

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2
0
2
4



No 4

- 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



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 1182 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 30-aprelda ruxsat etildi.

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Axmedov Sayfullo Normatovich i.f.n., professor, MIM akademiyasi rektori
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoirazimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

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

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



MUNDARIJA

Organizational Behavior and Leadership.....	12
Ibrokhim Gulomov	
Baliqchilikda klasterlarni tashkil etishning nazariy asoslari.....	20
Olim Murtazayev, Muydinov Olim Bekmuratovich	
Оценка состояния привлечения инвестиций в сферу туризма Узбекистана и механизмы управления	26
Арзиматов Бобирмирзо Зокирджон угли	
Biologik aktivlar buxgalteriya hisobni milliy va xalqaro standartlarga muvofiq takomillashtirish masalalari ...	29
Axmadaliyeva Zebo Abduxalimovna	
Aholi yashash joylarida yong'in risklarini bartaraf etish xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari.....	34
Aziz Zikriyoev	
O'zbekistonda ilmiy darajali kadrlar tayyorlash tizimi boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi va vazifalari.....	42
Beknaeva Shaxnoza Vladimirovna	
Mintaqaviy turizmning iqtisodiyot rivojlanishiga ta'siri (O'zbekiston turistik xizmatlar bozori misolida).....	47
D. B. O'roqova	
Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ko'paytirishning asosiy yo'llari.....	52
Ibrohimov Boburmirzo Baxtiyor o'g'li, Sayfiddinov Sarvarbek Anvarbek o'g'li	
Sanoat korxonalarining aksiyalar bozorida faoliyati tahlili: muammolar va yechimlar	57
Igitov Jurabek Kuzibekovich	
Qurilishda modernizatsiya va diversifikatsiya qilish asosida yangi ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish	65
Islamov Ozodjon	
Sanoat korxonalari innovatsion salohiyatini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish yo'llari.....	69
J. K. Boymurodov	
Mamlakatda yashil iqtisodiyotni rivojlantirish yo'nalishlari	74
Kadixodjayeva Nilufar Raxmatullayevna	
BlokchEYn texnologiyalari yordamida raqamli iqtisodiyotni o'zgartirish	79
Karabayev Rustam Zafarovich, Saitkamolov Muxammadxo'ja Sobirxo'ja o'g'li	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida zamonaviy mehnat bozorining rivojlanishi	86
Layli Mirzayeva	
Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishda investitsion resurslardan samarali foydalanish mexanizmlari.....	90
Luiza Komilovna Xaydarova	
Umumta'lim muassasalari sonining ekonometrik tahlilini pedagogik metodlar yordamida amalga oshirish....	95
Ravshanova Muhayyo Maxmanazarovna	
O'zbekiston tarixiy shaharlarida turistik faoliyati shakllanishi va ularni boshqarishning nazariy asoslari.....	100
Meliqulov G'ayrat Abdug'afforovich	
Iqtisodiy rivojlanish va ilmiy tadqiqot rivojlanishining havo ifloslanish darajasiga ta'siri	107
Murodullayev Kamoliddin Sherzod o'g'li, Sadibekova Bibisora Djapparovna, Turdiqulov Farrux Ravshanjon o'g'li	
Hududlarni rivojlantirish va "yashil iqtisodiyot"ni shakllantirishning ekologik muammolari.....	112
Maxkamov Saidafzal Saidkamol o'g'li, Yigitaliyeva Dilnavo Mansurjon qizi	
Ekoturizm obyektining tasniflanishi va alohida xususiyatlari	118
Qodirov Azizjon Anvarovich	
Mamlakatimiz oliy ta'lim tizimida sifat menejmentidan foydalanishning konseptual asoslari	123
Saidqulova Firuza Farmonovna	
Bo'lajak iqtisodchilarning kasbiy kompetensiyalari.....	127
Shukurova Marifat Xodjiakbar qizi	
Ta'limning bosqichlari va ularning inson kapitalini shakllantirishdagi ahamiyati	131
To'rayeva Hurriyat To'yqulovna	
Hududlarda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb etish dasturini amalga oshirishda marketingni rivojlantirish yo'llari.....	138
Xamidov O. X., Tojiyeva A. F.	
Investitsiyalar marketingining strategik aspektlari.....	145
Xodjamberdiyeva Dilnoza Bahtiyorovna	



Xorijiy investitsiyalarni jalb etishda investitsion muhit jozibadorligini oshirishga nazariy qarashlar	151
A. Bektemirov, A. A. Abdurahmonov	
Qishloq xo'jaligi raqobatbardoshligini oshirishning ilg'or xorij tajribasi	156
Abdulloev Asliddin Junaydullayevich, Ochilov Narzullo Fayzulloyevich	
Sanoat ishlab chiqarish tizimining investitsion xususiyatlari	161
Yodgorova Xalima To'liqinovna	
Turizm sohasi uchun yuqori malakali kadrlarni tayyorlashda davlat va xususiy sherikchilikning o'zaro bog'liqligi tahlili	167
Raxmatov Adxam Itolmasovich	
Mamlakatimizda turizm tashkilotlari faoliyatini qo'llab-quvvatlash maqsadida marketing instrumentlari orqali samarali tizim yaratish	171
Suyunova Kamilla Baxromovna	
Qishloq xo'jaligida agrokimyo xizmatlar ko'rsatishning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llari	175
Tabayev Azamat Zaripbayevich	
Yashil iqtisodiyotga investitsiyalarni jalb qilishni faollashtirish muammolari	180
Xomitov K. Z., Masharipova S. R.	
Considerations on the Problem of Illegal Migration and Human Trafficking	185
Azamatova Gulmira Bayirbekovna, Otarbayeva Guljan Kobeyevna	
Sustainable Development and Environmental Economics in Uzbekistan: A Focus on Carbon Pricing and Renewable Energy	188
Muhammadiyev Po'latjon Ilhomjon o'g'li, Urganbayeva Dilnoza Toxtasinovna	
The use of Digital Technologies in the Provision Of Utilities to the Population	194
Mamanazarov Oybek Shomurodovich, Inoyatova Durdona Shoxaydarovna, Alijonov Jamshid Alijon o'g'li	
The Current State of the Digital Economy in the Agrarian Sphere: Problems and Solutions	198
Babadjanov Abdirashid Musayevich	
Behavioral Theory of the Firm	203
Egamberdieva Oydin Abror qizi	
The Role of Information Technologies in Increasing the Capitalization of Commercial Banks	209
Egamova Makhfurat Esanovna	
Финансовые риски в исламском финансировании для внедрения в Республики Узбекистан	213
Абдуллоев Фуркат Олимджонович	
Совершенствование методологии экспертизы инвестиционных проектов	218
Бекимбетова Гулнора Маратовна	
Методические подходы к формированию механизмов стратегического управления развитием химической отрасли	225
Бибутова Шахло Саъдуллаевна	
Меры по снижению доли теневой экономики в стране	230
Махмудова Юлдузхон Бахромжон кизи, Сафаров Гиёсиддин Абдуллаевич ўғли	
Формирование национальной инновационной системы – одна из приоритетных задач повышения конкурентоспособности Республики Узбекистан	234
Н. М. Махмудов, А. А. Алиев, З. А. Мирзоев	
Мониторинг и анализ современного состояния и развития промышленности в Узбекистане	239
Назарова Раъно Рустамовна, Исмоилова Малика Дилшодовна	
Цифровая платформа как инструмент трансформации бизнес-процессов	245
Раупов Жамшид Рашидович	
Роль применения ключевых показателей эффективности труда на предприятиях	251
Рахматуллаева Шахноза Хамидовна	
Влияние цифровой трансформации на инвестиционную привлекательность Узбекистана	257
Саиткамолов Мухаммадхожа Сабирходжа угли, Маркабаева Жансая Айбек кызы	
Организация и координация методической помощи при управлении педагогическими кадрами	263
Хакимова Майя Юрьевна	
Интеграция узбекистана в мировое экономическое содружество путем унификации бухгалтерского учета на основе МСФО	268
Зарипова Саёхат Зафаровна	
Tijorat banklari tomonidan investitsiya loyihalarini moliyalashni rivojlantirish imkoniyatlari	273
Abduqodirova Ozoda Anvarjon qizi	
Tijorat banklari tomonidan jismoniy shaxslarga ajratilgan kreditlarning joriy tahlili	278
Abdusalomov Jaxongir O'ktam o'g'li	



