



**Ilmiy amaliy  
jurnal  
№ 6 (8)  
2026**

**YANGI  
O'ZBEKISTON  
IQTISODIYOTI**

**“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 6-son 2026 yil**

---

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI  
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

**YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI**

**6**

**ISBN 978-9943-5256-3-4**

**Toshkent – 2026**

**MUNDARIJA**

|                                                                                                                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Karabayev R.Z.</b> Raqamli iqtisodiyot: nazariy asoslari va O‘zbekistonda rivojlanish yo‘nalishlari.....                                                                    | 8   |
| <b>Ubaydullayeva N.A.</b> Zamonaviy iqtisodiy sharoitda kichik biznes korxonalarining rivojlanish strategiyalari: nazariy yondashuvlar.....                                    | 11  |
| <b>Xatamov A.A.</b> Raqamli transformatsiya asosida ixtisoslashtirilgan savdo majmualarida moliyaviy resurslarni boshqarishni takomillashtirish.....                           | 15  |
| <b>Yokubjonova X.Yo.</b> Co-marketing strategiyasining ekoturizmni brendlashiga integratsiyasi: metodologik yondashuv va amaliy natijalar.....                                 | 19  |
| <b>Yusupova M.B., Jamoliddinova (Usmonova) S.S.</b> Ustama xarajatlarni tasniflash va uning mahsulot tannarxini shakllantirishdagi ahamiyati.....                              | 24  |
| <b>Abdug‘ofurova O.M., Yusupova M.B.</b> Ishlab chiqarish korxonalarida tannarxni kalkulyatsiya qilish va uni takomillashtirish yo‘llari.....                                  | 27  |
| <b>Xojiboyev M.Sh.</b> Xorijiy tajribalarni O‘zbekiston nodavlat oliy ta’lim muassasalari boshqaruv hisobi tizimiga moslashtirish: nazariy asoslar va amaliy istiqbollari..... | 31  |
| <b>Исраилова Д.К.</b> Глобализация в условиях демографического кризиса: социально-экономические риски.....                                                                     | 38  |
| <b>Qurbonova X.I.</b> Bozor iqtisodiyotida davlatning makroiqtisodiy muvozanatni ta’minlash va inqirozga qarshi siyosati.....                                                  | 43  |
| <b>Asqarov A.H.</b> Oliy o‘quv yurti talabalarida moliyaviy savodxonlikni aniqlash me’zonlari (noiqtisodiy yo‘nalishi talabalarini misolida).....                              | 47  |
| <b>Yunusova S.A., Turg‘unboyev A.A.</b> Eko-mehmonxona tushunchasi, turlari va asosiy xususiyatlari.....                                                                       | 51  |
| <b>Barnayev Z.Sh.</b> Xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalari raqobatbardoshligining mazmun-mohiyati va xususiyatlari.....                                                        | 55  |
| <b>Bobokulov A.A.</b> Erkin iqtisodiy zonalar va kichik sanoat zonalarining hududiy iqtisodiy integratsiyaga ta’siri.....                                                      | 59  |
| <b>Рахимжонов Б.Б., Рахимжонов Б.Б.</b> Инновационные процессы как фактор развития промышленных предприятий.....                                                               | 63  |
