



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№8

Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB[®]
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

OpenAIRE

ROAD

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

BASE

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Crossref



ISSN: 2992-8982

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

2025



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 1046 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 1-avgustda ruxsat etildi.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayeich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher

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

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

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

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

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



MUNDARIJA

Smart-logistika texnologiyalarini joriy etish orqali oziq-ovqat mahsulotlarini yetkazib berish tizimini optimallashtirish (Toshkent viloyati misolida).....	14
Mavlanov Sobirjon Pardabayevich	
Tijorat banklarida korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari asosida boshqaruv sifatini oshirish	20
Sattarov Umirzoq	
Современные банковские продукты	24
Хужамуратов Аббос Мардонович	
Amerika qo'shma shtatlarining ijtimoiy himoya tizimi.....	29
Abdullayeva Sayyora Aleksandrovna	
Совершенствование рынка услуг высшего образования как фактор повышения занятости населения в условиях цифровой экономики.....	33
Ибрагимов Тимур Ибодуллаевич, Асланова Дилбар Хасановна	
Iqtisodiy fanlarni o'qitishda interaktiv metodlarning qo'llanilishi va ularning samaradorligi.....	39
Kabulov Baxram Kuzibaevich	
Korxonalarda raqobat razvedkasi tizimlarini rivojlantirishda innovatsion raqamli texnologiyalarining o'rni.....	45
Tursunxo'jayev Sardor Jamoliddin o'g'li	
O'zbekiston banklarida sun'iy intellekt foydalanish samaradorligini oshirish.....	51
Kamolov Sardorbek Davlatjon o'g'li	
Agrar korxonalar xo'jalik faoliyatida risklarni boshqarish bo'yicha samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishning metodologik asoslari.....	59
Baymirzaev Dilmurod Nematovich	
Основные направления инвестиционной политики Узбекистана в соответствии со стратегией-2030	66
Исомов Б. С.	
Tashish va saqlash xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalarda raqamli texnologiyalardan foydalanish holati.....	70
Rajabov Orzujon Mamasoliyevich	
Ijtimoiy infratuzilmani modernizatsiya qilishda DXSHning o'rni: madaniyat va sport sohasida imkoniyatlar	78
Baykalonov Jalil G'aybulloyevich	
Анализ состояния и перспективы развития активного и спортивного туризма в Узбекистане.....	93
Бойко Фарида Чингисовна, Ивонина Наталья Викторовна	
Переоценка и фальсификация стоимости имущества: международные практики, риски и пути решения.....	99
Мансурова Сайёра Бахтияровна	
Hudud sanoati tarkibiy o'zgarishlarini prognozlash usuli.....	106
Djumayev Farrux Toshmurotovich	
Углеродный след и декарбонизация промышленности Узбекистана: роль возобновляемой энергетики и международный опыт	111
Авезова Нилуфар Раббанакуювна, Ощепкова Эльвира Ахтемовна, С.М. Махмудов, А.А. Холиков, Авезова Нилуфар Раббанакуювна	
The process of developing startups based on management principles	119
Ilxamov Azizbek Yodgor o'g'li	
The impact of economic policy on non-performing loans: the case of Uzbekistan.....	126
Jalalov Mashkhurbek Gaybullo ugli	
Основные направления инвестиционной политики Узбекистана в соответствии со стратегией-2030	134
Исомов Б. С.	