Globallashuv sharoitida mamlakatimizda sug'urta bozorini raqamlashtirishning ahamiyati	284
Anvarova Z.	
The Role of Parents and Teachers in Promoting a Healthy Lifestyle in Children	288
Axtamov Djamshed Baxromovich	
A Study of the Importance of Green Economy in Uzbekistan Sustainable Economic Development and its Measurement Indicators in Relation to Environment	293
Ataniyazova Maksuda Baltayevna, Tairova Zarnigor Mammad qizi	
Konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobot tuzishning zarurligi.....	298
Avazov Ilxom Ravshanovich	
Foydani soliqqa tortish obyekti sifatidagi iqtisodiy tarkibi.....	303
Axrоров Zarif Oripovich	
Surxondaryo viloyatida aholining uy-joy bilan ta'minlanganlik darajasini tahlili.....	311
Ibragimov Qobil To'xtamishovich	
Review of Methodological Approaches to Enterprises Financial Condition Analysis.....	316
Ismailova Maxbuba Mirxalilovna	
Innovatsion rivojlanish sharoitida xizmat ko'rsatish sohasini tasniflanishining nazariy va ilmiy asoslari.....	321
Masharipova Manzura Alimbayevna	
Korxonalarda benchmarking strategiyalarini qo'llashning ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmlari.....	327
Narziyeva Dilafiruz Muxtorovna	
Davlat budjetining soliqsiz daromadlari shakllanishini takomillashtirish yo'llari.....	332
O'ktamova Nargiza Narzulla qizi	
Mamlakatimizda sanoat ishlab chiqarishi korxonalarining rivojlanish holati tahlili.....	336
Olimov Maqsudjon Komiljon o'g'li	
Moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobotni moliyaviy hisobotning xalqaro standartlar talablari asosida tuzish.	341
Pardayeva Zulfizar Alimovna	
Raqamlashtirish sharoitida qo'shma korxonasi faoliyatining tahlili.....	345
Rashidov Jamshid Xamidovich	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishida oilaviy tadbirkorlikning o'rni.....	350
Raximov Baxromjon Ibroximovich, Saloxiddinov Zuxriddin Nuriddin o'g'li	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatishning ilmiy asoslari.....	354
Suyunov Asror Baxtiyorovich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida telekommunikatsiya sohasini rivojlantirish ilmiy asoslari.....	358
Toshmatov Salohiddin Zayniddinovich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsiyalarni joriy etishning huquqiy masalalari	362
Turg'unov Saloxiddin Jamol o'g'li, Mirzayeva Mohidil Vohidovna	
Zamonaviy sharoitlarda korxonalarining moliyaviy baqarorligini yaxshilash masalalari	368
Usmanova Guljahon Ulug'bek qizi	
Franshizalarni jalb qilishda davlat boshqaruvi tizimida marketing tadqiqotlarining ahamiyati	373
Xodjayev Anvar Rasulovich	
Transport Decarbonization Strategy.....	379
Yarashova Vasila Kamalovna, Muradov Bekzod Xidirnazar ugli	
Temir yo'l transportida ishlab chiqarish faoliyatining iqtisodiy samaradorligini oshirish	384
Yermatova Dilnoza Axmadjonovna	
Iqtisodiyotda davlat ishtirokini qisqartirish va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari	389
Yuldashev Xusniddin Abdullayevich	
Issiqlik ta'minoti xizmatlarini ko'rsatish samaradorligi va sifatini baholash ko'rsatkichlari tizimi.....	392
Abdulaziz Abdumo'minovich Matro'ziyev	
Issiqlik ta'minoti xizmatlari sifatiga ta'sir etuvchi omillar va ularni baholash	396
Abdulaziz Abdumo'minovich Matro'ziyev	
Jismoniy shaxslarning mol-mulkiga soliq solishni takomillashtirish.....	401
Abdullayev Zafarjon Alijonovich, Zaydullayev Abduhabib Boliquil o'g'li	
Sug'urta tashkilotlarida hisob siyosatini ishlab chiqishning ahamiyati.....	406
Abduraimova Maftunaxon Axmatovna	
Bank risklarini boshqarishning xalqaro tajribalari.....	411
Abdurasulov Jaxongir Abduvaliyevich	
Tadbirkorlik subyektlari ijtimoiy ma'sulligini ta'minlash mexanizmining amal qilish darajasi.....	418
Bayisbayev Javlon Nurlanovich	



Qishloq aholisining qishloq xo'jaligida bilim va innovatsiyalarni o'zlashtirishiga ta'sir etuvchi omillarni iqtisodiy baholash (Samarqand viloyati misolida).....	423
Bozorova Lobar Nuralevna	
Направления совершенствования инновационных стратегий в деятельности промышленных предприятий	429
Дониерова Зухрабону Алишер кизи	
Mol-mulk solig'ining korxonalar faoliyatiga ta'siri.....	434
Qudiyarov Kishibay Ramatullayevich	
Banklar reytingini aniqlash va barqarorligini ta'minlashning ustuvor yo'nalishlari.....	440
Maxmudov Omon Tuxtayevich	
Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida tijorat banklarining aktiv va passiv operatsiyalarini innovatsion usullar orqali boshqarishni takomillashtirish	444
Mo'minova Ma'suda Baxtiyarovna	
Auditorlik tekshiruvini dasturiy ta'minot asosida tashkil etish: muammo va yechimlar.....	449
Nazarova Kamola Sattoral qizi	
Ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirishning davlat tomonidan tartibga solish konsepsiyasi.....	455
Normurodov Xusan Eshmaxmatovich	
O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ahamiyati hamda uni rivojlantirish istiqbollari	462
Nurullayeva Shaxnoza, Saydullayeva Saodat	
Tijorat banklari inson kapitali samaradorligini baholashda KPI ko'rsatkichlaridan foydalanish mexanizmlari	469
Turaeva Mastura Kurbanovna	
Сущность и особенности инвестиционно-строительного процесса	473
А. Бектемиров, Б.М.Абдувалиев	
Tijorat banklarida muammoli kreditlarni boshqarishning dolzarb masalalari.....	480
Saidov Hayotjon Raxmatulloyevich	
Tijorat banklarida kredit operatsiyalari hisobini takomillashtirish.....	484
Sa'dullayeva Asalxon Muzaffarovna	
Ko'p tarmoqli fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshlikni baholash usullari	487
Abdulloyev Asliddin Junaydullayevich, Teshayev Mirolim Djumayevich	
Tadbirkorlik subyektlarida soliq yukini optimallashtirish mexanizmi	492
To'xsanov Qudratillo Nozimovich	
Davlat sektorida ichki audit tadbirlarini umumiy rejalashtirish	497
Xamidova Z. U.	
Aholi moliyaviy savodxonligini oshirish va uning ahamiyati	503
Xudayarova Xurshida Abdunazarovna	
Kambag'allikni qisqartirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi.....	507
Xudoyberdiyev Jamshid Juraboy o'g'li	
Oliy ta'lim muassasalarida buxgalteriya hisobi va ichki auditni takomillashtirish.....	513
Shaymatova Nargiza Ashurovna	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida sug'urta xizmatlari.....	518
Shodmonova Odina G'ofur qizi	
Fuqarolar davlat pensiya ta'minoti tizimining amaldagi holati tahlili.....	522
Sholdarov Dilshod Azimiddin o'g'li	
Aholiga bank xizmatlari ko'rsatishning ijtimoiy ahamiyati	527
Eldor Uskanov	
Innovatsion boshqaruvning ilg'or xorijiy tajribalari	532
Yusupova Jamila Karamatdinovna	
Neft-gaz korxonalari moliyaviy-iqtisodiy faoliyati natijalari tahlili ("O'ZBEKNEFTGAZ" AJ misolida)	536
Umurzoqov Jamoliddin Sherbekovich	
Korxonalarda savdo marketing faoliyati samaradorligini baholash.....	543
Sobirov Azizbek Avzbekovich	
Moliyaviy firibgarliklarga qarshi kurashishda raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari.....	550
Gadaev Ismat Yadgarovich	
Hududlarda islom iqtisodiyoti tamoyillari asosida amalga oshirilgan investitsion loyihalar: to'siqlar va yechimlar	553
Irgasheva Gulbahor Sodiqovna	



