродуллаевич	
TA'LIM MUASSASALARIDA O'QITISH SIFATINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR PLATFORMALARINI YARATISH VA ULARDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	466
To'xtamisheva Dilrabo Shermonovna	
KICHIK VA O'RTA BIZNESNI YASHIL IQTISODIYOT TAMOYILLARI ASOSIDA RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION MEXANIZMLARI	472
Norboyev Sarvar Azodovich	
MINTAQAVIY RIVOJLANISHDA INVESTITSİYALARDAN SAMARALI FOYDALANISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI	476
Xatamova Manzura Ochilidiyevna, Safarov Botir Isaq o'g'li	
MAXSUS IQTISODIY ZONALARDA SOLIQ MA'MURIYATCHILIGINI TAKOMILLASHTIRISHNING METODOLOGIK YONDASHUVLARI	482
To'rayeva Nafisa Odiljonovna	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA RAQAMLI TO'LOV TIZIMLARINI RIVOJLANTIRISHNING PUL MUOMALASI BARQARORLIGIGA TA'SIRINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	487
Xazratkulov O'ktamjon Xikmatullayevich	
O'ZBEKISTONDA TAKSI XIZMATLARI BOZORIDA INSTITUSIONAL ISLOHOTLARNING IQTISODIY AHAMIYATI	491
Jaloliddinov Anvar Jaloliddin o'g'li	
EKOLOGIK TANGLIK SHAROITIDA QISHLOQ XO'JALIGIDA YERLARDAN FOYDALANISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH	497
Kudiyarov Aybek Alisherovich	
BANK LIKVIDLIGINI BOSHQARISHDA ZAMONAVIY METODOLOGIK YONDASHUVLAR	502
Sulaymanov Samandarboy Adhambek o'g'li	
IQTISODIY FAOLIYAT TURLARI BO'YICHA SANOAT ISHLAB CHIQRISH TARKIBIY O'ZGARISHLARNI BAHOLASH	509
Almardanova Farzona Tulkin qizi, Kasimov Azamat Abdurkarimovich	
QUYI AMUDARYO IQTISODIY MINTAQASI CHEGARABO'YI HUDUDLARINING TURISTIK IMKONIYATLARI	515
Djumabayeva Shaira Xalillayevna	
SURXONDARYO VILOYATIDA ULGURJI SAVDO HAJMI KO'RSATKICHLARINI ARIMA MODEL YORDAMIDA PROGNOZLASHTIRISH	522
Turotova Sohiba Djumanazarovna	
MINTAQADA INNOVATSION USULDA BALIQ YETISHTIRISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	531
Davranov Odil Jumanazarovich	



ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXINING BOSHQARUV TAHLILINI AMALGA OSHIRISH USULLARI	538
Xamidova S.Ya.	
STRATEGIES FOR INCREASING COMPETITIVENESS IN DEVELOPING EXPORT ACTIVITIES IN SMALL ENTERPRISES.....	544
Nasridinova Shokhida Taufikovna	
SANOAT KORXONALARINI BOSHQARISHDA ILMIY-NAZARIY QARASHLAR	551
To'g'onov Ibroximxo'ja	
XUSUSIY TIJORAT BANKLARINING MOLIYAVIY RESURLARINI MUSTAHKAMLASHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI.....	555
Xolmatov Dilmurod Maxmudjonovich	
PENSIYA JAMG'ARMASI DAROMADLARI SHAKLLANISHI MASALALARI.....	562
Sherjonov Doniyor Saparbaevich	
EKSPORT VA VALYUTA OPERATSIYALARINING NAZARIY VA HUQUQIY ASOSLARI.....	566
Sobirova Xilola Rustam qizi	
SURXONDARYO VILOYATIDA AHOLI JON BOSHIGA CHAKANA SAVDO AYLANMASI HAJMI KO'RSATKICHLARINI ARIMA MODEL YORDAMIDA PROGNOZLASHTIRISH.....	571
Qudratova Shahnoza Shuhrat qizi	
XO'JALIK JAMIYATLARIDA BOSHQARUV ORGANLARI FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH.....	579
Valijonov Akmaljon	
XIZMATLAR IQTISODIYOTI VA UNI RIVOJLANISHNING NAZARIY ASOSLARI	584
Abduxoliqova Farangiz Abduxoliq qizi	
O'ZBEKISTONDA TRANSPORT-LOGISTIKA TIZIMI: HOZIRGI HOLATI, MUAMMOLARI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	588
Kuvandikov Shuxrat Oblokulovich, Abduxalikova Komila Abduxalikovna	
ИНТЕГРАЦИЯ МЕТОДОВ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ ПО ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (АВС) И ЦЕЛЕВОГО КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ (ТС) КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА	595
Киличева Ф.Б.	
GAZ TARMOQLARINI MODERNIZATSIYA QILISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	601
Xamidov Xayriddin Faxritdinovich	
SOLIQ NAZORATI TIZIMI: IQTISODIY MOHIYATI, SHAKLLARI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	606
Donaboyev Dostonbek Xusan o'g'li	
УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РОСТА ЕГО ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ	610
Агзамов Авазхон Талгатович, Алиева Сусанна Сейрановна	
NOBANK KREDIT TASHKIOTLARINING AKTIV OPERATSIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MASALALARI	618
Sardor Karimov Boydulla o'g'li	
INVESTITSION JOZIBADORLIKNING IQTISODIY MOHIYATI VA INVESTITSIYA NAZARIYALARI INTEGRATSIYASI	624
Abdullayeva Nilufar Ruslanovna	
QURILISH KORXONALARINI KORPORATIV QIMMATLI QOG'OZLAR ORQALI MOLIYALASHTIRISHNING ILG'OR XORIJ TAJRIBASI VA UNI QO'LLASH YO'NALISHLARI.....	630
Igitov Jurabek Kuzibekovich	
OPEN BANKING AS A DRIVER OF FINANCIAL INNOVATION AND INCLUSION IN UZBEKISTAN'S BANKING SECTOR.....	637
Kuvatova Oliy Sheraliyevna, Asadbek Ergashov	
TIJORAT BANKLARINING MOLIYAVIY SAMARADORLIGINI BOSHQARISH VOSITALARI	642
Sadikov Q.M.	