| <b>Matmusayev M.O.</b> Raqamli iqtisodiyot sharoitida sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish strategiyalari.....                                                 | 67  |
| <b>Raxmatjonova G.E.</b> Ishlab chiqarish korxonalarining asosiy vositalari buxgalteriya hisobini xalqaro andozalar talablari bo‘yicha takomillashtirish.....                  | 72  |
| <b>Kamoldinova N.A.</b> Ayollar tadbirkorligi faoliyatida raqamli integratsiya darajasini baholash.....                                                                        | 76  |
| <b>Xaitova M.K.</b> Raqamli platformalar orqali biznes modellarini yangilash va kompaniyalar strategik imkoniyatlarini kengaytirish.....                                       | 81  |
| <b>Yo‘ldashev M., Sotvoldiyev U.</b> Davlat byudjetini taqchilligi va uni kamaytirish mexanizmlari.....                                                                        | 85  |
| <b>Maribjonov B.I., Arabboyev J.S.</b> Tuman mahalliy byudjetidan moliyalashtiriladigan maktabgacha va maktab ta’limi tashkilotlarining 4-guruh xarajatlarining tahlili.....   | 88  |
| <b>Ro‘ziyev Sh.Sh.</b> Hududiy iqtisodiy rivojlanishda mahalliy ishlab chiqarishni boshqarishning zamonaviy usullari.....                                                      | 92  |
| <b>Nematov G‘.G‘., Sotvoldiyev U.K.</b> O‘zbekistonda yashil iqtisodiyotga o‘tishning iqtisodiy asoslari va istiqbollari: deкупpling indeksi tahlili.....                      | 95  |
| <b>Karimov D.M., Mustafayeva H.</b> Xorij tajribasi asosida O‘zbekistonda pensiya tizimini takomillashtirish....                                                               | 99  |
| <b>Ermatova S.I.</b> Sanoat korxonalarida majburiyatlar tarkibi va moliyaviy barqarorlikning empirik tahlili (Andijon viloyati to‘qimachilik korxonalari misolida).....        | 104 |
| <b>Ermatov M.S.</b> Sun’iy intellekt va mehnat bozorida raqamli inqilob: tahdidmi yoki kelajak imkoniyatimi?....                                                               | 107 |
| <b>Azizova H.A.</b> Raqamli transformatsiya sharoitida sanoat korxonalarining investitsion-innovatsion faoliyatini takomillashtirish yo‘llari.....                             | 111 |
| <b>Юсупов А.С., Джангабаева Г.П.</b> Международный рынок акций: содержание, виды и особенности..                                                                               | 114 |
| <b>Xusanova Z.R.</b> Andijon viloyatida ayollar tadbirkorligini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi va uning xususiyatlari.....                                   | 119 |
| <b>Abdulazizov A.A.</b> Energetika tarmog‘i korxonalarida ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanishning nazariy asoslari.....                                        | 122 |
| <b>Norov A.E., Fazliddinov Sh.Sh., Erkinov X.X.</b> Liderlik va motivatsiya o‘rtasidagi munosabatga ta’sir etuvchi omillar.....                                                | 126 |
| <b>Атаханова Ш.С., Мирхамидова Д.Н.</b> Цифровая трансформация как инструмент достижения ESG-целей в нефтегазовой сфере Республики Узбекистан.....                             | 131 |
| <b>Toxirov J.R.</b> Mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing asosida savdo xizmatlarini modernizatsiya qilish.                                                              | 136 |