O'zbekistonda investitsiyalardan samarali foydalanish asosida oziq-ovqat sanoati samaradorligini oshirish yo'llari	556
Kobilova Nasiba Xurramovna	
Foreign Economic Relations as a Factor of Effective Functioning of the Economy	563
Bakhodurova Sulkhiya Azizkhodjaevna, Li Marina Rudolfovna, Mukhtarova Donata Ravshanbekovna, Romashkin Roman Anatolyevich	
Modern Approaches to the Organization and Development of the Consumer Services Market	568
Musyeva Shoirazimovna	
Ishlab chiqarish siklini qisqartirishning iqtisodiy samaradorligi.....	572
Odina Nabiyeva Tuychiyeva, Nazarova Latofat Toirjon qizi	
Asalarichilik mahsulotlari bozorida marketing strategiyasini amalga oshirish.....	577
Rashidova Xadicha Tursunalievna	
Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida bank faoliyatini iqtisodiy-matematik modelashtirish yo'llari	583
Raxmanov Mexridin Sindarovich	
Korporativ boshqaruv amaliyoti bo'yicha hisobot tuzish bo'yicha xorijiy tajriba	588
Tashmatov Rustam Xusanovich	
Iqtisodiyotda davlat ishtirokini qisqartirish va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari	594
Yuldashev Xusniddin Abdullayevich	
Iqtisodiyotda turizm o'rnini statistik baholash uslubiyoti.....	597
Zilola Jumanova	
Финансовые риски в исламском финансировании для внедрения в Республики Узбекистан	604
Абдуллоев Фуркат Олимджонович	
Блокчейн-технология и информационная безопасность в цифровой экономике Узбекистана.....	609
Кадиров Алишер Исмаилович	
Цифровая платформа как инструмент трансформации бизнес-процессов	613
Раупов Жамшид Рашидович	
O'zbekistonda zamonaviy kabel va sim mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar faoliyatiga nazar	619
Rashidova Odina Olimjon qizi	
Современные тенденции развития валютных отношений в Узбекистане	624
Камалов Камоладдин Кахрамонович	
Sug'urta sohasining O'zbekiston iqtisodiyotidagi o'rni.....	628
Sharobiddinov Akramjon Goyibbayevich	
Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishning xorij tajribasi va undan O'zbekistonda foydalanish yo'nalishlari	632
Fayziyeva Aziza Azamat qizi	
Modeling the Stackelberg strategy in a linear model (linear city) Hotelling.....	637
Musayeva Shaira Azimovna, Usmonova Dilfuza Ilkhomovna	
Mulkning kapitallashuvi darajasini iqtisodiy jihatdan amalga oshirish samaradorligini baholash uslublari.....	646
Norboyev Odil Abrayevich	
Tijorat banklarining kredit portfelini amaliy holati va ekonometrik tahlillari: atb "Aloqabank" misolida.....	651
Norov Akmal Ruzimamatovich, Norova Nozima Nabiyeva	
O'zbekistonda "yashil iqtisodiyot" muhitida kreditlash va moliyalashtirish imkoniyatlari	656
Taxir Urkinbayev	
Budjet tashkilotlarida ichki nazorat tizimini tashkil qilishning xususiyatlari.....	660
Abduraxmanov Ramazon Abdullayevich	
Chinese Commercial Banks Experience in Asset Diversification	665
Uktamova Nozima Narzulla kizi	
Sanoat taraqqiyotida ishlab chiqarish korxonalarini ustuvor rivojlantirish istiqbollari	669
Yadgarov Akram Akbarovich	
Анализ деятельности коммерческих банков Узбекистана по кредитованию физических лиц.....	675
Базарова Нигора Равшановна	
Mahalliy va xorijiy investitsiyalarni jalb etishning innovatsion jarayonlarga ta'sirini baholash.....	686
Bobobekov Ergash Abdumalikovich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsiyalarning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llari	691
Kuziyeva Nargiza Ramzanovna, Xusanov Faxriddin Jamoliddin o'g'li	
Tashqi mehnat migratsiyasi.....	696
O. N. Djurayev	



Raqamli iqtisodiyotda sanoat tarmog'ining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishini baholash	701
Otaboyeva Dildora	
Nobank kredit tashkilotlarining moliyaviy xizmatlari sifatini oshirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi	707
Raimov Xurshid Muxtorovich	
Tijorat banklarida moliyaviy injiniringni qo'llash istiqbollari	713
Saipnazarov Sherbek Shaylavbekovich	
O'zbekiston Respublikasi moliya bozorida tijorat banklari faoliyati: muammo va yechimlar	718
Toymuxamedov Ibroxim Rixsiboevich, Jumaev Islombek Akram o'g'li	
Agrar ta'lim tizimida boshqaruv samaradorligini oshirish yo'llari	725
Boltayev Nurali Shiramatovich, Beglayev Uchqun Xurramovich, Abdiyev Izzat Risqiboyevich	
O'zini o'zi band qilgan shaxslardan olinadigan soliqlarni takomillashtirish orqali yashirin iqtisodiyotni jilovlash masalalari	733
Davranov Iskandar Jumayevich	
Iqtisodiy konsentratsiyalarni tartibga solish va nazorat qilishni takomillashtirish	740
Luqmanov Sharifxon A'zam o'g'li	
Role of Private and Public Kindergartens in Early Childhood Development	746
Makhmudova Munisakhon Abbos qizi	
"Yashil" enegriya quvvatlarini barpo etish iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash asosi sifatida	751
Muminova Elnoraxon Abdurakimovna, Umarova Dilnoza Oybek qizi	
Xo'jalik yurituvchi subyektlarda CVP-tahlilni tashkil etishning muammoli jihatlarini	756
Qlichev Baxtiyor Pardayevich	
Korxonada likvidlik riskini minimallashtirish orqali uning moliyaviy barqarorligini saqlab qolish	761
Latipova Shaxnoza Maxmudovna	
Развитие международных торгово-экономических связей Республики Узбекистан	768
Ким Татьяна Валерьевна, Гофуржонова Шахрибону Бахромжон кизи	
Kapital qurilishni boshqarish samaradorligini oshirishning dolzarb masalalari	776
A. Bektemirov, M. U. Sarimsoqov	
O'zbekiston mehnat bozorida yoshlarning ish bilan bandlik darajasini oshirish	782
Mambetjanov Qahramon Qurbandurdiyevich, Bahromov Shahzod Fazliddinovich	
Роль имиджа в улучшении инвестиционной привлекательности высших учебных заведений	789
Жанзаков Бекзот, Жонузоков Мирзабек	
Innovatsion kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha xorij tajribasi va uni mamlakat iqtisodiyotida qo'llash imkoniyati	797
Toshaliyeva Saodat Toxirovna, Eshqulova Dilorom Abduravupovna	
Перспективы развития банковского сектора в Узбекистане для иностранных туристов	804
Муминов Шахзод Низомидинович, Каримова Азиза Махомадризовна	
Innovatsion faoliyat moliyaviy modellari va mexanizmlarini rivojlantirishning konseptual asoslari	808
Ruzibayeva Nargiza Xakimovna	
Qishloq xo'jaligi tarmoqlarini innovatsion rivojlantirish bo'yicha xorijiy tajribalar va ulardan respublikamizda samarali foydalanish yo'llari	816
Ishniyazov Baxrom Normamatovich	
Turistik xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari va marketing tadqiqotlari	821
Berdiqulova Iroda Rayimqulovna	
Qoraqalpog'iston qishloq xo'jaligi: asosiy muammolar va rivojlanishining ustuvor yo'nalishlari	825
Yeshimbetov Uktamjon Xudaybergenovich	
Iqtisodiyotning erkinlashtirilishi sharoitlarida kichik biznes sektori rivojlanishining imkoniyatlari	834
Botirova R. A., Sirojiddinov I. Q.	
Kriptovalyuta va blokcheyn tadqiqotlari: tendensiyalar va istiqbollari	837
Berdiqulov Jurabek	
Bank risklarni monitoring qilish tizimini takomillashtirish	839
Hamroyev Sherzod Axtamovich	
O'zbekiston hududlariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda ko'p qavatli "yashil" fermer xo'jaliklarini tashkil etishning ahamiyati	845
Turdimuratova Aziza Alisherovna	
Surxondaryo viloyatining mahalliy budjet daromadlarini oshirish yo'llari va uni arima modeli asosida prognozlash	848
Abdunazarova Shahnoza Norqo'chqor qizi	