BOSHQARUV HISOBIDA NARX SHAKLLANISHINING NAZARIY JIHATLARI (TOVAR BOZORIDA USTUN MAVQEGA EGA XO'JALIK SUBYEKTLARI MISOLIDA).....	646
Xaitmetov Elmurat Sidikmatovich	
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭНЕРГОЁМКОСТИ ВВП НА ОСНОВЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ	652
Муслимова Ф.С., Хашимова Н.А.	
XALQARO LOYIHALARNI BOSHQARISHDA RAQAMLI INTEGRATSIYA YETUKLIGI MODEL VA SAMARADORLIKNI BAHOLASH METODOLOGIYASI	659
Ne'matova Bonura Umid qizi	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA ICHKI AUDITNING MOHIYATI, MAQSADI VA ASOSIY VAZIFALARI	664
Mamatqulov Avazbek Axmadaliyevich	
OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI FAOLIYATIDA ZAMONAVIY BOSHQARUV ASOSIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASH.....	674
Xusanova Gavhar	
MAHALLIY SHAROITDA SUV TEJOVCHI TEXNOLOGIYALARNI KO'P MEZONLI BAHOLASHNING IQTISODIY YO'NALTIRILGAN GIBRID MODEL VA UNING AMALIY QO'LLANILISHI.....	679
Mirzayeva Shaxnoza Mamat qizi	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA QUYOSH FOTOELEKTR STANSIYALARINING HOLATI VA O'RNATILGAN QUVVATLARINI TAHLIL QILISH	683
Maxamadiyev Farrux Mirazimovich, Baratov Laziz Suyun o'g'li	
BUDJET TASHKILOTLARIDA BUDJETDAN TASHQARI MABLAG'LARNING NAZORATINI TASHKIL QILISH.....	688
Dadaboyev Tulqinjon Yusupjonovich, Dadaboyev Abdurahmon Ne'matjon o'g'li	
RAQAMLI IQTISODIYOT BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING IQTISODIY OMILLARI VA ZAMONAVIY AHAMIYATI	693
Yusubov Inomjon Ikrom o'g'li	
MOLIYAVIY RESURLARNI BOSHQARISHNING NAZARIY-METODOLOGIK VA AMALIY JIHATLARI	699
Narzulloyev Behruz Baxtiyor o'g'li	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA RAQAMLI BANK XIZMATLARI AMALIYOTI TAHLILI	702
Kazakbayev S.B.	
BOG'DORCHILIK TARMOG'NI RIVOJLANTIRISHDA SUV TEJAMKOR TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNING IQTISODIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH	705
Sattorov Orifjon Boymurodovich	
MHXS ASOSIDA SUG'URTA KOMPANIYALARINING BUGALTERIYA HISOB VA MOLIYAVIY TAHLILINI TAKOMILLASHTIRISH STRATEGIYALARI.....	709
Alimov Baxodir Batirovich	
QISHLOQ XO'JALIGINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA DAVLATNING IMTIYOZLI MOLIYALASHTIRISH MYEXANIZMLARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH	718
Xolmatov Sanjarbek Xojimatovich	
MAHALLA TIZIMIDA INSON KAPITALIDAN SAMARALI FOYDALANISH VA INKLYUZIV IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH YO'NALISHLARI.....	724
Berkinov Bozorboy Berkinovich	
XALQARO TURIZM BOZORIDA MICE TURIZMINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH JARAYONLARINING NAZARIY ASOSLARI	728
Fayyoza Xalimova Nafasovna	
O'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA MIJOZLARGA YO'NALTIRILGAN BIZNES JARAYONLARINI TRANSFORMATSIYA QILISH AMALIYOTI.....	733
Azimov Asrorjon Muzaffarjonovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA BANDLIKNI LEGALLASHTIRISHNING INSTITUTSIONAL MEXANIZMLARI	737
Xalimbetov Farxad Bagibekovich	



TIJORAT BANKLARINING BIZNES EKOTIZIMI MUAMMO VA YECHIMLAR.....	742
Shoymardonov Orziqul Jo'ra o'g'li	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI YALPI HUDUDIIY MAHSULOT XAJMIGA ASOSIY KAPITALGA KIRITILGAN INVESTISIYALARNING TA'SIRI	749
Sultanov Anvar Abdullaevich	
YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA QURILISH SANOATINING IQTISODIY HOLATI.....	754
Axmedova Sanobar Ikrom qizi, Davlatov Ahmadjon Anvarbek o'g'li	
DAVLAT XUSUSIY SHERIKCHILIK LOYIHALARIDA VUJUDGA KELADIGAN RISKLARGA QARSHI UZOQ MUDDATLI IQTISODIY STRATEGIYALAR	760
Ergashev Axmadjon Maxmudjon o'g'li	
MODERN MODELS OF SALES LOGISTICS IN THE SERVICE SECTOR: MARKETING ASPECT AND AREAS FOR IMPROVEMENT	764
Mamatkulova Shoir Djalolovna	
РОЛЬ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	769
Ахмедова Азиза Тохировна, Зайналов Ж.Р.	
ВЫСШАЯ МАТЕМАТИКА КАК ОСНОВА ФИНАНСОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ.....	774
Айматова Фарид Хуразовна	
XORIJIY MOLIVAVIY RESURLAR VA ULARNING IQTISODIY O'SISH SIFATINI TA'MINLASHDAGI O'RNII	778
Xomidova Kamola G'olib qizi	
SUG'URTA TASHKILOTLARIDA TO'LOV QOBILIYATINI OSHIRISHGA QARATILGAN ICHKI BOSHQARUV INSTRUMENTLARINI TAKOMILLASHTIRISH	783
Xattabov Murodulla Batirovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING MINTAQALAR BARQAROR RIVOJLANISHIGA TA'SIRI	788
Hakimova Nozimaxon Sobirjon qizi	
O'ZBEKISTON QURILISH KORXONALARIDA KORPORATIV-IJTIMOIIY MAS'ULIYAT HOLATI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	795
Murotkosimov Shoxrux Abdusalimovich	
ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА УЗБЕКИСТАНА ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ.....	803
Ишонкулова Феруза Асатовна	
CHIQINDILARNI QAYTA ISHLASH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH	808
Sadinov Aziz Ziyadullayevich	
BOJXONA BOSHQARUVIDA RAQAMLASHTIRISHNING XALQARO TAJRIBASI	814
Radjapova Latofat Sardorovna	
MILLIIY IQTISODIYOTDA SANOAT KORXONALARI RIVOJLANISHI XUSUSIYATLARI	821
Abdullayeva Madina Kamilovna	
UY-JOY QURILISHI SOHASIGA ESKROU MEXANIZMINI JORIY ETISH ORQALI ULUSHDORLAR MABLAG'LARINI HIMOYA QILISH ISTIQBOLLARI	827
Nigmatov Akbarjon Anvarovich	
TASHQI SAVDO BALANSINI MUVOZANATLASHTIRISH	831
Rahimov Eshmurod Normurodovich, Misliddinov Ikromjon Kamoliddin o'g'li	
DON VA UN MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQARISH KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHNING YEVRQA TAJRIBASI	837
Boyjigitov Sanjarbek Komiljon o'g'li	
RAQAMLI SUG'URTA (INSURTECH) EKOTIZIMINI SHAKLLANTIRISH VA O'ZBEKISTONDA MOLIVAVIY XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHNING O'ZIGA XOS JIHA TLARI.....	842
Nozimov Eldor Anvarovich	
MAHALLIIY RESURLARDAN SAMARALI FOYDALANISH ASOSIDA IMPORT O'RNINI BOSUVCHI MAHSULOTLAR ISHLAB CHIQARISH STRATEGIYASI	847
Sobitova Ra'no Solidjonovna	



XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING XORIJ TAJRIBALARI.....	850
Raxmonov Aziz Iskandarovich	
COST ANALYSIS IN FRUIT AND VEGETABLE PROCESSING PLANTS.....	855
Rahmatullayev Mirjalol Khatam ogli	
OLIY TA'LIM XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH TIJORAT SIRINING O'ZIGA XOS JIHATLARI.....	861
Butayev Dilshod Eshbekovich	
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ОБЛАЧНЫЕ БУХГАЛТЕРСКИЕ СИСТЕМЫ: НАДЁЖНОСТЬ ОТЧЁТНОСТИ И КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ.....	867
Бозорова Озода Рахимовна	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA BANKLARNING CHAKANA KREDITLASH AMALIYOTI TAHLILI	872
Axmedova Dilrabo Kurbondurdi qizi	
XALQARO STANDARTLARNI AMALGA OSHIRISH JARAYONIDA AUDITORLAR VA KORXONALAR UCHUN AMALIY TAVSIYALAR.....	877
Ibragimov Azizbek Keldibek o'g'li	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INNOVATSION BANK XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI.....	882
Akbarov Husniddinjon Mo'ysin o'g'li	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA MOLIYAVIY NATIJALAR TAHLILINI TAKOMILLASHTIRISH	888
Omanov Sanjar Qurbonazar o'g'li	
O'ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOTNI SOLIQ IMTIYOZLARI ORQALI MOLIYALASHTIRISHNING AMALDAGI HOLATI.....	894
Usmonov Shavkatjon Shukurovich	
АДАПТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	901
Абилов Эльман Худаверди оглы	
QURILISH SOHASIDA KORPORATIV IJTIMOIIY MAS'ULIYAT: XALQARO TAJRIBA VA QIYOSIY TAHLIL.....	906
Murotkosimov Shoxrux Abdisalimovich	
TADBIRKORNING KREDIT, FOIZ, SOLIQ TO'LOVLARI VA ULARNI OPTIMALLASHTIRISH YO'LLARI XUSUSIDA.....	914
Hakimov Odil Arziqulovich	
RIVOJLANGAN MAMLAKATLARDI IQTISODIYOTNING REAL SEKTORIGA KIRITILGAN INVESTITSIALARNI MOLIYALASHTIRISHNING XUSUSIYATLARI	918
Xoshimov Sobir Murtazayevich	
KORXONALARDA MOLIYAVIY BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING INNOVATSION YONDASHUVLARI	925
Xalilova Aziza Rustamovna	
QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQUVCHI KORXONALARDA MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI.....	930
Uzakova Umida Ruziyevna	
INVESTITSIYA JALB QILISHNING HUDUDIIY MEXANIZMLARI VA ULARNING IQTISODIIY MAZMUNI.....	936
Shamsiyeva Ruxsora Nasirovna	
HUDUDLARNING TURISTIK SALOHIIYATINI OSHIRISHDA TURISTIK ZONALARNING AHAMIYATI	940
Umarova Mahliyo Yaxshiboy qizi	
HUDUD OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI SANOATI ISHLAB CHIQUVISH KO'RSATKICHLARI SAMARADORLIGINING EKONOMETRIK VA STATISTIK TAHLILI.....	945
Xursanov Sherzod Ulaboyevich	
YUK TASHUVLARIDA LOGISTIK PROVAYDERLAR FAOLIYATINING NAZARIY-USLUBIIY ASOSLARI	951
Mannapova Feruza Faxriddin qizi	



MAMLAKAT BANKLARI TOMONIDAN ALOQA SOHASINI MOLIYALASHTIRISHDAGI MAVJUD MUAMMOLAR VA ULARNI BARTARAF ETISH YO'LLARI	956
Mirzaraximova Aziza Azimdjanoyna	
IQTISODIYOTDAGI TARKIBIY O'ZGARISHLARNI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI RAQOBATCHILIK MUHITINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI	963
Maxmudova Ferangis Raxmatillayevna	
O'ZBEKISTONDA RAQAMLI IQTISODIYOT TARAQQIYOTINING HOLATI VA USTUVOR MAQSADLI KO'RSATKICHLARI	968
Saidova Madinaxon Hoshimjon qizi	
FERMER XO'JALIKLARINING O'ZBEKISTON AGRAR SEKTORIDAGI O'RNI VA AHAMIYATI.....	973
Islamova Dilnoza Isamidinova	
ZIYORAT TURIZMINING MINTAQAVIY IQTISODIY RIVOJLANISHGA TA'SIRI.....	978
Uzaqov Jamshid Norboyevich	
TIJORAT BANKLARINING EMISSION OPERATSIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MASALALARI	983
Shaymanov Mexriddin Ibragimovich	
ISLOM MOLIYASIDA MAJBURIYAT VA OMONAT MEXANIZMLARI: RAHN, VADIYA VA HAVALA.....	987
Sadikova Ra'no Abdullaevna	
FIRIBGARLIK BILAN BOG'LIQ AUDITORLIK TEKSHIRUVI RISKLARINI KAMAYTIRISH MASALALARI	991
Sirojiddinov Ikromiddin Qutbiddinovich	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ И ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ UZAUTO MOTORS.....	996
Шарипов К.А., Зайнутдинова У.Дж.	
XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA BANDLIK BILAN TA'MINLASHGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR VA MUAMMOLAR TADQIQI.....	1005
Mirzayev Qulmamat Djonuzokovich, Saparov Murod Irgashovich	
YO'LOVCHI TASHISH XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING O'RNI	1010
Alisher Kurambayev	
SUG'URTA XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA TAKAFUL SUG'URTASINING O'RNI VA IMKONIYATLARI.....	1014
Sattorov Ixtiyor Ochilovich, Karimov Shohruh Yo'ldoshali o'g'li	
O'ZBEKISTONDA INVESTITSION FAOLIYATNI AMALGA OSHIRISHNING JORIY HOLATI TAHLILI.....	1020
Valikulov Sherzod Zaynitdinovich	
RAQAMLI IQTISODIYOTDA MARKETPLEYSLARNI SHAKLLANTIRISH: INVESTITSİYALAR, XARAJATLAR VA FOYDA.....	1029
Axmedova Dilshoda Xayrulla qizi	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA O'ZBEKISTONDA SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA MARKETING SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI.....	1033
Maxmudov Tohirjon Olimjonovich, Muminova Shahlo Madaminjon qizi	
OLIY TA'LIMDA GENDER TENGLIKNING O'ZIGA XOS JIHATLARI.....	1039
Xaydarova Sayyora	
ANALYZING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF SOUTH KOREA IN GLOBAL MICE TOURISM: HISTORICAL AND CULTURAL DIMENSIONS.....	1043
Ortikova Sabohat, Gulomova Mukhlisa, Ochilova Hilola Farmonovna	
MEHMONXONA BIZNESIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISH ORQALI XIZMAT KO'RSATISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH (NAMANGAN VILOYATI MISOLIDA)	1050
Usmanova Gulida Valiyevna	
ETHICAL ASPECTS OF ECOTOURISM: BALANCING SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND MORAL RESPONSIBILITY.....	1055
Gulbakhor Sattarovna Abdullakhanova	
RIVOJLANAYOTGAN MAMLAKATLARDA INVESTITSIYA FAOLLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.....	1062
Sobirov Abdurasul Abdugafarovich	



KADRLAR BOSHQARUVIDA INNOVATSION YONDASHUVLAR.....	1068
Urazov Sadulla Shodiyevich	
TIJORAT BANKLARIDA MOLIYAVIY JINOYATLARNING OLDINI OLISHDA KOMPLAENS-NAZORATNING ROLI.....	1074
Zokirov Ismoiljon Ibroximovich	
AGROSERVIS SOHASINI RIVOJLANTIRISH ORQALI KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISH YO'LLARI	1078
Pardayev Mamayunus Qarshibayevich, Feruz Nematullayevich Abilov	
KO'MIR UCHUVCHI KULI ASOSIDAGI FLY ASH BETON VA GEOPOLIMER MATERIALLARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH UCHUN IQTISODIY VA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH	1083
Muradov Botir Xayat	
КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ В УЗБЕКИСТАНЕ	1091
Рахимова Манзура Хамид кизи	
DUE DILIGENCE IN AUDITING AS A FACTOR ECONOMIC EFFICIENCY IN THE AGRICULTURAL SECTOR.....	1098
Sidikov Dilmurod	
MAJBURIYATLAR HISOBINI MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARI ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH.....	1102
Ergasheva Vasila Abdumajitovna	
ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ И ПРОЦЕССЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕСА В УЗБЕКИСТАНЕ	1106
Рахимова Тамила Баходур кизи	
O'ZBEKISTON OLIY TA'LIM EKSPORT XIZMATLARI MOLIYAVIY NATIJADORLIGINI TA'MINLASH YO'LLARI.....	1113
Abdusattarova Dildora Bohodirovna	
O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNESNI DAVLAT TOMONIDAN MOLIYAVIY QO'LLAB-QUVVATLASH BORASIDA ILG'OR XORIJIY TAJRIBA VA UNDAN O'ZBEKISTONDA FOYDALANISH ISTIQBOLLARI	1120
Djurayeva Lola Abdugabbarovna	
HUDUDLARDA AHOLI DAROMADLARINI OSHIRISHDA DAVLAT BUDJETIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH	1125
Egamnazarova Gulnoza Xolmurod qizi	
O'ZBEKISTON ISLOHOTLARI ISTIQBOLIDA BARQAROR RIVOJLANISH KO'RSATKICHLARI HAMDA ESG INDIKATORLARINI JORIY ETISH	1129
Mirzaaxmedova Nodira Asqarali qizi, Tursunxodjayeva Shirin Zafar qizi	
O'ZBEKISTONDA KREDIT VA MOLIYAVIY TIZIMNI MODERNIZATSIYALASH: MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR	1135
Omonturdiyev Ortiq Eshboyevich	
O'ZBEKISTON FRANCHAYZING BRENDLARINING XALQARO BOZORLARDA IMIJINI MUSTAHKAMLASHDA ZAMONAVIY BRENDUKLAR YARATISHNING NAZARIY ASOSLARI VA AMALIY YECHIMLARI	1140
Xodjayev Anvar Rasulovich	