## **“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 6-son 2026 yil**

|                                                                                                                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Sulaymonova F., Ro‘zimov B.</b> Online ta’lim xizmatlari bozorining kengayishi natijasida an’anaviy ta’lim sektorida yuz berayotgan iqtisodiy o‘zgarishlar..... | 140 |
| <b>Zayaviddinova N.M.</b> Hududda xizmat ko‘rsatish korxonalari faoliyatini boshqarish strategiyasini takomillashtirish.....                                       | 143 |
| <b>Odilova M.A.</b> Kimyo sanoatidagi korxonalar faoliyatida resurslardan samarali foydalanish.....                                                                | 147 |
| <b>Axmedova D.N.</b> Mintaqaviy raqamli tayyorlik indeksining hududiy iqtisodiy o‘lishga ta’siri.....                                                              | 151 |
| <b>Sapayeva N.K.</b> O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya va B2B raqamli marketing asosida barqaror rivojlanish modeli.....                  | 155 |
| <b>Allayarov S.</b> Startup financing mechanisms: a comparative analysis of angel investment, venture capital, bank lending, and state grants.....                 | 158 |
| <b>Махмудов О.Х.</b> Moliya tizimining boshqa iqtisodiy tizimlar bilan aloqadorligi.....                                                                           | 162 |
| <b>Ibragimova M.M.</b> “Yashil iqtisodiyot” va “Yashil tadbirkorlik” tushunchalarining iqtisodiy mazmuni va evolyusion transformatsiyasi.....                      | 167 |
| <b>Olimjonov A.</b> Korxona faoliyatining samaradorligini oshirishda moliyaviy barqarorlik va rentabellik ko‘rsatkichlari o‘zaro bog‘liqligini tahlil qilish.....  | 171 |
| <b>Rakhimboeva B.D.</b> Analysis of the economic situation of the development of export activities of small businesses in Uzbekistan.....                          | 174 |
| <b>Raxmatova F.Y.</b> To‘qimachilik korxonalarida aylanma iqtisodiyot modelini joriy etishning iqtisodiy mexanizmlari.....                                         | 178 |
| <b>Ergasheva A.F.</b> Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash va bozorda pozitsiyalashning strategik yondashuvlari.....                                    | 181 |
| <b>Navruzova G.U.</b> Theoretical models and institutional mechanisms, forms and structures of cooperation between education and manufacture.....                  | 184 |
| <b>Djumayeva S.K.</b> Yashil investitsiya muhitini shakllantirishda raqamli iqtisodiyotning makroiqtisodiy ta’siri (O‘zbekiston hududlari misolida).....           | 188 |
| <b>Pardayev TN., Muqimov A.R. Boymirzayev K.M.</b> Jismoniy shaxslar tomonidan olib kiriladigan tovarlardan bojxona to‘lovlarini undirishni takomillashtirish..... | 193 |
| <b>Ибодуллоева З.С.</b> Экономические стимулы внедрения водосберегающих технологий в аграрном секторе Узбекистана.....                                             | 199 |
| <b>Ibragimova G.S.</b> Ta’lim sifatini yaxshilashda innovatsion yondashuvlar va raqamli vositalar.....                                                             | 203 |
| <b>Raxmatova S.S.</b> Turizmni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning o‘ziga xos xususiyatlari.....                                                               | 207 |
| <b>Umarova M.M.</b> Foreign brand spillovers and export performance of smes in emerging economies: a panel data analysis.....                                      | 212 |
| <b>Karimova F.A.</b> Ekoturizmni barqaror rivojlantirishning xorijiy tajribasi va ularni O‘zbekistonda qo‘llash imkoniyatlari.....                                 | 217 |
| <b>Raxmanov B.I.</b> Investitsiya siyosatini amalga oshirish mexanizmini takomillashtirish.....                                                                    | 221 |
| <b>Ashurova G.N.</b> Charm-poyabzal sanoati korxonalarida sifatni boshqarish tizimini takomillashtirish yo‘llari.....                                              | 225 |
| <b>Axmadjanov I.I.</b> Shaharlar va shahar aglomeratsiyalari mintaqalar va mamlakatlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining drayveri.....                           | 228 |
| <b>Эгамназарова Г.Ш.</b> Рақамли тенгсизлик: давлатлар ва тармоқлар ўртасидаги технологик узилишларни камайтириш йўллари.....                                      | 232 |
| <b>Mamanazarov M.A.</b> Iqtisodiy o‘lishni rag‘batlantirishda milliy iqtisodiyotni modernizatsiya qilishning xorij tajribasi.....                                  | 236 |
| <b>Химматов А.Х.</b> Йўл корхоналарини хусусийлаштиришнинг афзалликлари ва оқибатлари.....                                                                         | 241 |
| <b>Kambaraliyeva I.S.</b> Raqamli iqtisodiyot sharoitida mehnat bozorining transformatsiyasi va raqamli ko‘nikmalarning ahamiyati.....                             | 244 |
| <b>Muxiddinov T.Sh.</b> Jizzax viloyatida turizm infratuzilmasini rivojlantirish yo‘nalishlari.....                                                                | 248 |
| <b>Sayxdodjayeva N.I.</b> Ijtimoiy va ekologik audit: barqaror rivojlanishni ta’minlashda zamonaviy nazorat mexanizmi.....                                         | 253 |
| <b>Fayzullayev J.N.</b> Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning xorijiy tajribalari.....                                                               | 257 |
| <b>Tursunova N.X.</b> «Xayot sug‘urtasining iqtisodiy mohiyati va uning aholi moliyaviy xavfsizligini ta’minlashdagi roli».....                                    | 261 |
| <b>Abdishukurova G.M., Bozorboyev A.R.</b> Sug‘urta kompaniyasi balansini “Risk tetraedri” modeli asosida baholash.....                                            | 266 |
| <b>Abdurasulova M.O.</b> Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasi asoschilari.....                                                                                         | 270 |