Qishloq xo'jaligi tarmog'ining mamlakat iqtisodiyotidagi o'rni va undagi tarkibiy o'zgarishlarni statistik baholash.....	858
Zakirova Umida Maxamadaminovna	
O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati	865
Pardayev Jamshid Muzaffarovich	
Turizm bozorini rivojlantirishda mehnat bozorining tutgan o'rni va ahamiyati	874
Berdikulova Iroda Rayimqulovna, Berdikulov Jurabek	
Проблемы расчета определения и планирования прибыли предприятий в условиях модернизации экономики	878
Алиева С. С.	
Роль применения информационных технологий "BLOCKCHAIN" в совершенствовании системы бухгалтерского учета Республики Узбекистан.....	883
Холбеков Расул Олимович	
Sanatoriy-sog'lomlashtirish muassasasida ichki audit qanday amalga oshiriladi: usullari	888
Shafkarov Faxriddin Xudayberdievich	
Tashqi savdo operatsiyalarining yagona elektron axborot tizimida umidsiz qarzdorlik masalasi	894
Tashmuxe'dov Dilmirod Mirabzalovich	
Принципы формирования отчета о финансовых результатах в национальной и зарубежной практике.....	899
Эргашева Шахло Тургуновна	
Xalqaro raqamli integratsiyaning O'zbekiston an'anaviy banklarning raqobat muhitiga ta'siri	909
Abdujabbarov Abdurasul Abdurashid o'g'li	
O'zbekistonda turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish: muammolar va strategiyalar.....	917
Eshmurodov Rustam Sayfiddin o'g'li	
Yoshlar turizmini rivojlantirishda ommaviy va alternativ turizmning o'rni hamda volontyorlikning xususiyatlari.....	920
Allayor Norboyev Ismoilovich	
Parrandachilik statistikasi ko'rsatkichlar tizimini shakllantirishning nazariy asoslari.....	924
Bobomuratov Imomqul Islamovich	
Iqtisodiyotda kambag'allik darajasini qisqartirishda moliya bozori instrumentlaridan foydalanish imkoniyatlari.....	929
Shaxnoza Qobilova	
Sohibqiron Amir Temur va Adam Smitning soliqlarga bo'lgan qarashlarining xususiyatlari to'g'risidagi fikrlar	934
Alimov Iloxomjon Ikromovich	
O'zbekiston Respublikasida zamonaviy bank xizmatlarinin rivojlantirish istiqbollari (O'ZMILLIYBANK AJ misolida)	940
Kadirov Laziz	
Milliy barqaror rivojlanish sohasidagi maqsad va vazifalarni amalga oshirishda iqtisodiy indikatorlar tahlili .	943
Xoshimov Sobir Murtazayevich	
The Role of Artificial Intelligence in Digital Transformation.....	947
Raimjonova Madina Asrarovna	
Tadbirkorlikda innovatsion faoliyatni moliyalashtirish masalalari	951
Otaxanov Sardorbek Maxammadali o'g'li	
Tadbirkorlik faoliyati samarasini oshirishda iqtisodiyotni rivojlantirishning strategik yo'nalishlari	954
I. M. Kamoliddinov, Sodiqov Maqsudjon Abdulolimovich	
Tadbirkorlik subyektlarini soliq mexanizmi orqali rivojlantirish masalalari.....	957
Akbarov Akramjon Ibroximjonovich	
Yashil investitsiya samaradorligini oshirish masalalari.....	961
Ibrohimov Muhammadjon Abdullajanovich	
Yengil sanoat korxonalarini rivojlantirish va eksport imkoniyatlarini oshirish yo'llari	964
K. M. Umarmuklov	
"Yashil" iqtisodiyotni rivojlantirishda tadbirkorlik faoliyati va uning hissasini oshirish masalalari	968
G. T. Mamajanova	
Kichik biznes faoliyatini qo'llab-quvvatlashda mahalliy boshqaruv bilan mushtarak jihatlarining o'ziga xos xususiyatlari	972
Ubaydullayev Akmal Tulkinboyevich	



Aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlashning tashkiliy-huquqiy asoslarini takomillashtirish masalalari.....	978
Tursunov Abdulla Qoraboshevich	
Институциональные концепции устойчивого развития в рамках стратегического управления экономикой региона.....	982
Сеитова Лейла Пулатовна	
Hududlarda turistik destinatsiyalarni majmuaviy rivojlantirishda raqobatbardoshlik strategiyasini takomillashtirish istiqbollari.....	990
Mirzayev Abdullajon Topilovich	
Современное состояние развитие системы железнодорожного транспорта.....	994
Саримсакова Малохат Хикматуллаевна	
Relevance of Benchmarking in Industrial Enterprises.....	997
Uktamjonova Zulayxo Anvarjon qizi	
Aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlashning tashkiliy-huquqiy asoslarini takomillashtirish masalalari.....	1002
Tursunov Abdulla Qoraboshevich	
Maktabgacha ta'lim tashkilotlarida davlat xususiy sheriklik asosida byudjetdan ajratilayotgan mablag'larning holati tahlili.....	1006
Xalilova Sh. G'.	
Направления обеспечения конкурентоспособности во внешнеэкономических связях.....	1009
Ахмедов Икром Акрамович	
O'zbekistonda natijaga yo'naltirilgan budjetlashtirish mexanizmini rivojlantirish.....	1023
Primova Nigora Ikrom qizi	
Kichik biznes korxonalarida B2B bozorini tizimli tashkil etishning uslubiy jihatlari.....	1030
Zakirova Gulnoza Qudratovna	
Current Trends in Agrotourism in Uzbekistan: Demand, Needs, and Motives of Agritourists.....	1034
Iroda Abdieva Gayrat kizi	
Современное состояние достойного труда специалистов транспорта в условиях цифровизации.....	1039
Абдуллаева Нигора Шамсиддиновна	
Обоснование методов оценки совершенствования конкурентоспособности предприятий легкой промышленности.....	1043
Тухтасинова Мухайё Мирзасултоновна	
Проблемные аспекты трансформации финансовой отчетности бизнеса юридических лиц.....	1049
Шин Инесса Олеговна	
Cross-Cultural Management is a Separate Field of Science and Discipline.....	1055
Umarova Zulaykho, Rakhmanova Zilola	
Tadbirkorlik subyektlarida xalqaro sifat standartlarini joriy etish tahlili.....	1058
Oqboyev Alisher Rasuljanovich	
O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznesning o'rni.....	1062
Jo'rayev Ilhomjon Kamolidinovich	
Iqtisodiy inqiroz davrida kredit xizmatlari bozorini davlat tomonidan tartibga solishning xorijiy modellari....	1066
Kurbonov Rustam Radjabovich	
Raqamli transformatsiya konsepsiyalari va uning ahamiyati.....	1071
Abdurahmonov Abdumalik Abdurashidovich	
O'zbekistonda maktabgacha ta'lim tashkilotlarini davlat-xususiy sheriklik asosida moliyalashtirishning istiqbollari.....	1078
Xalilova Shoxsanam G'ayrat qizi	
"EIZ" hududida soliq va bojxona rejimlari uchun imtiyozlarni tahlil qilish.....	1083
Xusanov Durbek Nishonovich, Djurayeva Iroda Bahrom qizi	
Mamlakatimizda qishloq xo'jaligini lizing asosida moliyalashtirish istiqbollari.....	1087
Aliqulov Mehmonali Salahiddin o'g'li	
Iqtisodiyotni rivojlantirishda sun'iy texnologiyalarning o'rni.....	1092
Xonova Nodira Fazliddinovna	
O'zbekistonning investitsiya muhiti jozibadorligini oshirish yo'llari.....	1097
Sotimov Yunusbek Turg'unboy o'g'li	
"Yashil" sanoat siyosatini yuritish zaruriyati: bozor nuqsonlaridan milliy xavfsizlikkacha.....	1102
Muqimov Sherali Axmadali o'g'li	
O'zbekiston to'qimachilik sanoatining hozirgi holati tahlili va rivojlantirish istiqbollari.....	1107
Madraximova Gulasal Ro'zimboy qizi	



Improving the Methodology of Econometric Analysis of the Efficiency of Financial Activity of Agricultural Agroclusters of Uzbekistan.....	1112
Ochilov Ilhom Sayitkulovich	
O'zbekistonda "Yashil" iqtisodiyotga o'tish va "Uglerod neytralligiga erishish" strategiyalarining ahamiyati	1120
Pulatov Dilshod Haqberdiyevich, Quliyev Ulug'bek Mirzayevich, Mamataliyev G'ayrat Chori o'g'li, Bazarov Shodi Abdirahmonovich	
Oziq-ovqat mahsulotlari brend qiymatini oshirishda marketing strategiyalari.....	1127
Xodjiyev Ibroxim Ikramovich	
Актуальные вопросы укрепления доверия населения к банковской системы Республики Узбекистан	1133
Рузибоева Нилуфар Тулкин кизи	
Hududlarda ijtimoiy-iqtisodiy nomutanosiblikni kamaytirish uchun mintaqaviy siyosat vositalarining xorijiy mamlakatlar tajribasi.....	1139
Normurodov Alibek Anvar o'g'li	
Mintaqa korxonalarining rivojlanish potensialini shakllantirishda innovatsion marketingning o'rni va mohiyati.....	1146
Axmedov Alim Babaniyazovich	
O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy jihatlarini tokomillashtirish yo'llari.....	1150
Samandarova Dilfuza Mansurovna	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida ishsizlikning iqtisodiy oqibatlari: mavjud muammolar va yechimlar.....	1157
Fatilloev Farrux Farhod o'g'li	
O'zbekiston Respublikasida qishloq xo'jaligi tarmog'iga ta'sir qiluvchi ko'rsatkichlarning iqtisodiy-statistik tahlili.....	1162
Zakirova Umida Maxamadaminovna	
Banklar tomonidan muammoli kreditlar bilan ishlash samaradorligini oshirish yo'llari ("Agrobank" ATB misolida).....	1171
Yusufov Xurshidjon Sharifovich	
Namangan viloyatida don va don mahsulotlari narxini shakllanishining bozor tadqiqoti.....	1176
Bahriddinov Jahongirbek Ravshanjon o'g'li	



OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BREND QIYMATINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARI

Xodjiyev Ibroxim Ikramovich

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Ijtimoiy himoya milliy agentligi Namangan viloyati boshqarmasi boshlig'i

Annotatsiya: Oziq-ovqat mahsulotlari brend qiymatini oshirishda marketing strategiyalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: brend, brend qiymati, innovatsion marketing, xalqaro brend, milliy brendlarni yaratish.