Ko'p kvartirali uylarni boshqaruv organlari tomonidan aholiga sifatli xizmat ko'rsatishni qo'llab quvvatlashni takomillashtirish	138
Umarov Begzodbek Jaloldinovich	
O'zbekistonda iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning institutsional asoslari.....	143
Fayzullayev Jonibek Negmatullayevich	
Davlat - xususiy sheriklik loyihalarining samaradorligini oshirish.....	150
Tursunov Imomnazar Egamberdiyevich, Hamroyev G'ayratjon Sultonovich	
O'zbekiston sug'urta bozorida hayot sug'urtasi xizmatlarining rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari.....	155
Bazarov Zakir Xonqulovich	
Tijorat banklari likvidligini tartibga solish yo'llari.....	160
Tursunpo'latov Sohnbazar Kasimjon o'g'li, Nomozova Mohinur Maxmud qizi	
Atrof-muhit ifloslanishini kamaytirishda yashil moliya vositalarining roli: xalqaro tajriba va O'zbekiston imkoniyatlari	163
Yuldasheva Madina Tohir Qizi	
Geofazoviy ma'lumotlar asosida hududlarning farovonlik darajasini aniqlash	173
Toymasov Zufarjon Zokir o'g'li	
Методы и критерии оценки эффективности конкурентоспособности предприятия	179
Кучаров Абдор Сабижанович, Бобожонов Азиз Бабаханович, Алижанова Камила Тохир кизи	
Korxonalarda innovatsion jarayonlarni boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish.....	187
Narbayerova Dilnoza Darvishaliyevna	
Development of entrepreneurship in Uzbekistan: management strategies in the context of economic reforms	192
Ibragimova Saida Ilkhomovna	
Aloqa korxonalari xizmat faoliyatida diversifikatsiya qilishning ilmiy baholash usullari va ulardan foydalanish.....	197
Tursunova Mastura Taxirovna	
Developing effective marketing strategies for tourism development in Uzbekistan	204
Fayzullayev Nodirbek Baxtiyor o'g'li	
Yakka tartibdagi tadbirkorlarni soliqqa tortish mexanizmlarini takomillashtirish masalalari.....	208
Yuldashev Yashnarjon Xolmirzayevich	
Yoshlar sanoat va tadbirkorlik zonalarida investitsiya loyihalarini bank kreditlari orqali moliyalashtirish.....	212
Jamalova Dilnoza Egamberdiyevna	
Цифровизации системы стратегического управления предприятий нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан.....	217
Азимов Кабул	
Индекс устойчивости региона против бедности (poverty resilience index – pri): на примере бухарской области Республики Узбекистан (2024)	223
Мухамедова Мадинабону Мехридиновна	
Экономические аспекты внедрения цифровых технологий в полиграфии.....	230
Юсупхужаева Шахноза Музаффар кизи	
Mintaqalararo iqtisodiy hamkorlikni shakllantirish va barqaror rivojlantirishning ilmiy-nazariy asoslari.....	233
Sattorov R. A.	
Web3'da real vaqt ma'lumot sinxronizatsiyasi — tarmoqdagi kechikishlar va ularni kamaytirish texnologiyalari.....	240
Raimov Ulugbek Yorqinbek o'g'li	
Tijorat banklarining likvidligini tartibga solish amaliyotining dolzarb masalalari	246
Sayfutdinov Bobur Nodirovich	
Tijorat banklarining investitsion jozibadorligini oshirish yo'llari.....	255
Yuldoshev Otabek Jovli o'g'li	