|                                                                                                                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Vaxidov A.</b> Buxgalteriya hisobining tarkibiy tuzilishi - moliyaviy va boshqaruv hisobi.....                                                                                   | 273 |
| <b>Turg‘unova T., Muftaydinov Q.</b> Iqtisodiy zonalarda ekologik tadbirkorlikni investitsion va innovatsion qo‘llab-quvvatlashning xorijiy tajribalari.....                        | 277 |
| <b>Kurbanov F.U.</b> Raqamli iqtisodiyotning moliyaviy xizmatlar bozoriga ta’siri.....                                                                                              | 283 |
| <b>Umarov T.S.</b> Qurilish sanoati korxonalari iqtisodiy barqarorligini statistik baholashning nazariy-uslubiy asoslarini takomillashtirish.....                                   | 287 |
| <b>Rahimova N.A.</b> Kichik biznes subyektlarida inson resurslarini boshqarish tizimidagi muammolari va ularni bartaraf etishda zamonaviy yondashuvlar.....                         | 291 |
| <b>Yangiboyev U.A.</b> Raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy menejment tizimini takomillashtirishning nazariy-uslubiy asoslari va amaliy yo‘nalishlari.....                      | 295 |
| <b>Махкамова Н.С.</b> Роль зеленых облигации в финансировании проектов устойчивого развития.....                                                                                    | 299 |
| <b>To‘xtarova F.Y.</b> Analysis of tourism insurance practices and their economic efficiency.....                                                                                   | 304 |
| <b>Anvarov Sh.D.</b> O‘zbekiston qimmatli qog‘ozlar bozorida investitsion muhitni rivojlantirishning institutsional va infratuzilmaviy omillari.....                                | 308 |
| <b>Xalmirzayev O.A.</b> Ko‘p obyektli savdolarida Vickrey-Clark-Groves mexanizmining samaradorligi tahlili....                                                                      | 313 |
| <b>Zaidov I.I.</b> Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bozorida raqobat munosabatlarini boshqarish mexanizmlari.....                                                                     | 318 |
| <b>Rahimova N.A.</b> Inson kapitalini boshqarishning tashkilot raqobatbardoshligiga ta’siri.....                                                                                    | 321 |
| <b>Gulimboyev S.I., Rejapov X.X.</b> O‘zbekiston oliy ta’lim tizimida ta’lim kreditlarining iqtisodiy ahamiyati....                                                                 | 324 |
| <b>Bardiyev S.U.</b> Mintaqada raqamli iqtisodiyotning iqtisodiy samaradorligini baholash: Xorazm viloyati misolida.....                                                            | 328 |
| <b>Qulmatova S.S.</b> Mahalla tizimida oziq-ovqat ta’minoti zanjirini IoT va sun’iy intellekt texnologiyalari asosida intellektual boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish..... | 332 |
| <b>Aminov S.S.</b> Mintaqada qurilish sohasidagi innovatsion rivojlanishga ta’sir etuvchi omillar.....                                                                              | 336 |
| <b>Дадабоева М.М.</b> Кичик бизнеснинг иқтисодийёт тармоқлари бўйича ривожланиш тенденциялари.....                                                                                  | 340 |
| <b>Numonjonova N.A.</b> Kichik biznesni rivojlantirishda investitsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirish                                                                    | 344 |
| <b>Абдулазизов А.А.</b> Гидроэнергетика саноати ва унда ресурс тежаш жараёнларининг хорижий тажрибалари.....                                                                        | 348 |
| <b>Muradov O.U.</b> Sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni oshirish bo‘yicha xorijiy tajribalar va ulardan foydalanish imkoniyatlari.....                                    | 352 |
| <b>Saidova M.J.</b> Xorijiy mamlakatlarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish tajribasi va uni O‘zbekistonda qo‘llash yo‘nalishlari.....                         | 356 |
| <b>Umirova G.Sh.</b> Qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarida rentabellik ko‘rsatkichlari asosida iqtisodiy samaradorlikni baholash metodikasini takomillashtirish..... | 360 |
| <b>Narmanov U.A., Nazarov J.B., Tursunaxmadov X.Sh.</b> Moliyaviy risklarning iqtisodiy ahamiyati va uni boshqarishning zarurligi: risk tushunchasi va uning turlari.....           | 365 |
| <b>Nosirov S.N.</b> Barqaror moliyalashtirish global bozorlari: zamonaviy tendensiyalar va rivojlanish muammolari.....                                                              | 369 |
| <b>Farmanov J.Z., Sanetullaev A.E.</b> Modeling of economic basis and forecast indicators of innovation transformation processes in agricultural entrepreneurship.....              | 373 |
| <b>Mirzataev S.M.</b> Integration of digital and smart technologies in increasing the ecological resilience of the agricultural system.....                                         | 376 |
| <b>Kidirniyazov A.Sh.</b> Development of artificial intelligence-based service monitoring systems for construction quality control.....                                             | 379 |
| <b>Абдуллаева Ш.Э.</b> Халқаро индекслар асосида ижтимоий ҳимоя тизимини молиялаштириш.....                                                                                         | 382 |
| <b>Mirjalolova M.M.</b> Sun’iy intellekt texnologiyalarining O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik samaradorligini oshirishdagi o‘rni.....                            | 389 |
| <b>Baytanov O‘.M.</b> Sanoat korxonalarida mahsulot sifatini boshqarishning tarmoq xususiyatlari.....                                                                               | 394 |
| <b>Умаров А.Т.</b> Особенности развития социальной сферы в Узбекистане.....                                                                                                         | 400 |