Abstract: Marketing strategies for increasing brand value of food products are highlighted.

Key words: brand, brand value, innovative marketing, international brand, creation of national brands.

Аннотация: Выделены маркетинговые стратегии повышения ценности бренда продовольственных товаров.

Ключевые слова: бренд, ценность бренда, инновационный маркетинг, международный бренд, создание национальных брендов.

1. KIRISH

Jahonning rivojlangan AQSH, Yaponiya, Xitoy, Yevropa Ittifoqi kabi mamlakatlari global oziq-ovqat mahsulotlari bozorda ustun mavqeyni ta'minlashning asosiy strategiyasi sifatida qo'shimcha qiymat yaratish manbai bo'lgan global brendlar yaratishga e'tibor qaratmoqda. Shuning uchun, xalqaro oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchi kompaniyalar tomonidan branding faoliyatini baholash, monitoringini amalga oshirish, brend strategiyalarini ishlab chiqish, jumladan, global brendlarni yaratishda innovatsion marketing strategiyalaridan foydalanish, xalqaro brend reytinglariga kirish asosida global brendlar bilan raqobatlasha oladigan mahalliy brendlar yaratish, raqamli marketingdan samarali foydalanish va ularni baholab borishning ilmiy-uslubiy asoslarini takomillashtirish yuzasidan amalga oshirilayotgan ilmiy tadqiqotlar ommalashmoqda.

O'zbekistondagi oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalarining milliy brendlarni yaratish va ularni global brendga aylantirish borasida yetarli tajribaga ega emasligi, ularning marketing faoliyatida yangi yondashuvlar, vositalar va brend konsepsiyalaridan foydalanishning ilmiy-metodologik ba'zasini kengaytirishni talab etmoqda. Shu munosabat bilan, mavjud budjet cheklolari va raqobat muhitining ta'sirini hisobga olgan holda, maksimal iste'molchi va qo'shimcha qiymatiga ega bo'lgan brendni rivojlantirish jarayonini samarali tashkil etish va brend qiymatini oshirib borishning nazariy va uslubiy yondashuvlarini ishlab chiqish kun tartibiga qo'yilgan. Ushbu xolatlar oziq-ovqat mahsulotlari brendini baholash metodologiyasini takomillashtirish va uni qiymatini oshirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar olib borishni taqozo etmoqda.

2. MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Oziq-ovqat ishlab chiqarish va uni marketing muammolarini hal etish, jumladan, oziq-ovqat mahsulotlari brendini shakllantirishni tadqiq qilishning ilmiy-nazariy jihatlarini ko'plab xorijlik olimlarning ishlanmalarida o'z aksini topgan. Bu borada Assel G.^[1], Churchill G.A., Brown T.J., Kotler Ph.^[2], Keller K.L., Setiawan I., Karatajaya H., Malhotra N.K., Kennedy D.^[3], Praet V.D.^[4], Salenbacher J. Traindl A.^[5], Trout J., Doyle P larning ilmiy ishlari mumtoz asarlarga aylangan. Ushbu uzoq xorij olimlari marketing, marketing strategiyasi va brendni shakllantirishga qo'shgan salmoqli hissasiga qaramay, oziq-ovqat mahsulotlarining brendini shakllantirish va uni baholab borishning ilmiy metodologik asoslari yaratilgan.

Mustaqil davlatlar hamdo'stligi mamlakatlarida bu borada Bagiyev G.L.^[6], Tarsevich V.M., Bulanov A., Veselova A.O., Godin A.M., Golubkov Ye.P., Grechin Ye.Yu.^[7], Makashyov M.O., Pravda P., Rojkov I.Ya., Kisserishkin V.G. singari olimlar tadqiqotlar olib borganlar. Mazkur tadqiqotlarda brend nazariyalari va iste'mol tovarlari brendini shakllantirish va branding strategiyalarini ishlab chiqishning ilmiy-nazariy jihatlarini yoritilgan



bo'lsada, sut va sut mahsulotlarining brendini shakllantirish bo'yicha marketing strategiyasini ishlab chiqish masalalari o'rganilmagan.

Respublikamizning iqtisodchi olimlaridan S.S. Gulyamov, A.Sh. Bekmurodov, M.R. Boltaboyev, M.A. Ikramov, [8] A.A. Fattaxov [9], Sh.J.Ergashxodjayeva [11], M.S. Qosimova [12], A.N. Samadov, I.S. Xotamov, L.Ab-duxalilova [12], B.Mamayev [13] va boshqalar marketing fanini rivojlantirishga katta hissa qo'shganlar. So'ngi yillarda U.Sharifxodjayev, Z.Xakimov [14], A.Oqboyev, N.Zufarova, S.Odilovalar [15] tomonidan brend va korxonalarda brending strategiyalaridan foydalanish, korxonalar brendini yaratish va uni baxolashning uslubiy jihatlari, brendlar raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan tadqiqotlar olib borgan. Biroq, oziq-ovqat mahsulotlari milliy brendlarini yaratish, ularni xalqaro raqobatbarloshligini oshirish, brendlar qiymatini baxolash va global brendga aylantirishga qaratilgan yo'nalishlarda tadqiqotlar olib borilmagan. Mazkur dissertatsiya mavzusi aynan shu jihatlardan kelib chiqib tanlandi.

3. TAHLIL VA NATIJALAR

Brend deganda tovar va xizmatlarning iste'molchilarning ehtiyoji va xohish-istaklariga muvofiqlashtirilgan, ustunliklaridan raqobat sharoitida unumli foydalanishdagi strategik vosita tushuniladi. Ilmiy adabiyotlarda "brend" iqtisodiy atamasiga turli hil munosabat bildirilgan. Masalan, Filip Kotler "Yaxshi brend xususiyati-unga iste'molchi tomonidan ko'rsatilayotgan moyillik" [2] deb ta'riflagan. Devid Aaker esa "brendning mavjudligi iste'molchiga ishlab chiqaruvchidan berilgan va'da tariqasida tasavvur tushuniladi" deb ta'kidlagan [16]. Qolgan muamlliflarning brendga bergan ta'riflari 1-jadvalda jamlangan.

Ilmiy adabiyotlarda, ayniqsa, O'zbekistonlik olimlar ilmiy adabiyotlarida, ko'proq savdo markasi (trade mark) tushunchasi ishlatib kelingan. Fikrimizcha, bunday yondashuvlar brendning mazmun va mohiyatini to'la ochib bermaydi. Brend deganda ishlab chiqaruvchi tomonidan yaratiladigan yoki ishlab chiqaruvchi brendi (manufacturer's brand) tushuniladi. Ko'p holatda o'rtada turuvchi vositachi yoki sotuvchilar brendi (retailer brand, stare brand yoki private label) faqat savdo jarayonida ishlatilgani uchun tadqiqotlar jarayonida foydalanish maqsadga muvofiq. Ammo, ma'lum sharoitda "brend", "savdo markasi" yoki "nufuz" (imij) sinonim tariqasida faqatgina mazmuni to'g'ri kelgandagina foydalanish lozim.

Mahalliy brend degan ibora mintaqaning turli hil xududlari mavjudligi, ayniqsa, sut va sut mahsulotlarining ishlab chiqarish, saqlash va iste'mol qilish xususiyatlari, davlat standartlarining ushbu mahsulotlarga qo'yilgan talablari hamda dunyo bozoriga chiqishda ularning xususiyatlarini inobatga olish ehtiyojidan kelib chiqqan.