UDK: 339.944.2

O'ZBEKISTON FRANCHAYZING BRENDLARINING XALQARO BOZORLARDA IMIJINI MUSTAHKAMLASHDA ZAMONAVIY BRENDBUKLAR YARATISHNING NAZARIY ASOSLARI VA AMALIY YECHIMLARI

Xodjayev Anvar Rasulovich

Buxoro davlat universiteti,
iqtisodiyot kafedrası dotsenti, i.f.f.d (PhD)
E-mail: anikxodja1989@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8662-759X

Annotatsiya. Ushbu maqolada O'zbekiston franchayzing brendlarining xalqaro bozorlardagi imijini mustahkamlashda zamonaviy brendbuklarni yaratishning nazariy asoslari va amaliy yechimlari ilmiy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqotda global marketing konsepsiyalari, brend identifikatsiyasi, vizual kommunikatsiya hamda franchayzing tizimidagi strategik boshqaruv yondashuvlari asosida brendbuklarning ahamiyati asoslab berilgan. Xalqaro brendlar tajribasi hamda O'zbekiston franchayzing subyektlarining amaldagi faoliyati kontent-tahlil, komparativ tahlil, SWOT-tahlil va ekspert intervyulari asosida o'rganilgan.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, milliy franchayzing kompaniyalarida professional darajada ishlab chiqilgan brendbuklar amaliyotini yanada kengaytirish brend imijini izchil shakllantirish va xorijiy bozorlarda samarali kommunikatsiyani ta'minlash uchun muhim imkoniyat hisoblanadi. Shuningdek, zamonaviy raqamli platformalarga moslashtirilgan, modul tamoyiliga asoslangan brendbuklarni ishlab chiqish kompaniyalarning vizual identifikatsiyasi, marketing kommunikatsiyasi hamda iste'molchilar bilan emotsional aloqalar samaradorligini sezilarli darajada oshirishga xizmat qilishi ilmiy jihatdan asoslab berilgan.

Tadqiqot natijalari franchayzing subyektlari uchun brendbuklardan strategik marketing vositasi sifatida samarali foydalanish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishda muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kali so'zlar: franchayzing, brendbuk, brend identifikatsiyasi, brend imiji, marketing kommunikatsiyalari, vizual identifikatsiya, xalqaro marketing, franchayzing strategiyasi, brend menejmenti, raqamli marketing, globalizatsiya, iste'molchi xulq-atvori, korporativ dizayn, strategik kommunikatsiya, brend qadriyatlari.

Abstract. This article provides a scientific analysis of the theoretical foundations and practical solutions for developing modern brandbooks aimed at strengthening the image of Uzbek franchising brands in international markets. The study substantiates the importance of brandbooks based on global marketing concepts, brand identity, visual communication, and strategic management approaches within franchising systems. The experience of international brands and the current practices of Uzbek franchising entities were examined using content analysis, comparative analysis, SWOT analysis, and expert interviews.

The research findings indicate that expanding the implementation of professionally developed brandbooks in national franchising companies represents an important opportunity to ensure consistent brand image formation and effective communication in foreign markets. Furthermore, the study demonstrates that developing modular brandbooks adapted to modern digital platforms can significantly enhance visual identity, marketing communications, and emotional engagement with consumers.

The results of the study provide scientifically grounded and practically relevant recommendations for franchising entities on the effective use of brandbooks as a strategic marketing tool.

Key words: franchising, brandbook, brand identity, brand image, marketing communications, visual identity, international marketing, franchising strategy, brand management, digital marketing, globalization, consumer behavior, corporate design, strategic communication, brand values.



Аннотация. В данной статье научно обоснованы теоретические основы и практические решения по разработке современных брендбуков, направленных на укрепление имиджа узбекских франчайзинговых брендов на международных рынках. В исследовании раскрыта значимость брендбуков на основе современных концепций маркетинга, бренд-идентичности, визуальных коммуникаций и стратегического управления во франчайзинговых системах. Международный опыт и современная практика франчайзинговых компаний Узбекистана изучены с применением контент-анализа, сравнительного анализа, SWOT-анализа и экспертных интервью.

Результаты исследования показали, что расширение практики внедрения профессионально разработанных брендбуков в национальных франчайзинговых компаниях является важным фактором обеспечения последовательного формирования имиджа бренда и эффективной коммуникации на зарубежных рынках. Также доказано, что разработка модульных брендбуков, адаптированных к современным цифровым платформам, способствует повышению эффективности визуальной идентификации, маркетинговых коммуникаций и эмоциональной вовлечённости потребителей.

Полученные результаты имеют научно-практическое значение и позволяют сформулировать рекомендации по эффективному использованию брендбуков как стратегического инструмента маркетинга во франчайзинговой деятельности.

Ключевые слова: франчайзинг, брендбук, бренд-идентичность, имидж бренда, маркетинговые коммуникации, визуальная идентификация, международный маркетинг, стратегия франчайзинга, управление брендом, цифровой маркетинг, глокализация, поведение потребителей, корпоративный дизайн, стратегические коммуникации, ценности бренда.

KIRISH

Jahon miqyosida marketing va biznes strategiyalarining globallashuvi sharoitida milliy brendlarning xorijiy bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi ularning imiji, brend identifikatsiyasi va iste'molchi ongida shakllangan qadri bilan bevosita bog'liq bo'lgan muhim strategik omillar qatoriga kiradi. Ayniqsa, franchayzing modeli asosida faoliyat yuritayotgan kompaniyalar uchun mazkur jihatlar alohida ahamiyat kasb etadi, chunki franchayzer o'z brend identitetini nafaqat ichki bozorda, balki boshqa mamlakatlardagi franchayzilar tarmog'i orqali ham kengaytiradi. Shu nuqtai nazardan, O'zbekiston franchayzing brendlarining xalqaro bozorlardagi ishtirokini kengaytirish va ular haqidagi ijobiy hamda barqaror tasavvurlarni shakllantirish zamonaviy marketing boshqaruvining ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Ayni paytda jahon amaliyotida brendning ichki va tashqi qiyofasini tizimli ravishda ifodalovchi "brandbuk"lar, ya'ni brend identifikatsiyasining asosiy elementlarini belgilovchi strategik hujjatlar samarali kommunikatsiya vositasi sifatida keng qo'llanilmoqda.