Tijorat banklarining investitsion faolligini oshirish yo'llari.....	261
Ortiqov Sidiqjon Xolmurodovich	
Innovatsion yondashuvlar orqali davlat xaridlarida iqtisodiy samaradorlikni oshirish	266
Kurbonbekov Sardorbek Ravshanovich	
Hududlarda barqaror rivojlanish nazariyalarining sanoat korxonalari faoliyatiga ta'siri	270
Sadriddinov Baxtiyor Shamsiddin o'g'li	
Turizm platformalarining raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy kontent va raqamli marketing strategiyalarining integratsiyalashgan yondashuvi.....	277
Dadamirzayev Sarvarbek Ulug'bek o'g'li	
Bank xizmatlarida innovatsion texnologiyalarni kengaytirish yo'nalishlari.....	283
Almosova Shohista Jobirovna	
Модели организации казначейства в ведущих стран мира.....	288
Сагдиев Равшан Сайфуллаевич	
Paxta-to'qimachilik klasterlari faoliyatini nazariy jihatlar va rivojlantirish yo'llari.....	302
B.Sh.Shadmanov	
Qurilish sanoatini rivojlantirishda tabiiy resurslardan kompleks foydalanishning ahamiyati.....	307
Yuldasheva Mexrunisa Kasimjan qizi	
Yangi O'zbekistonning "Yashil" iqtisodiyoti: qiyosiy tahlilning asosiy tendentsiyalari	313
Ro'ziyeva Dilfuza Toshmurovna	
Oliy ta'limda raqamli texnologiyalarning muammolari va uni bartaraf etish yo'nalishlari.....	318
Abduraxmanova Malika Abdujaparovna	
Namangan viloyatining Farg'ona vodiysi qo'shni hududlari bilan iqtisodiy hamkorligining hozirgi holati va rivojlantiruvchi omillari	323
Sattarov R.A.	
Desentralizatsiyalangan ma'lumot almashish protokollari: IPFS, Filecoin va Arweave tahlili	328
Raimov Ulugbek Yorqinbek o'g'li	
Transport xizmatlari ko'rsatish biznes-jarayonlarini raqamli transformasiya talablari asosida takomillashtirish.....	333
Komilov Asror Akmalovich	
Empowering the Future: Assessing the Role of Automation, Internet of Things (IoT), and Demand Management in Enhancing Energy Efficiency of Smart Grids.....	338
Khakimjanova Surayyo Khabibullayevna	
Ta'lim jarayonida sun'iy intellektdan foydalanish tajribalari (xalqaro va mahalliy misollar)	345
Madaminov Shoxruxbek Ma'rufjon o'g'li	
Zamonaviy sharoitlarda uy-joy fondini boshqarishning moliyaviy mexanizmini takomillashtirish	352
Inoyatova Durdona Shoxaydarovna, Karimova Aziza A'zamiddin qizi	
Mijozlar tajribasini yaxshilashda raqamli integratsiya strategiyalari: "O'zbektelekom" AK tajribasi.....	358
Islamov Javlon Rasulovich	
Tijorat banklari orqali jinoiy yo'l bilan olingan daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashish mexanizmlari.....	361
Rustamov Sunnatillo Rustamovich	
Yashil iqtisodiyot barqaror rivojlanish omili sifatida: Yevropa tajribasi.....	368
Turobjanov Murodjon Maxammadjanovich	
Ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikka erishishda kichik biznes va mahalla hamkorligi modellarini takomillashtirish	373
Murotov Nodir Xujamqulovich	
Xalqaro moliya institutlarining O'zbekiston bank sektori va iqtisodiyotiga ta'siri: YETTB faoliyati misolida tahlil.....	378
Alimov Azizbek Alievich	
Bankrotlik xavfini tahlil qilish modellari.....	386
Nasiriddinov Bahouddin Nuriddinovich	