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-son Farmoni. – lex.uz.
3. Ellen MacArthur Foundation. A new textiles economy: Redesigning fashion’s future. – 2017.
4. Vaxabov A.V., Xajibakiyev Sh.X. va boshqalar. Yashil iqtisodiyot: Darslik. – Toshkent: “Universitet”, 2020. – 262 b.
5. Stahel W.R. The Circular Economy: A User’s Guide. – London: Routledge, 2019.
6. O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma’lumotlari. – stat.uz.

**UDK: 339.138:745**

**MILLIY HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARINI BRENDLASH VA BOZORDA  
POZITSIYALASHNING STRATEGIK YONDASHUVLARI**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К БРЕНДИНГУ И РЫНОЧНОМУ  
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЮ ПРОДУКЦИИ НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ**

**STRATEGIC APPROACHES TO BRANDING AND MARKET POSITIONING OF  
NATIONAL CRAFTS PRODUCTS**

**Ergasheva Aziza Farmonovna**

Buxoro davlat universiteti doktoranti,  
Buxoro Innovatsiyalar universiteti dotsenti, i.f.f.d. (PhD)

**Annotatsiya**

Maqolada milliy hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash va bozorda pozitsiyalarning strategik marketing yondashuvlari tadqiq etilgan. Brend qiymati (brand equity) hamda iste’molchiga asoslangan brend kapitali konsepsiyalari hunarmandchilik mahsulotlarining o‘ziga xos xususiyatlariga moslab tahlil qilingan. Mahsulotning madaniy meros va hududiy o‘ziga xoslikka asoslangan qiymat taklifi, shuningdek geografik ko‘rsatkichlardan brendlash vositasi sifatida foydalanish imkoniyatlari ochib berilgan. Tadqiqot natijalari asosida milliy hunarmandchilik brendlarini shakllantirish va pozitsiyalarning bosqichli modeli taklif etilgan.

**Kalit so‘zlar:** milliy hunarmandchilik, brendlash, bozorda pozitsiyalar, brend qiymati, geografik ko‘rsatkich, qiymat taklifi, strategik marketing.

В статье исследованы стратегические маркетинговые подходы к брендингу и рыночному позиционированию изделий национального ремесла. Концепции стоимости бренда (brand equity) и потребительского капитала бренда проанализированы применительно к особенностям ремесленной продукции. Раскрыты ценностное предложение, основанное на культурном наследии и территориальной самобытности, а также возможности использования географических указаний как инструмента брендинга. По результатам исследования предложена поэтапная модель формирования и позиционирования брендов национального ремесла.

**Ключевые слова:** национальное ремесло, брендинг, рыночное позиционирование, стоимость бренда, географическое указание, ценностное предложение, стратегический маркетинг.

The article examines strategic marketing approaches to the branding and market positioning of national handicraft products. The concepts of brand equity and customer-based brand equity are analysed in relation to the specific features of handicraft goods. The value proposition based on cultural heritage and territorial identity is revealed, as well as the opportunities of using geographical

indications as a branding tool. Based on the research findings, a stage-by-stage model for forming and positioning national handicraft brands is proposed.

**Keywords:** national handicraft, branding, market positioning, brand equity, geographical indication, value proposition, strategic marketing.