O'zbekistonda franchayzing bozorining shakllanish jarayoni 2000-yillar boshlarida boshlangan bo'lib, so'nggi yillarda ushbu sohada barqaror rivojlanish tendensiyalari kuzatilmoqda. Xususan, xizmatlar sohasi, umumiy ovqatlanish, chakana savdo, ta'lim, tibbiyot va boshqa istiqbolli yo'nalishlarda franchayzing asosida faoliyat yuritayotgan mahalliy brendlar soni izchil ortib bormoqda. Bu esa milliy brendlarning xalqaro bozorlarga chiqish salohiyatini kengaytirish uchun qulay shart-sharoitlar shakllanayotganini ko'rsatadi. Shu bilan birga, xalqaro bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun brendning mazmuni, qadriyatlar, dizayn konsepsiyasi va kommunikatsion pozitsiyasini yagona tizim asosida ifodalash muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu vazifani samarali amalga oshirishda brendbuklar muhim strategik vosita sifatida xizmat qiladi. Brendbuklar orqali mahsulot va xizmatlar haqida yagona standartlarga asoslangan, tizimli va professional axborotni taqdim etish franchayzing kompaniyalari uchun nafaqat iste'molchilar bilan samarali kommunikatsiyani yo'lga qo'yish, balki xalqaro hamkorlar va investorlar ishonchini mustahkamlash imkonini ham yaratadi.

Brendbuk (brandbook) – bu kompaniyaning vizual identifikatsiyasi, brend qadriyatlar, kommunikatsiya uslublari, dizayn elementlari, logotipdan foydalanish qoidalari, ranglar palitrasi, shriftlar, grafik elementlar, brend ovozi (tone of voice), raqamli platformalardagi faoliyat tamoyillari va boshqa muhim brend komponentlarini o'z ichiga olgan kompleks strategik hujjat hisoblanadi. Ushbu hujjat kompaniya ichida ham, tashqi muhit bilan o'zaro aloqalarda ham brend yaxlitligini ta'minlash, uning izchil rivojlanishini qo'llab-quvvatlash va barcha manfaatdor tomonlar tomonidan yagona tarzda qabul qilinishini ta'minlashga xizmat qiladi. Xalqaro kompaniyalar tajribasi shuni ko'rsatadiki, professional darajada ishlab chiqilgan brendbuklar global marketing faoliyatini standartlashtirish, brendning raqobatbardoshligini oshirish va uning barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Ushbu ilg'or tajribalarni O'zbekiston franchayzing kompaniyalari faoliyatiga joriy etish milliy brendlarning xalqaro maydondagi pozitsiyasini yanada mustahkamlashga xizmat qiladi [1].

Hozirgi davrda innovatsion marketing konsepsiyalari, raqamli transformatsiya jarayonlari va iste'molchilarning brendga nisbatan emotsional munosabati tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Zamonaviy iste'molchilar brendni nafaqat mahsulot yoki xizmat sifati, balki uning qadriyatlar, missiyasi, ijtimoiy mas'uliyati,



ekologik yondashuvi va kommunikatsiya madaniyati orqali ham baholaydilar. Shu sababli kompaniyalar o'z brend hikoyasini (storytelling), ijtimoiy mas'uliyat strategiyasini (CSR), dizayn konsepsiyasini va kommunikatsiya siyosatini aniq va tizimli ravishda shakllantirishi zarur. Mazkur jarayonda brendbuk ushbu elementlarni yagona tizim asosida boshqarish va samarali integratsiya qilish imkonini beruvchi muhim strategik vosita hisoblanadi. Shu jihatdan, brendbuklar nafaqat marketing va dizayn mutaxassislari, balki kompaniya boshqaruvi, investitsiya jarayonlari, mijozlar bilan ishlash va franchayzing tarmog'ini rivojlantirishning barcha bosqichlari uchun muhim amaliy ahamiyatga ega.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Zamonaviy marketing nazariyasi va amaliyotida brendning ma'naviy va vizual identiteti, iste'molchilar bilan kommunikatsiyasi hamda brend mazmuni va qadriyatlarini ifodalovchi vositalarning ahamiyati yuqori baholanadi. Ushbu elementlarni tizimli ravishda ifodalovchi asosiy vositalardan biri – brendbuk hisoblanadi. Brendbuk kompaniyaning ichki va tashqi kommunikatsiyalarini muvofiqlashtiruvchi, brend imijini mustahkamlovchi hamda uning strategik yo'nalishlarini belgilovchi kompleks konseptual hujjat sifatida global marketing amaliyotida keng qo'llaniladi. Shu nuqtai nazardan, ilmiy adabiyotlarda brend imiji, brend identifikatsiyasi, franchayzing kommunikatsiyasi va brendbuklarning strategik ahamiyati alohida tadqiq etilgan [2].

Mashhur marketing olimlari F. Kotler va K. Keller o'zlarining "Marketing Management" asarida brendni iste'molchining ongida mahsulot yoki kompaniyaga nisbatan shakllangan barqaror tasavvurlar va assotsiatsiyalar majmui sifatida izohlaydi. Ularning ta'kidlashicha, brend nafaqat nom yoki logotipdan iborat, balki iste'molchining tajribasi, hissiy munosabati va kompaniya bilan o'zaro aloqalari natijasida shakllanadigan murakkab tizimdir. Mualliflar brend identitetini brend strategiyasining asosiy elementi sifatida baholab, uni aniq va tizimli shaklda hujjatlashtirish zarurligini ta'kidlaydilar. Ushbu vazifani amalga oshirishda brendbuk muhim strategik vosita sifatida xizmat qiladi.

Brend imiji tushunchasi iste'molchi ongida shakllanadigan tasavvurlar va munosabatlar tizimini anglatadi. J. Kapferer (2008) "The New Strategic Brand Management" asarida brend imijining shakllanishida vizual identifikatsiya elementlari, brend qadriyatlari, kommunikatsiya uslubi va kompaniya madaniyati hal qiluvchi rol o'ynashini asoslab bergan. Muallif tomonidan ishlab chiqilgan "Brend identiteti prizmasi" modeli brendning oltita asosiy tarkibiy elementini – fizik atributlar, brend shaxsiyati, madaniyat, munosabatlar, aks ettirish va o'zini identifikatsiya qilish kabi komponentlarni o'z ichiga oladi. Ushbu elementlarning izchil va yagona tizimda ifodalanishi brendbuk orqali ta'minlanadi.

D. Aaker brend kapitali (brand equity) konsepsiyasini rivojlantirib, uning asosiy tarkibiy qismlariga brend xabardorligi, brend assotsiatsiyalari, qabul qilingan sifat darajasi va iste'molchi sadoqatini kiritadi. Olimning fikricha, mazkur elementlarning samarali shakllanishi brendning yagona kommunikatsion va vizual standartlari mavjudligiga bog'liq. Shu sababli, kompaniyalar o'z brendlarini professional darajada boshqarish uchun vizual va kommunikatsion standartlarni o'z ichiga olgan strategik hujjatlarga, xususan, brendbuklarga ega bo'lishi zarur.

Brend identitetini yaratish va boshqarish masalalari L. Wheeler (2017) tomonidan ham keng o'rganilgan. Uning "Designing Brand Identity" asarida brendbuk zamonaviy brend boshqaruvining ajralmas elementi sifatida baholanadi. Muallif brendbukni nafaqat dizayn vositasi, balki strategik boshqaruv, marketing kommunikatsiyasi va investitsion jozibadorlikni oshirishga xizmat qiluvchi muhim hujjat sifatida talqin qiladi. Wheelerning ta'kidlashicha, brendbuk tarkibiga brend qadriyatlari, vizual identifikatsiya elementlari, kommunikatsiya uslubi, auditoriya bilan o'zaro aloqalar tamoyillari va raqamli platformalarda foydalanish standartlari kiritilishi lozim.