1-jadval: "Brend" tushunchasi ta'riflarini tizimlashtirish

№	Mualliflar	Brend ta'rifi
1.	Amerikaning marketing uyushmasi	Nomi, shiori, belgi, loyiha yoki ularning aralashmasi raqobatchidan tovar yoki xizmatni ajratib olish maqsadida foydalaniladi
2.	Aaker D.	Brendning mavjudligi iste'molchiga ishlab chiqaruvchidan berilgan va'da tariqasida tasavvur tushuniladi
3.	Braun P.	Xaridorlar va brend egalari o'rtasidagi shakllanayotgan mental aloqalarning yig'indisi brendni ifodalaydi
4.	Bernet Dj.	Tovar va xizmatlarni boshqa raqobatchilardan ajratish uchun foydalaniladigan nomlanish, dasthat, belgi, loyiha yoki ularning kombinatsiyasi
5.	Brand Aid brend konsalting kompaniyasi	Maqsadli iste'molchiga o'ziga xos, qayta qilinishi mushkul, salobatli, funksional, hissiyotli va ta'riflangan va'dalar yig'indisi brendni ifodalaydi
6.	Vlasova Ye.	Maqsadli auditoriya uchun muhim o'rin egallaydigan tovarning o'zaro bog'liq, ratsional va irratsional tavsiflaridan iborat bo'lgan raqobatchilar mahsulotidan ajratadigan xususiyatlar tizimiga brend deyiladi
7.	Bojuk S.G.	Korxonaning nafaqat g'oyaviy ahamiyati, balki amaliy qo'llanmani shakllantirayotgan boshqaruv falsafasidir
8.	Kotler F.	Bitta ta'minotchi yoki sotuvchilar guruhining mahsulotlarini aniqlashtiruvchi va raqobatchilar tovar va xizmatlaridan differensialashuvini ta'minlaydigan nomlanishi, atama, belgi, rasm yoki ularning aralashmasiga brend deyiladi
9.	Krilov I.	Raqobat qatoridagi iste'molchining tanlovini oshirish uchun savdo markasining individual ongidagi tasavvuri
10.	Ikramov M.A.	Brend – bu korxona yoki tovar (hizmat)ning taniqlilik darajasini ifodalaydigan mezon



№	Mualliflar	Brend ta'rif
11.	Ogilvi D.	Mahsulotning sezilmaydigan xususiyatlar yig'indisi: nomi, qadoqlanishi, narxi, tarixi, tutgan o'rni, reklama qilish uslubidan iborat
12.	Matansev A.N.	Tovarning individualligi, mijozlar e'tiborini jalb etadigan, korxonaning nufuzi (imij)ni yaratishga xizmat qiladigan korxona yoki tovarning xususiyatlari
13.	Pettis Ch.	Mahsulot yoki korxonaning madaniy-kelishilgan hissiy obrazi; Iste'mol tanlovini yengillashtiruvchi sifat kafolati. Raqobat ustunligi va bo'lajak daromadning asosiy manbasi; Zaruriy iste'mol xususiyatlarini va'da berish; Mahsulotning qimmatligini subyektiv qabul qilinishi yoki qoniqishning yuksalishi.
14.	Pechorskiy A.	Maqsadli bozorni aksariyat qismining barqaror tasavvurini chaqirayotgan savdo markasi
15.	F.le Pla va L.Parker	Kompaniyaning eng kuchli tomonlari va mijozlar tomonidan qadrlanadigan tomonlarning kesishuv nuqtasi
16.	Stas A.K.	Brend-oqlangan ishonch tizimi asosida faoliyat ko'rsatish mohiyatini anglatadi
17.	Rays L.	Mustaqil, tovardan bog'liq bo'lmagan qiymatga ega bo'lgan savdo markasiga brend deyiladi
18.	Xotamov I.S.	Brend bu – tom ma'nodagi savdo belgisi emas, balki mahsulot sifatining timsoli, obrazidir
19.	The Chartered Institute of Marketing	Mahsulot yoki xizmatning jismoniy xususiyatlari, unga nisbatan ishonch va kutish, yakdil tovar belgisining iste'molchi ongidagi obrazidir
20.	Leslide Sharnotoni	Manfaatdor shaxslarga (iste'molchilar, aksionerlar va boshqalarga) ma'lum tajriba va'da beradigan funksional va hissiyotiy qadriyatlar yig'indisini ifodalaydi

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida "savdo markasi" va "brend" iboralari ishlatilmasdan, intellektual mulkni xuquqiy muhofaza qilish uchun savdo belgisidan foydalaniladi. Savdo belgisi – so'z bilan, rasm, xajm, ularning aralashmasi va boshqa turlar bilan ifodalashni tushuniladi. Ushbu belgi O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi huzuridagi Intellektual mulk agentligida yuridik yoki jismoniy shaxslar o'zlarining savdo belgilarini ro'yxatdan o'tkaziladi.

Savdo markasi yoki belgi brendga aylanish uchun, yuqorida ko'rib chiqqan ta'riflar asosida bitta xulosaga kelish mumkin – qachonki, jamoa iste'mol ongida o'z o'rniga ega bo'lib, samarali kommunikatsiyalar hisobiga raqobatchi tovarlardan farqlari iste'mol qo'shilgan qiymatga aylangan holda bo'ladi. Savdo markasi va brend o'rtasida chegara qo'yish mushkulligi o'rganilgan adabiyotlar, o'tkazilgan marketing tadqiqotlari va amaliyot tahlili ko'rsatmoqda. Ba'zi adabiyotlarda maqsadli auditoriya ongida minimal taniqlilik darajasi 20 foiz, qaysini-sidir 30 foiz, boshqalar 50 % ni keltirishadi. Mahalliy brend uchun, fikrimizcha, bunday taniqlilik darajasi kamida 70 foiz bo'lishi kerak. Tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, korxona yoki mahsulot brend bo'lishi uchun bozorda kamida 5 yil faoliyat ko'rsatishi lozim.

Boshqacha qilib aytganda, har bir brend savdo markasi tariqasida qabul qilish mumkin, ammo har bir savdo markasi brend bo'la olmaydi. Savdo markasini huquqiy ro'yhatdan o'tkazilishi uning raqobatdoshligini ta'minlay olmaydi.

Brendlar ham xuddi tovarga o'xshab hayotiy siklni kechiradi: bozorga kirish, o'sish, yetuklik, pasayish jarayonlari kuzatiladi. Albatta, brenddan samarali foydalanish va boshqarish tashkil etilsa, ularning ko'p yillik hayotiylikni va barqarorligini ta'minlaydi. Masalan, Lipton, Coca-Cola, Levi's va boshqa brendlar barqaror brendlar sifatida keltirish mumkin.

Brend atamasiga yanada kengroq yondashuvlarga ko'ra, mahalliy brend tushunchasiga aniqlik kiritish brending nazariyalari uchun muhimdir. Milliy brendlar O'zbekiston Respublikasini xalqaro bozorda namoyon qiladi. Hozircha kompaniya (tadbirkorlar) yoki ularning mahsulotlarining brendini ichki bozor miqyosida ko'rishga harakat qilingan. Shu sababdan "Mahalliy brend" iborasini qo'llanilishi ilmiy-uslubiy jihatdan maqsadga muvofiqdir. Albatta, sut va sut mahsulotlari bozorida esa, qachonki, xuddi meva-sabzavotlarga o'xshab eksportbop bo'lgandagina "milliy brend"ga aylanadi. Ushbu holatlar esa sut va sut mahsulotlari bozorida mahalliy brendlarni shakllantirishning ilmiy-usulibiy, amaliy va nazariy jihatlarini, metodologik asoslarini yaratilishini taqozo qiladi.

Xorijiy iqtisodiy adabiyotlarda brend korxonaning barqaror raqobatdoshlik ustunligini ta'minlaydigan strategik resurs sifatida qabul qilinadi. Barqaror raqobatli ustunlikni "Mahsulot nafiligini oshirish alohida strategiyani qo'llagan holda uzoq muddatga mo'ljallangan ustunlikka erishish yo'li bilan amalga oshiriladigan harakatlar majmuidir". Raqobatda barqaror ustunlik iborasi birinchi marotaba 1985-yili M.Porterning ishlanmalarida qo'llanilgan. ^[17]



Brending – bozorning maqsadli segmentini brendga bo'lgan munosabati va umumiy nufuziga ta'sir ko'rsatayotgan maxsus usullarni anglatadi.