Milliy hunarmandchilik O‘zbekistonning madaniy merosi va iqtisodiy salohiyatining muhim qismidir. Marg‘ilon adrasi, Chust pichoqlari, Rishton va G‘ijduvon sopol buyumlari, zardo‘zlik hamda kashtachilik kabi an‘anaviy hunarlar nafaqat madaniy qadriyat, balki eksportbop tovar sifatida ham ahamiyat kasb etadi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 17-noyabrdagi PF-5242-son Farmoni hunarmandchilikni rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo‘llab-quvvatlashning huquqiy asosini mustahkamladi [1].

Mahsulot sifati yuqori bo‘lishiga qaramay, ko‘pgina milliy hunarmandchilik mahsulotlari kuchli brendga ega emas va xalqaro bozorda yetarlicha tanilmagan. Bu esa ularning qo‘shilgan qiymatini va eksport salohiyatini cheklaydi. Shu bois milliy hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash va bozorda pozitsiyalarning strategik yondashuvlarini ishlab chiqish dolzarb ilmiy-amaliy masala hisoblanadi.

Brendlash nazariyasining asoschilaridan D.Aaker brend qiymatini (brand equity) tovar belgisi bilan bog‘liq aktivlar va majburiyatlar majmui sifatida talqin etadi [4]. K.L.Keller iste‘molchiga asoslangan brend kapitali (customer-based brand equity) modelini ishlab chiqib, brend kuchini iste‘molchi ongidagi bilim va assotsiatsiyalar orqali izohlaydi [5]. Bozorda pozitsiyalar konsepsiyasi E.Rays va J.Traut tomonidan asoslangan bo‘lib, ular brendning iste‘molchi ongida egallaydigan o‘rnini hal qiluvchi omil deb hisoblaydi [6]. F.Kotler esa brendni qiymat yaratish va yetkazishning markaziy vositasi sifatida ko‘rsatadi [3].

Mazkur nazariyalar umumiy marketing kontekstida ishlab chiqilgan bo‘lsa-da, milliy hunarmandchilik mahsulotlarining o‘ziga xosligi — qo‘l mehnati, noyoblik, madaniy ramziylik va hududiy kelib chiqish — ularni amalga oshirishda alohida yondashuvni talab etadi. Mavjud tadqiqotlarda hunarmandchilik mahsulotlarini brendlashning tizimli metodologiyasi yetarlicha ishlab chiqilmagan. Mazkur maqola shu bo‘shliqni to‘ldirishga qaratilgan.

Tadqiqotda qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv, abstrakt-mantiqiy fikrlash hamda kontent tahlil usullaridan foydalanilgan. Brendlash va pozitsiyalarning nazariy konsepsiyalari milliy hunarmandchilik mahsulotlari xususiyatlariga moslab tarkibiy elementlarga ajratilgan holda o‘rganildi.

Milliy hunarmandchilik mahsulotini brendlash uning oddiy tovardan ramziy va madaniy qiymatga ega brendga aylanishini ta‘minlaydi. Tahlil natijalari hunarmandchilik brendining asosiy elementlarini ajratish imkonini berdi: brend identifikatsiyasi (nom, logotip, vizual uslub), madaniy hikoya (brand storytelling), sifat kafolati hamda hududiy o‘ziga xoslik. Ushbu elementlar 1-jadvalda tizimlashtirilgan.

**1-jadval**

**Milliy hunarmandchilik brendining asosiy elementlari va strategik samarasi**

| <b>Element</b>                | <b>Mazmuni</b>                         | <b>Strategik samara</b>           |
|-------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|
| Brend identifikatsiyasi       | Nom, logotip, vizual uslub, qadoq      | Tanilish va farqlanish            |
| Madaniy hikoya (storytelling) | Mahsulot tarixi, an‘ana, usta mahorati | Hissiy bog‘lanish va sodiqlik     |
| Geografik ko‘rsatkich         | Hududiy kelib chiqishning himoyasi     | Haqiqiylik kafolati, premium narx |
| Sifat kafolati                | Standartlar va sertifikatlar           | Ishonch va takror xarid           |
| Qiymat taklifi                | Noyoblik, qo‘l mehnati, ekologiklik    | Raqobatdan ajralib turish         |

Manba: Muallif tomonidan tuzildi.