Xalqaro franchayzing kompaniyalari amaliyoti ham brendbuklarning strategik ahamiyatini tasdiqlaydi. Xususan, McDonald's, KFC, IKEA va Nike kabi global kompaniyalar brendbuklardan franchayzing tarmog'ida yagona standartlarni ta'minlash vositasi sifatida foydalanadi. Ushbu yondashuv brendning turli mamlakatlarda bir xil sifat va imij asosida namoyon bo'lishini ta'minlaydi hamda iste'molchilar ishonchini mustahkamlaydi [3].

Brendlarni xalqaro bozorlarga moslashtirish jarayonida brendbuklarning lokalizatsiya qilinishi ham muhim ahamiyatga ega. Boyko va Pilipenko (2020) o'z tadqiqotlarida transmilliy kompaniyalar brendbuklarini mahalliy madaniy xususiyatlar, iste'molchi xulq-atvori va kommunikatsiya an'analarini hisobga olgan holda moslashtirishini ta'kidlaydi. Ushbu yondashuv marketing nazariyasida "glokalizatsiya" tamoyili sifatida izohlanadi. Kotler va Dubois (2010) glokalizatsiyani global strategiyalarni mahalliy sharoitlarga moslashtirish orqali amalga oshiriladigan samarali marketing yondashuvi sifatida tavsiflaydi.

Brendbuklarning dizayn jihatlari ham ilmiy adabiyotlarda alohida o'rganilgan. Millman (2011) "Brand Bible" asarida professional brend identitetini shakllantirishda vizual elementlarning uyg'unligi va izchilligi muhim ekanligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, logotip, ranglar palitrasi, shriftlar va grafik elementlar brend qadriyatlariga mos holda ishlab chiqilishi va yagona konsepsiyaga asoslanishi lozim.



Raqamli marketing texnologiyalarining rivojlanishi brendbuklarning yangi, interaktiv formatlarini yaratish zaruratini yuzaga keltirdi. Kasperskaya (2022) raqamli brendbuklar kompaniyalarning turli raqamli platformalarda yagona kommunikatsiya uslubini ta'minlashda samarali vosita ekanligini ta'kidlaydi. Bu yondashuv franchayzing tizimi uchun ayniqsa muhim bo'lib, turli hududlardagi franchayzilar faoliyatini yagona standartlar asosida tashkil etish imkonini beradi.

Chow va Chan (2018) tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlar natijalari ham brendbuklarning franchayzing tizimi samaradorligiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini tasdiqlaydi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, brendbuk mavjud bo'lgan franchayzing kompaniyalarida brendga bo'lgan ishonch darajasi yuqori, operatsion faoliyatda izchillik va samaradorlik darajasi esa barqarorroq bo'lishi aniqlangan.

Yuqoridagi ilmiy manbalar tahlili shuni ko'rsatadiki, brendbuklar zamonaviy marketing boshqaruvi, franchayzing tizimi samaradorligi va brendning xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim strategik vosita hisoblanadi. Brendbuk brend identitetining barcha elementlarini yagona tizimda birlashtirib, kompaniya faoliyatining izchil va samarali amalga oshirilishini ta'minlaydi. Shu nuqtai nazardan, O'zbekiston franchayzing kompaniyalari uchun xalqaro standartlarga mos, zamonaviy va raqamli formatdagi brendbuklarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish muhim ilmiy va amaliy ahamiyatga ega hisoblanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotning metodologik asoslari mavzuning murakkab va ko'p qirrali xususiyatini hisobga olgan holda zamonaviy ilmiy yondashuvlarga tayanadi. Xususan, franchayzing tizimi, brend identifikatsiyasi, marketing kommunikatsiyalari, iste'molchi xulq-atvori va brend imijini boshqarish bo'yicha nazariy konsepsiyalar hamda amaliy tahliliy usullar o'zaro uyg'unlashtirildi. Ushbu metodologik yondashuv tadqiqot maqsadlariga erishish, o'rganilayotgan jarayonlarni obyektiv baholash hamda zamonaviy brendbuklarni ishlab chiqish bo'yicha ilmiy asoslangan takliflar shakllantirish imkonini berdi.

Tadqiqotning nazariy-uslubiy asosini klassik va zamonaviy marketing nazariyalari tashkil etadi. Jumladan, Kotler va Keller tomonidan ishlab chiqilgan marketing boshqaruvi konsepsiyasi, Aakerning brend kapitali modeli, Kapfererning brend identiteti prizmasi, Wheelerning brend identitetini loyihalashga oid yondashuvlari, shuningdek Boyko va Kasperskaya tomonidan taklif etilgan zamonaviy brendbuk strukturasi va raqamli kommunikatsiya konsepsiyalari tahlil qilindi. Mazkur nazariy yondashuvlar brendning tarkibiy elementlari, ularning o'zaro bog'liqligi hamda franchayzing tizimida brend imijini shakllantirishdagi rolini aniqlashga xizmat qildi. Shu asosda brendbuklar franchayzing kompaniyalarining xalqaro bozorlardagi vizual va kommunikatsion barqarorligini ta'minlovchi strategik vosita sifatida baholandi.

Tadqiqotda kompleks yondashuv tamoyili asosida bir nechta tahliliy metodlar qo'llanildi. Xususan, kontent-tahlil, komparativ tahlil, ekspert baholash usuli, SWOT-tahlil, matnli kodlash va vizual dizayn tahlili metodlaridan foydalanildi. Kontent-tahlil yordamida xalqaro kompaniyalarning rasmiy brendbuklari o'rganilib, ularning tuzilmasi, vizual identifikatsiya elementlari, kommunikatsiya uslublari va strategik pozitsiyalash tamoyillari tahlil qilindi. Olingan natijalar O'zbekiston franchayzing kompaniyalarining mavjud marketing materiallari bilan solishtirildi. Mazkur taqqoslash milliy brendlarning vizual identifikatsiyasi, kommunikatsiya strategiyasi va brend qadriyatlarini ifodalash darajasini aniqlash imkonini berdi.

Empirik ma'lumotlarni to'plash maqsadida ekspert baholash usuli ham qo'llanildi. Tadqiqot doirasida marketing, grafik dizayn va brend menejmenti sohasida faoliyat yurituvchi 20 nafar mutaxassis ishtirokida yarim tuzilgan intervyular o'tkazildi. Intervyular natijasida brendbuk yaratish jarayonining amaliy jihatlarini, uni ishlab chiqish va joriy etish bilan bog'liq muhim omillar hamda rivojlanish istiqbollari aniqlandi. Olingan ma'lumotlar matnli kodlash usuli yordamida tizimlashtirildi va asosiy tematik yo'nalishlar bo'yicha guruhlandi. Ushbu yondashuv nazariy xulosalarni amaliy ma'lumotlar bilan boyitish imkonini berdi.

Komparativ tahlil doirasida xalqaro kompaniyalar, jumladan Starbucks, IKEA, KFC, Adidas, Apple, Lush va Nike brendlarning vizual identifikatsiya tizimi hamda brendbuk elementlari O'zbekistonning Choyxona №1, Magic Burger, Siyoma, Breadly, Shohsaroy, Amore, Sardoba Ice Cream, Dobro, Termez Café va Sunberry kabi franchayzing kompaniyalarining marketing materiallari bilan taqqoslab o'rganildi. Tahlil jarayonida maxsus ishlab chiqilgan baholash mezonlari asosida brendning asosiy elementlari, jumladan logotip, ranglar palitrasi, brend qadriyatlarini, kommunikatsiya uslubi, raqamli marketing strategiyasi, tipografik standartlar, brend ovozi (tone of voice), kontent siyosati, maqsadli auditoriya identifikatsiyasi va ijtimoiy mas'uliyat elementlari baholandi [5].