A.M. Yanovskiy fikri bo'yicha, "Brending savdo markasini uzoq muddatli ustunlikni oshirish uchun uning siljitish ilmi va san'ati" ifoda etadi. ^[18]

Reklama sohasidagi yetakchi olimlardan biri Devid Ogilvi branding tushunchasini ta'riflash uchun tovarning sezilmas xususiyatlarining yig'indisidan: uning nomi, qadoqlanishi, narxi, tarixi, nufuzi va reklama qilish usullaridan foydalanishni taklif etadi. ^[19]

O'zbekistonlik olim I. Xotamov "Brending – bu marketingning zamonaviy texnologiyasi bo'lib, yangi tovar, tovar belgilarini yaratish, bozorga joylashtirish, iste'molchilar ongiga singdirish bilan bog'liq jarayonlarni o'z ichiga oladi" deb ta'rif beradi. ^[20]

Albatta, raqamli iqtisodiyot shakllanish davrida raqobatda barqaror ustunlikni ko'rinishi va mazmuni o'zgarib bormoqda.

Masalan, M.Porter o'zining asarlarida bozor segmentida raqobatbardoshlikka 5 ta xavf mavjudligini ko'rsatib o'tgan: "Iqtisodiyotning barcha tarmog'larida ichki yoki tashqi bozorda faoliyat ko'rsatishidan qat'ian, – raqobat mazmuni beshta kuch bilan ifodalanadi ...".

Raqobatning besh kuchida brend o'ziga xos funksiyani bajarib, korxonaning raqobatbardoshligiga turlicha ta'sir ko'rsatishi mumkin. Brendning asosiy vazifasi iste'molchilarning ta'siriga bo'lgan munosabat bilan ifodalanishidir. Kuchli brend korxonaga xaridorlar tomonidan ko'rsatiladigan ta'sirini pasaytirish imkonini beradi. Brendlangan tovarga bo'lgan ehtiyoj markalashmagan mahsulotlarga ("Generics") nisbatan barqaror bo'lib, narxning elastikligi pastroq bo'ladi. Iste'molchining moyilligi qayta xarid miqdorini oshirishga olib keladi. Amalda ko'rilganidek, iste'molchining moyilligini 5 foizga oshishi, shu xaridordan keladigan foydaning 100 foizga oshishiga olib keladi. Markalangan tovarga ko'tarilgan (premium) narx yuqoriroq foyda olishga imkoniyat yaratadi. Boshqacha qilib aytganda, brendning jozibadorligi aniq qo'shimcha daromad olib kelishga xizmat qiladi.

Brendlar inson resurslardan keyin mohiyati va salmog'i bo'yicha korxona aktivida keyingi o'rinda turadi. Buyuk Britaniya, Gonkong va Avstraliyada buxgalteriya hisobida ular nomoddiy aktivlar tariqasida balansda inobatga olinsa, AQSHda kompaniyaning nufuziga kirib ("Good will"), ularning bozor qiymatini oshirishga xizmat qiladi.

Mahalliy brend ishlab chiqaruvchining yangi tovarlari bilan boshqa bozorlarga chiqishga ham yordam ko'rsatadi. Masalan, O'zbekiston bozoridagi "Nestle" brendi sut va sut mahsulotlari bozorida tashqari suv, qandolat, boshqa oziq-ovqat bozorlarida o'z o'rnini kengaytirish imkoniyatiga ega. Ushbu kompaniyaning muvaffaqiyati unga bo'lgan ishonch bilan belgilash mumkin. Bunday holat bir bozordan ikkinchi bozorga o'tishi uchun reklama va boshqa tashviqot ishlariga ortiqcha xarajat qilmaslik bilan erishish imkoniyatini ko'rsatadi.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, tovar yoki xizmatning samaradorligini oshirish borasida mahalliy brendning o'zni yuqoridir. Bunda ko'proq marketing yondashuvi qo'llanilsa, mahalliy brendni siljitish ishlari ham osonlashadi. Zamonaviy marketingda tovar tariqasida insonning ehtiyojini qondirish vositasi tariqasida qaraladi. Mahalliy brend qanchalik kuchli bo'lsa, ularning egalariga raqobatchilarga nisbatan ustunliklar yaratib beradi. Ayniqsa, sut va sut mahsulotlarida ishlab chiqaruvchilar ko'paygan sari iste'molchilarning taniqli brendlardan boshqa mahsulotlarga o'tkazish qiyin kechadi. Ishlab chiqaruvchi raqobatchilar orasida iste'molchi tomonidan o'zining mahsulotini tanlashini hohlaydi. Bu borada marketingda tovarlarni guruhlariga ajratish ham muhim o'rin egallaydi.

O'zbekistonda brend strategiyalaridan foydalanish jarayonlarida korxonalar tomonidan "brend"ning marketing tushunchasi iste'molchilar ongida mavjud bo'lsada zamonaviy marketingning asosiy konsepsiyalari sifatida qarash bo'yicha aniq yo'nalishlar belgilanmagan. Iste'molchi tomonidan qabul qilinadigan tovarlar brendini korxonalar tomonidan baholash, iste'molchilarni brendlarga qiymatini shakllantirish jarayonlari maksimal darajada bozor imkoniyatlarini ta'minlashini bo'yicha deyarli tushunchalar yo'q. Ushbu xolatlar esa brend tushunchalarini o'zaro bog'liq holda tavsiflash lozimligini belgilab beradi.

Tadqiqotning asosiy maqsadi ham mahalliy brendni kuchli milliy brendga aylantirishdan iborat. Shunga asoslangan holda O'zbekistonning mavjud qonunchilik bazasini, standartlar, mezon va me'yorlarni tubdan o'zgartirishni talab qilinadi.

Hozirgi kunda brandingning asosan ikki modeli mavjud bo'lib, birinchisi, ingliz – amerikaning (g'arb), ikkinchisi, yapon (osiyo) modellari.

Ingliz – amerika brend modelida aniq tovarga bog'langan holda, ishlab chiqaruvchining nomi tashqarida qoladi. Buning sababi, agar birorta mahsulotni iste'molchilar qabul qilmasa korxonaning nomiga yoki nufuziga putur yetkazmaslik lozim. Ammo bunday strategiya taniqli brendlarni yanada takomillashtirishga bir xil markadagi tovarlarning miqdorini oshirishga yo'l qo'ymasligi mumkin. Bunday holtda har bir yangi mahsulotga yangi savdo markasini shakllantirish zarur bo'ladi. Bu esa brendning asosiy ustunligi – ya'ni bitta taniqli marka asosida yangi tovarlarni osonroq joriy etish – ishlamay qolishiga olib keladi. Ikkinchidan, bunday uslub savdo markalari



ortiqcha ko'payib ketishiga olib keladi, bu esa, o'zining yo'lga, taniqli kompaniyalar brendining nufuzini tushishiga sabab bo'ladi.

G'arbning brend modeliga asosan quyidagi xususiyatlar asosida guruhlariga ajratish mumkin:

- a) qarindosh brendlar – ishlab chiqaruvchi kompaniyalarning nomini ifoda etgan tovarlar nomlanishi;
- b) alohida tovarlar tizimining brendlari;
- d) soyabon shakldagi brend.

G'arb modelining asosiy xususiyati iste'molchini o'zining tovariga ko'niktirish, bir necha yildan keyin ushbu yangi mahsulot foyda keltira boshlashi mumkin.

Yapon (osiyo) modeli. O'tgan asrning 50–60-yillarida bozorni rivojlanishida tovarni tanlash asosiy omillaridan biri narx hisoblangan bo'lsa, shu davrda Yaponiya xaridorlari sifatga ko'proq e'tibor qarata boshlashdi. O'sha davrda resursi ko'proq kompaniyalar, ularning aksariyati yirik kompaniyalar, ma'lum bir mablag'ni ilmiy tadqiqot izlanishlar orqali sifatni ta'minlagan bo'lsa, sifat ham yirik kompaniyaning belgisi tariqasida qabul qilindi. Yaponiyada faqatgina erkin turgan brendlardan tashqari aniq bozorning segmentiga mo'ljallangan sub-brendlar (brendosti)ni keng rivojlangan.

Subbrendlarni joriy qilishning maqsadlari turlicha bo'lib, korxonaning to'la ta'minlanmagan dastgohlardan foydalanish, yangi ehtiyojlarni qondirish, raqobatchilarga qarshilik ko'rsatish, boshqa maqsadli segmentlari egallash, sotuv tizimida ko'proq namoyon bo'lishdan iboratdir.

Masalan, taniqli Sony, Panasonic kompaniyalari Sony Walkman (plerlar), Sony Trinitron (televizorlar) sub-brendlarga soyabon rolini o'ynashgan. Yaponiyada alohida tovardan ko'ra korporativ nufuz (imidj) yuqoriroq baholanib kelgan.

Boshqacha qilib aytganda, g'arbning branding falsafasi diversifikatsiya bilan ifodalansa, osiyo modelida esa markazlashish, birlashish siyosati ko'proq namoyon bo'ladi.