Bozorda pozitsiyalarda hududiy brend va geografik ko‘rsatkichlar muhim rol o‘ynaydi. O‘zbekistonda hozirgi kunda Samarqand noni, Chust pichoqlari, Marg‘ilon adrasi kabi 23 ta

geografik ko‘rsatkich ro‘yxatdan o‘tkazilgan [7]. Geografik ko‘rsatkich mahsulotning ma’lum hudud bilan bog‘liqligini huquqiy himoya qiladi, uning haqiqiylikini kafolatlaydi va qo‘shilgan qiymatini oshiradi. Bu hunarmandchilik mahsulotlarini soxta mahsulotlardan himoya qilish hamda premium segmentda pozitsiyalar imkonini beradi.

Tahlil asosida milliy hunarmandchilik brendlari shakllantirishning bosqichli modeli taklif etiladi: birinchidan, mahsulot va hududning o‘ziga xos qiymatini aniqlash; ikkinchidan, brend identifikatsiyasi va madaniy hikoyani ishlab chiqish; uchinchidan, geografik ko‘rsatkich yoki tovar belgisi orqali huquqiy himoyani ta’minlash; to‘rtinchidan, maqsadli bozor segmentida pozitsiyalar; beshinchidan, brend qiymatini muntazam baholash va mustahkamlash. Ushbu model brendlash jarayonini izchil va boshqariladigan qiladi.

O‘zbekiston kontekstida hunarmandchilik brendlari turizm bilan chambarchas bog‘liq. Sayyohlar uchun milliy hunarmandchilik mahsuloti hududning madaniy ramzi va esdalik sovg‘asi sifatida qadrlanadi; bu esa brendlash orqali qo‘shilgan qiymatni oshirishning qo‘shimcha imkoniyatini yaratadi. Buxoro, Samarqand va Xiva kabi tarixiy shaharlarda hunarmandchilik brendi shaharning umumiy turistik brendi bilan o‘zaro mustahkamlanadi.

Shu bilan birga, brendlash jarayonida bir qator to‘siqlar mavjud: hunarmandlarning marketing bilimlari yetarli emas, brend identifikatsiyasi va qadoqlashga e’tibor sust, geografik ko‘rsatkich va tovar belgisini ro‘yxatdan o‘tkazish amaliyoti hali keng tarqalmagan. Bu to‘siqlarni bartaraf etish davlat qo‘llab-quvvatlashi, hunarmandlarni o‘qitish va brending bo‘yicha maslahat xizmatlarini rivojlantirishni talab etadi.

Milliy hunarmandchilik brendlari mustahkamlashda hunarmandlar uyushmalari va hududiy klasterlarning roli katta. “Hunarmand” uyushmasi doirasida birlashgan ustalar umumiy hududiy brend ostida birlashishi, sifat standartlarini muvofiqlashtirishi va birgalikda marketing tadbirlarini amalga oshirishi mumkin. Kollektiv brend (masalan, “Buxoro zardo‘zligi” yoki “Rishton sopoli”) yakka hunarmand brendiga nisbatan kuchliroq tanilish va bozor ulushini ta’minlaydi, shuningdek geografik ko‘rsatkichni himoya qilishni osonlashtiradi.

Hunarmandchilik mahsulotlarini pozitsiyalarda ularning qo‘l mehnati, noyoblighi va ekologik tozaligi asosiy raqobat ustunligi sifatida ilgari suriladi. Ommaviy ishlab chiqarilgan tovarlardan farqli o‘laroq, hunarmandchilik mahsuloti madaniy hikoya va shaxsiy mahorat bilan boyitilgan bo‘lib, bu uni premium segmentda joylashtirish imkonini beradi. Bunday pozitsiyalar narx raqobatidan qochib, qiymatga asoslangan raqobatga o‘tishni ta’minlaydi.

Brend qiymatini muntazam baholash strategik marketingning ajralmas qismidir. Hunarmandchilik brendlari uchun brend qiymati tanilish darajasi, iste’molchi sodiqligi, idrok etilgan sifat va brend bilan bog‘liq assotsiatsiyalar orqali o‘lchanadi. Ushbu ko‘rsatkichlarni muntazam kuzatib borish brend strategiyasini o‘z vaqtida tuzatish va resurslarni samarali taqsimlash imkonini yaratadi.