Shuningdek, SWOT-tahlil metodikasi asosida brendbuklarni ishlab chiqish va joriy etish jarayonining kuchli va rivojlantirish imkoniyatiga ega jihatlarini, shuningdek, istiqboldagi imkoniyatlarni tizimli ravishda tahlil qilindi. Mazkur tahlil orqali brendbuklarning xalqaro bozorlarda brend imijini mustahkamlash, marketing kommunikatsiyalarining izchilligini ta'minlash, iste'molchilar bilan samarali aloqalarni rivojlantirish hamda brendning raqobatbardoshligini oshirishdagi ahamiyati aniqlandi.



Tadqiqot natijalarining ishonchliligini ta'minlash maqsadida ilmiy maqolalar, monografiyalar, xalqaro konferensiya materiallari va amaliy qo'llanmalar tizimli tahlil qilindi. Bundan tashqari, Google Trends, Brandirectory va FranchiseInfo.uz kabi ochiq axborot manbalaridan foydalanilib, franchayzing kompaniyalarining brend tan olinishi, raqamli faolligi va iste'molchilar bilan kommunikatsiya samaradorligi bo'yicha qo'shimcha ma'lumotlar o'rganildi [6].

Umuman olganda, mazkur tadqiqot metodologiyasi tizimli, kompleks va integratsiyalashgan yondashuvga asoslangan bo'lib, brendbuklarni ishlab chiqishning nazariy va amaliy jihatlarini chuqur o'rganish imkonini berdi. Ushbu metodologik yondashuv asosida franchayzing kompaniyalarining brend boshqaruvi jarayonidagi muhim omillar aniqlanib, milliy brendlarning xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish va ularning barqaror rivojlanishini ta'minlashga qaratilgan ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekiston franchayzing brendlarining xorijiy bozorlardagi pozitsiyasini baholash, ularning marketing kommunikatsiyalari darajasi hamda brend identifikatsiyasi holatini chuqur tahlil qilish natijasida muhim ilmiy va amaliy natijalarga erishildi. Olingan natijalar, bir tomondan, milliy franchayzing subyektlarining amaldagi holatini obyektiv baholash imkonini bergan bo'lsa, ikkinchi tomondan, zamonaviy brendbuklarni ishlab chiqish va joriy etishning strategik ahamiyatini ilmiy jihatdan asoslashga xizmat qildi. Tahlillar davomida franchayzing brendlarining xalqaro bozorlardagi kommunikatsiya strategiyasi, vizual identifikatsiyasi va brend imijini boshqarish darajasida rivojlanish imkoniyatlari mavjudligi aniqlandi.

Tadqiqotning dastlabki bosqichida 10 ta xalqaro va 10 ta milliy franchayzing brendlarining brendbuk mavjudligi, ularning tuzilmasi, kommunikatsion strategiyalari va vizual identifikatsiya darajasi kontent-tahlil asosida o'rganildi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, xalqaro franchayzing kompaniyalarining barchasida (100%) to'liq ishlab chiqilgan va tizimlashtirilgan brendbuklar mavjud bo'lib, ular brendning strategik, vizual va kommunikatsion elementlarini kompleks tarzda qamrab oladi. O'zbekiston franchayzing brendlarining taxminan 20 foizida brendbuk elementlari mavjud bo'lib, ular asosan vizual identifikatsiya komponentlari, jumladan logotip, ranglar palitrasi va tipografik standartlarni o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, ushbu hujjatlarda brend qadriyatlar, kommunikatsiya strategiyasi, auditoriya bilan o'zaro aloqalar va raqamli marketing yondashuvlari kabi muhim strategik komponentlarni rivojlantirish imkoniyatlari mavjudligi aniqlandi. Bu holat milliy brendlar uchun brend boshqaruvining kompleks tizimini shakllantirish istiqbollari mavjudligini ko'rsatadi.

Ekspert intervyulari natijalari ham muhim ilmiy xulosalarni shakllantirish imkonini berdi. Marketing, dizayn va brend menejmenti sohasida faoliyat yurituvchi 20 nafar mutaxassis ishtirokida o'tkazilgan so'rov natijalariga ko'ra, respondentlarning 85 foizi brendbuk franchayzing tizimida muhim strategik vosita ekanligini ta'kidladi. Respondentlarning 60 foizi brendbuk elementlarini tizimli joriy etish vizual identifikatsiya izchilligini ta'minlash, marketing kommunikatsiyalarining samaradorligini oshirish va brendning yaxlitligini mustahkamlashga xizmat qilishini qayd etdi. Shuningdek, respondentlarning 70 foizi zamonaviy brendbuklar franchayzing kompaniyalarining xalqaro bozorlardagi hamkorlik imkoniyatlarini kengaytirish, xorijiy hamkorlar bilan o'zaro aloqalarni samarali tashkil etish va brendning investitsion jozibadorligini oshirishda muhim omil hisoblanishini e'tirof etdi [7].

Olingan natijalar asosida shuni ta'kidlash mumkinki, zamonaviy brendbuklarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish O'zbekiston franchayzing kompaniyalarining marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirish, brend identifikatsiyasini mustahkamlash va iste'molchilar bilan samarali aloqalarni yo'lga qo'yish uchun muhim strategik yo'nalish hisoblanadi. Shu asosda tadqiqot doirasida milliy franchayzing subyektlari uchun moslashtirilgan, modul tamoyiliga asoslangan va raqamli platformalarga integratsiya qilingan brendbuk modelini ishlab chiqish zarurligi asoslab berildi [8].

Tadqiqot natijalari zamonaviy marketing yondashuvlarini milliy franchayzing tizimiga integratsiya qilish muhimligini ham ko'rsatdi. Xususan, brendni xalqaro bozorlarda samarali pozitsiyalash uchun uning vizual identifikatsiyasi, kommunikatsiya strategiyasi, qadriyatlar va missiyasini o'z ichiga olgan kompleks boshqaruv tizimini shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Brend zamonaviy iqtisodiyot sharoitida nafaqat mahsulot yoki xizmat belgisi, balki iste'molchi ongida shakllanadigan barqaror tasavvurlar va ishonch omili sifatida namoyon bo'ladi. Shu sababli, brendbuk franchayzing kompaniyalari uchun strategik boshqaruv vositasi sifatida alohida ahamiyatga ega.

Muhokama jarayonida xalqaro tajribani milliy sharoitga moslashtirish imkoniyatlari ham tahlil qilindi. Xususan, zamonaviy raqamli texnologiyalar va dizayn platformalari, jumladan Canva, Figma va Adobe Express kabi vositalardan foydalanish orqali professional brend identifikatsiya tizimlarini yaratish imkoniyatlari kengayib borayotgani aniqlandi. Bu esa kichik va o'rta biznes subyektlari uchun ham zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanish imkonini yaratadi.



Shuningdek, brendbuklarning iste'molchilar bilan kommunikatsiyani rivojlantirishdagi roli ham alohida e'tirof etildi. Brendbuk kompaniyaning qadriyatlarini, missiyasi, rivojlanish strategiyasi va vizual identifikatsiyasini yagona tizimda aks ettirish orqali iste'molchilar bilan barqaror va ishonchli munosabatlarni shakllantirishga xizmat qiladi. Bu esa brendga nisbatan ijobiy munosabat va uzoq muddatli sodiqlikni shakllantirishda muhim omil hisoblanadi.