O'zbekiston sharoitida o'ziga xos branding modeli shakllanmoqda. Tajriba yetarli bo'lmaganligi sababli xorijiy kompaniya yoki tovarlar brendiga taqlid qilish amaliyoti keng tarqalgan shuningdek, to'g'ridan to'g'ri ko'chirish, aksariya hollarda g'arb va sharq modellarining aralashmasidan iborat branding falsafasi shakllanmoqda. Bu boradagi chuqurroq tahlillar dissertatsiyaning keyingi boblarida ko'rib o'tilgan. O'zbekiston sharoiti bo'yicha branding yuritilishi, mahalliy brendni shakllanish bir qator xususiyatlarni o'zida mujassamlashtiradi.

Birinchidan, mahalliy brendlar asosan oziq-ovqatlarni ishlab chiqarish va sotish jarayonida paydo bo'lganligi asosiy sababdir, chunki sanoat sohasida mahalliy ishlab chiqaruvchilarning qo'nikma va madaniyati yetishmasligi, qolgan tarmoqlarda ham xorijiy tovar va kompaniyalar bilan raqobatbardosh bo'la olmasligi bunga asosdir. Shu sababdan, O'zbekistonning eksport salmog'ida asosan qishloq xo'jalik mahsulotlari, meva-sabzavot, qayta ishlangan oziq-ovqat mahsulotlari egallaydi.

Zamonaviy iste'mol bozori asosan brendlar va reklama obrazlar o'rtasidagi raqobat kurashi tariqasida amalga oshmoqda, iste'molchilarning ongida o'zining mahsuloti haqidagi tasavvurni shakllantirishga asosiy e'tibor qaratiladi. Brandingning texnologiyalari va taklif etilayotgan metodologiyalardan foydalanish doimiy ravishda iste'molchilarni xarid xohishlari va moyilliklarini marketing tadqiqotlari asosida o'rganishni taqozo etadi.

4. XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekistonning iste'mol bozorining xususiyatlariga qarab brandingning ham o'ziga xosligi quyidagilar bilan izohlanadi:

- O'zbekiston iste'molchilarining brendlarni anglash madaniyati yuqori bo'lmaganligi sababli yangi brendni yaratish va uni bozorda qo'llash katta vaqt va moliyaviy resursni talab qilmaydi. Masalan, agar Yevropa davlatlarida bitta brend targ'ibotiga 20-50 mln.dollar talab qilinsa, O'zbekiston sharoitida 3-5 mln.dollar bilan chegaralanish mumkin;
- ichki bozorimizning tez to'lishi munosabati bilan iste'molchilar u yoki bu savdo markasiga moyillik shakllanishiga ulgurmaydi, chunki yangi tovarlar kundan kun yangilanib borish tendensiyasiga ega;
- iste'molchilar xorijiy, ayniqsa, oziq-ovqat sohasida, mahsulotlarga nisbatan ishonch bildirishi kamayib borish tendensiyasiga ega. Masalan, sut mahsulotlarida oldin "Nestle" kompaniyasi mahsuloti deyarli monopol bo'lsa-da, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni o'nlab turini sanab o'tishimiz mumkin;
- ichki bozorda hali ishlab chiqaruvchilarning savdo markasiga iste'molchilarning ishonchini haligacha to'liq ravishda qozona olmagan;



- ichki bozorda mahalliy brendni yaratishda qimmat bahoga reklama kompaniyasini o'tkazish ehtiyoji mavjud va iste'molchilarda reklamaga bo'lgan ishonch yuqori;
- iste'molchilarda mahalliy brendni tushunish asosan uchta omil orqali qabul qilinib, ular ongida shakllanadi: ishlab chiqaruvchi mamlakat, qadoqlanish jozibadorligi va tovar markasi. Shu sababdan mahsulotni taklif etilayotgan ushbu uch omil mahalliy brendlarni shakllantirishda inobatga olinishi kerak;
- reklama qilinishda milliy qadriyatlar, urfu-odat va boshqa mahalliy xususiyatlarini inobatga olinishi muhim o'rin egallaydi. Shu sababdan brendni shaxsiylashtirish ehtiyoji, ayniqsa, O'zbekiston bozori uchun muhimdir. Har bir hudud va viloyatda o'ziga xos tarixiy va madaniy xususiyatlarini inobatga olinishi mahalliy brendni shakllantirishdagi asosiy inobatga olinishi lozim bo'lgan xususiyatlardir.

Brendning qadriyatlari iste'molchilar tomonidan brenddan foydalanganda hissiy natijalar asosida ko'rinishi mumkin. Brendning qimmatligini yaratishda iste'molchilarni qadriyatlari, iste'mol ustunliklari, ularning tovarga bo'lgan moyilligini shakllantirayotgan omillarga e'tibor berilishi kerak.

Boshqacha qilib aytganda, tovar belgisi, tovar markasi va brend juda bir-biriga yaqin tushunchalar, ammo ular o'rtasida o'ziga xos farqlar bor. Buni brendni shakllantirishda inobatga olinishi kerak.

Adabiyotlar:

1. Ассэль Г. Маркетинг: Принципы и стратегия: –М.: Инфра-М.,1999; Churchill G.A, Brown T.V. Basic marketing research, -Thomson, United States, 2010; Kotler Ph. Marketing essentials. –Prentice Hall, United States, 2019.
2. Kotler Ph., Setiawan I., Kartajaya H. Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. – wiley, 2012.; Malhotra N.K. Marketing research an applied orientation. – Prentice Hall, United States, 2016.
3. Kennedy Dr No B.S. Guide to Brand – Building by Direct Response – Entrepreneur Press, 2014.
4. Praet V.D. Unconscious Branding. How neuroscience can empower marketing. – Prentice Hall, USA, 2012.
5. Salenbacher J. Creative personal branding. –BIS Publishers, 2013, Traindl A. Store branding excellence. – retail / branding. -2011., Trout J. Big Brands Big Trouble. – John wiley&sons, inc. New York, 2013, Doyle P. Marketing management and strategy. –Pearson Education, London, 2002.
6. Багиев Г.А., Тарасевич В.М. Маркетинг –СПб.: Питер, 2012; Буланов А. Бренд 2.0. От философии к практике. –М.: Красная звезда, 2014; Веселова А.О. Развитие маркетинга в молочном продуктовом подкомплексе. –М.: 2010;
7. Гречин Е.Ю. Создание брендов. –СПб.: Питер, 2018; Макашев М.О. Бренд-менеджмент. –СПб.: Питер, 2018; Правда П. Бренд личности. –М.: Омега Л., 2018.; Ражаков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Брендинг. –М.: Юрайт, 2013.
8. Ikramov M.A., Pardayev M.K., Abduxalilova L.T. Marketing tadqiqotlarida statistik taxlil. –T.: Sano-standart, 2019.
9. Фаттахов А.А., Акуфриев А.И. Маркетинговые и логистические технологии в коммерческом бизнесе. –Т.: Иқтисодиёт дунёси, 2019.
10. Эргашходжаева Ш.Д., Самадов А.Н., Шарипов И.Б. Маркетинг. –Т.: Iqtisodiyot, 2013, Эргашходжаева Ш. Инновацион маркетинг. –Т.: Чулпон, 2014.
11. Qosimova M.S., Ergashhodjaeva SH., Abduhalilova L.T., Muhitdinova V., Yuldashev M. Strategic marketing –T.: O'qituvchi, 2004.
12. Abduxalilova L. Go'sht va sut mahsulotlari marketingi strategiyasi (Toshkent viloyati misolida). –T.: TDIU, 2005, dissert. Avtoref.
13. Mamayev B. Oziq-ovqat tovarlari bozorlarida marketing tadqiqotlarini takomillashtirish. Iqtisod fanlari nomzodi ilmiy darajasini olish uchun taqdim etilgan dissertatsiya avtoreferati. Toshkent – 2011.
14. Z.Xakimov. Yengil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini marketing strategiyalari asosida oshirish. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan dissertatsiya avtoreferati. TDIU, 2018-y.
15. Odilova S. Meva sharbatlari brendini shakllantirishning marketing strategiyalarini ishlab chiqish. 08.00.11 – Marketing. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati. TDIU. 2022-yil.
16. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-с изд./Пер. с англ.-СПб.:Питер,2011
17. М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкуренции. Пер. с англ. –М.: Альпина Паблишер, 2016 – 453с.
18. Яновский, А. М. Этика предпринимательской рекламы/ А. М. Яновский// СТИН. – 1994. – № 6.
19. Огилви Д. Огилви о рекламе. – М.: Издательство Эксмо, 2003.
20. Xotamov I.S. Brending –T.: TDIU, 2016. 6-bet.

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

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 4

© 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](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@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.



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.