Tadqiqot natijalari milliy hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash va pozitsiyalar ularning qo‘shilgan qiymati hamda eksport salohiyatini oshirishning kalit omili ekanligini ko‘rsatadi. Quyidagi takliflar ishlab chiqildi: birinchidan, hududiy hunarmandchilik brendlari shakllantirish va geografik ko‘rsatkichlar tizimini kengaytirish; ikkinchidan, hunarmandlar uchun brending va marketing bo‘yicha o‘quv hamda maslahat xizmatlarini tashkil etish; uchinchidan, hunarmandchilik brendlari turizm brendi bilan uyg‘unlashtirish; to‘rtinchidan, brend qiymatini baholashning muntazam tizimini joriy etish. Ushbu chora-tadbirlar milliy hunarmandchilik brendlarining raqobatbardoshligini mustahkamlaydi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 17-noyabrdagi “Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5242-son Farmoni. – lex.uz.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1997-yil 31-martdagi “Xalq badiiy hunarmandchiliklari va amaliy san’atni yanada rivojlantirishni davlat yo‘li bilan qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-1741-son Farmoni. – lex.uz.

3. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management. – Pearson Education.
4. Aaker D.A. Managing Brand Equity. – New York: The Free Press, 1991.
5. Keller K.L. Strategic Brand Management. – Pearson Education.
6. Ries A., Trout J. Positioning: The Battle for Your Mind. – New York: McGraw-Hill.
7. O‘zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi huzuridagi Intellektual mulk markazi ma‘lumotlari. – ipcenter.uz.

**UDK: 330.47**

**THEORETICAL MODELS AND INSTITUTIONAL MECHANISMS, FORMS AND STRUCTURES OF COOPERATION BETWEEN EDUCATION AND MANUFACTURE**

**TA'LIM VA ISHLAB CHIQRISH O'RTASIDAGI HAMKORLIKNING NAZARIY MODELLARI VA INSTITUTSIONAL MEKANIZMLARI, SHAKLLARI VA TARKIBI**

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ, ФОРМЫ И СТРУКТУРЫ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ ОБРАЗОВАНИЕМ И ПРОИЗВОДСТВОМ**

**Navruzova Gulrukh Uktamovna**

the teacher of Asia International University, Bukhara, Uzbekistan

ORCID:0009-0006-4982-490X

**Abstract**

The integration of higher education and production constitutes one of the central problems of contemporary education economics, innovation studies, and science-and-technology policy. This article reviews and systematizes the principal approaches developed by leading international scholars to the forms and structures through which universities and the productive sector are linked. Four comparative tables classify the dominant theoretical models, the principal forms of integration, the intermediary structures that sustain them, and the major national models of the United States, Germany, Japan, the Nordic countries, and the East Asian developmental states. The analysis shows that no single model is universally superior; rather, effective integration depends on the alignment between the chosen form, the governing structure, and the surrounding institutional context.

**Keywords:** higher education; industry; university-industry collaboration; Triple Helix; national innovation systems; entrepreneurial university; technology transfer; dual education.

Oliy ta'lim va ishlab chiqarishning integratsiyasi zamonaviy ta'lim iqtisodiyoti, innovatsion tadqiqotlar va fan-texnika siyosatining markaziy muammolaridan birini tashkil etadi. Ushbu maqolada nufuzli xalqaro olimlar tomonidan universitetlar va ishlab chiqarish sektori bog'langan shakl va tuzilmalarga oid asosiy yondashuvlar ko'rib chiqiladi va tizimlashtiriladi. To'rtta qiyosiy jadvalda dominant nazariy modellar, integratsiyaning asosiy shakllari, ularni qo'llab-quvvatlovchi vositachi tuzilmalar hamda AQSh, Germaniya, Yaponiya, Shimoliy va Sharqiy Osiyo rivojlanish davlatlarining asosiy milliy modellari tasniflanadi. Tahlil shuni ko'rsatadiki, hech bir model universal darajada ustun emas; aksincha, samarali integratsiya tanlangan shakl, boshqaruv tuzilmasi va uning atrofidagi institutsional kontekst o'rtasidagi uyg'unlikka bog'liq.

**Kalit so'zlar:** oliy ta'lim; sanoat; universitet-sanoat hamkorligi; Uch tomonlama spiral; milliy innovatsion tizimlar; tadbirkorlik universiteti; texnologiyalarni uzatish; dual ta'lim.

Интеграция высшего образования и производства является одной из центральных проблем современной экономики образования, исследований инноваций и политики в области науки и техники. В данной статье рассматриваются и систематизируются основные подходы,