Tadqiqot natijalari brendbuklarni ishlab chiqishda globalizatsiya tamoyilining muhimligini ham tasdiqladi. Xalqaro bozorlarga chiqishda brend identifikatsiyasi global standartlarga mos bo'lishi bilan birga, mahalliy madaniy va ijtimoiy xususiyatlarni ham hisobga olishi zarur. Shu asosda milliy franchayzing kompaniyalari o'z brendbuklarini ishlab chiqishda universal strategik yondashuv bilan bir qatorda, mahalliy bozor xususiyatlariga moslashuvchan elementlarni ham inobatga olishlari maqsadga muvofiq hisoblanadi [5].

Umuman olganda, tadqiqot natijalari zamonaviy brendbuklarni ishlab chiqish va joriy etish O'zbekiston franchayzing kompaniyalarining xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish, marketing kommunikatsiyalarini takomillashtirish va brend boshqaruvi samaradorligini kuchaytirishda muhim strategik ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatdi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tadqiqot natijalari va xalqaro tajribalar tahlili shuni ko'rsatdiki, zamonaviy brendbuklar franchayzing tizimida nafaqat vizual identifikatsiya vositasi, balki brendni strategik boshqarish, marketing kommunikatsiyalarini muvofiqlashtirish va kompaniyaning xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini ta'minlashning muhim omili hisoblanadi. Brendbuklar orqali kompaniya o'zining qadriyatlarini, missiyasi, vizual konsepsiyasi va kommunikatsiya strategiyasini yagona tizim asosida ifodalash imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu esa brend imijining izchil shakllanishi, iste'molchilar ishonchining ortishi va franchayzing tarmog'ining samarali rivojlanishiga xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalari O'zbekiston franchayzing kompaniyalarida brend identifikatsiyasini boshqarish tizimini yanada rivojlantirish va zamonaviy marketing vositalarini keng joriy etish muhim ahamiyat kasb etishini ko'rsatdi. Xususan, modul tamoyiliga asoslangan, raqamli platformalarga integratsiya qilingan va strategik kommunikatsiya elementlarini o'z ichiga olgan brendbuklarni ishlab chiqish milliy brendlarning xalqaro bozorlardagi pozitsiyasini mustahkamlashga xizmat qiladi. Ushbu yondashuv franchayzing kompaniyalarining marketing faoliyatini tizimlashtirish, brend yaxlitligini ta'minlash va iste'molchilar bilan samarali kommunikatsiyani yo'lga qo'yish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

1. Franchayzing kompaniyalarida brend menejment tizimini rivojlantirish. Har bir franchayzing subyektida brendni strategik boshqarishga mas'ul bo'lgan alohida brend menejment bo'limini tashkil etish va uning faoliyatini marketing strategiyasi bilan integratsiya qilish maqsadga muvofiq.
2. Zamonaviy va kompleks brendbuklarni ishlab chiqish. Brendbuklar faqat vizual elementlarni emas, balki brend qadriyatlarini, kommunikatsiya strategiyasi, raqamli marketing siyosati, auditoriya bilan ishlash tamoyillari va brend pozitsiyalash elementlarini ham o'z ichiga olishi zarur.
3. Raqamli va interaktiv brendbuklardan foydalanishni kengaytirish. Brendbuklarni elektron, interaktiv va yangilanadigan formatda ishlab chiqish franchayzing tarmog'ining barcha ishtirokchilari uchun ulardan samarali foydalanish imkonini yaratadi.
4. Brendbuklarni muntazam ravishda takomillashtirib borish. Bozor sharoitlari, iste'molchi xulq-atvori va marketing texnologiyalaridagi o'zgarishlarni hisobga olgan holda brendbuklarni davriy ravishda yangilash zarur.
5. Malakali mutaxassislar tayyorlash tizimini rivojlantirish. Dizayn, brend menejmenti va raqamli marketing sohalarida faoliyat yurituvchi mutaxassislar uchun maxsus treninglar, seminarlar va malaka oshirish dasturlarini tashkil etish maqsadga muvofiq.
6. Brend identifikatsiyasini xalqaro standartlarga moslashtirish. Milliy franchayzing kompaniyalari brendbuklarini ishlab chiqishda xalqaro marketing standartlari va ilg'or tajribalarni inobatga olishlari zarur.
7. Globalizatsiya tamoyiliga asoslangan brend strategiyasini joriy etish. Brendbuklar global standartlarga mos bo'lishi bilan birga, maqsadli xorijiy bozorlarning madaniy, ijtimoiy va kommunikatsion xususiyatlarini ham hisobga olishi lozim.
8. Davlat tomonidan institutsional qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini rivojlantirish. Eksportga yo'naltirilgan milliy brendlar uchun brendbuk ishlab chiqish, marketing strategiyasini takomillashtirish va xalqaro bozorlarga chiqish bo'yicha metodik va tashkiliy qo'llab-quvvatlash choralari kengaytirish maqsadga muvofiq.
9. Franchayzing kompaniyalarida yagona vizual kommunikatsiya standartlarini joriy etish. Bu franchayzing tarmog'ining barcha bo'g'inlarida brend yaxlitligini ta'minlash imkonini beradi.
10. Raqamli marketing va innovatsion texnologiyalardan foydalanishni kengaytirish. Zamonaviy dizayn platformalari va raqamli marketing vositalari asosida brend identifikatsiyasini rivojlantirish franchayzing kompaniyalarining marketing samaradorligini oshiradi.



Umuman olganda, zamonaviy brendbuklarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish O'zbekiston franchayzing kompaniyalarining xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish, milliy brendlarning ijobiy imijini shakllantirish va xizmatlar eksportini rivojlantirishda muhim strategik ahamiyat kasb etadi. Ushbu ilmiy tavsiyalarni amaliyotga joriy etish franchayzing tizimining samaradorligini oshirish, milliy brendlarning xalqaro miqyosda tan olinishi va ularning barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Aaker, D. A. (1996). Building Strong Brands. New York: Free Press. Available at: <https://www.amazon.com/Building-Strong-Brands-David-Aaker/dp/002900151X>
2. Boyko, I., & Pilipenko, T. (2020). Localization of brandbooks for international markets: Theoretical approaches and practical solutions. Marketing and Management of Innovations, 2, 100–110. <https://doi.org/10.21272/mmi.2020.2-08>
3. Chow, S., & Chan, C. (2018). Branding consistency in franchising: The importance of visual identity guidelines. Journal of Brand Management, 25(3), 210–225. <https://doi.org/10.1057/s41262-018-0094-4>
4. Kapferer, J.-N. (2008). The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term (4th ed.). London: Kogan Page. Available at: <https://koganpage.com/product/the-new-strategic-brand-management-9780749450854>
5. Kasperskaya, A. (2022). Digital brandbooks in global marketing communications. International Journal of Digital Marketing and Advertising, 6(1), 33–47. Available at: <https://www.inderscience.com/info/inarticle.php?artid=100400>
6. Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). Marketing Management (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited. Available at: <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/marketing-management/P200000003560/9781292092621>
7. Kotler, P., & Dubois, B. (2010). Marketing Management. Paris: Publi-Union.
8. Millman, D. (2011). Brand Bible: The Complete Guide to Building, Designing, and Sustaining Brands. Beverly, MA: Rockport Publishers. Available at: <https://www.amazon.com/Brand-Bible-Complete-Designing-Sustaining/dp/1592537260>



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2026. № 2

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos 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>