Xizmat ko'rsatish korxonalarida sifat va samaradorlikni oshirishni takomillashtirish yo'llari.....	393
Burxonova Nargiza Mirshohid qizi	
Iqtisodiyotni modernizatsiyalash jarayonida bank tizimi islohotlari va ularni boshqarish strategiyalari.....	400
Hamroyev Xurshid Jalilovich	
“Temir yo'l transportida MHXSni joriy etishning ahamiyati va milliy standartlar bilan taqqoslama tahlili”	405
Babaxalov Norbo'ta Eshnazarovich	
Banking and financial services in the process of economic development digitalization and its advantages and security of the process	409
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, Baxanurov Oqil Odil og'li	
Kichik biznesda moliyaviy barqarorlikni ta'minlashdagi asosiy muammolar va ularni bartaraf etish yo'llari.....	416
Abduvosit Omonboyev	
“Futurologiya va mintaqaviy iqtisodiy transformatsiya: Markaziy Osiyoda O'zbekistonning strategik senariylari”	421
Siddiqov Abdusalom Abdumalikovich	
Kichik biznes subyektlarini bank kreditlari orqali qo'llab-quvvatlashning rivojlangan xorijiy davlatlar tajribalari.....	425
Irgasheva Nigora Akbarovna	
Туристская мобильность стран персидского залива как устойчивый и перспективный источник въездного туризма в Узбекистан	434
Додиев Феруз, Голышева Елена Вячеславовна	
Turistik erkin iqtisodiy zonalarda investitsiya loyihalarini amalga oshirish: Imkoniyatlar, muammolar va istiqbollar	443
Xoliqov Dostonbek Rustam o'g'li	
Oliy ta'limda davlat-xususiy sheriklik: moliyalashtirish modelini modernizatsiya qilish yo'nalishlari.....	449
Bozorov Alisher O'zimurotovich	
Xalqaro raqamli intergatsiya, raqamlashtirish sharoitida tijorat banklari faoliyati tahlili	455
Turapov Bahromjon Alisher o'g'li	
To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar – iqtisodiyot taraqqiyotining muhim omili.....	461
Mamatkulova Nodira Maxkamovna	
Davlat xaridlari ishtirokchilarining elektron-skoring tizimi.....	465
Mamasoliyev Abrorbek Abdug'ani o'g'li	
Qishloq xo'jalik korxonalarida melioratsiya xarajatlari xisobining muammolari va yechimlari.....	469
Baxriev Muxiddin Sheralievich	
O'zbek banklarining xarajatlar samaradorligini stoxastik chegara modelida baholash	481
Xannayev Sherzod	
Практические подходы к выявлению и оценке налоговых рисков на основе сегментации деятельности налогоплательщиков	490
Голубова Ольга Сергеевна, Элбаева Мукаддас Рашидовна	
Iqtisodiyot tarmoqlarida investitsiyalardan samarali foydalanishni tashkil etish chora-tadbirlari va investitsiyalarni jalb qilish istiqbollari.....	496
No'monjonova Muazzam Maxbubjon qizi	
Empowering the future: The impact of automation, iot, and demand management on energy efficiency in smart grids.....	501
Khakimjanova Surayyo Khabibullayevna	
Institutsional o'zgarishlar sharoitida aholi daromadlari tarkibining oshishi va daromadlar tengsizligini kamaytirishning istiqbolli yo'nalishlari	508
Ergasheva Nafisa Baxridinovna	
Международные индексы, определяющие цифровое развитие страны	513
Талъатова Диёра Боходир кизи	



Sog'liqni saqlash sohasida davlat-xususiy sheriklik instituti orqali investitsiya loiyhalarini moliyalashtirishda moliyaviy-iqtisodiy samaradorligini baholash metodologiyasi	517
Karabayev Sanjar Abdusamatovich	
Управление качеством в технологических стартапах: Баланс между скоростью и надежностью	527
Хамидуллина Гульнора Рафкатовна, Раджабов Темур Рустамович, Носиров Илхом Аббосович	
Namangan viloyatida iqtisodiy integratsiyani jarayonida eksport va import operatsiyalarining tahlili	535
Adashev Azimjon O'rinboyevich	
Korxonalarda kadrlar tayyorlash ijrosidagi mavjud muammolar va kadrlar siyosatining takomillashtirib borish xususiyatlari	541
Mamatqulov Rustam Muxammadkarimovich	
Yashirin iqtisodiyot tushunchasi, turlari va shakllanish omillari hamda uning iqtisodiyotga ta'siri.....	546
Malikov Abdulaziz Toxirjon o'g'li, S.A. Zakirova	
The purpose of assessing a person's entrepreneurial capacity is to classify their quality characteristics	562
Mansur Matkarimov, Qaxramon Madraximov, Sherjon Sherjonov, Jahongirbek Nurjonov	
Challenges in enhancing the efficient use of economic resources in agriculture within an innovative economy framework.....	568
Nodira Abdullayevna Eshquvattova	
Оценка эффективности существующих методов стратегического управления проектами	573
Мансурова Севара Мансуровна	
Создаются благоприятные условия для индивидуальных предпринимателей и самозанятых лиц	577
Батыров Фархад Бакитович	
Sug'urta kompaniyalarining moliyaviy barqarorligini oshirish metodologiyasini takomillashtirish yo'llari.....	593
Haqberdiyev Bekzod O'ktamovich	
Toshkent viloyatida metal bozorining rivojlanishi va unda kichik biznesning o'rni	600
Musayeva Shoirazimovna	
Mechanisms for ensuring employment in the services sector through the development of small business and private entrepreneurship.....	606
Turabekov Sokhibjon Sherboy ugli, Abdukhalikov Ulugbek Abdukhalikovich	
Tijorat banklarini raqamlatirish sharoitida inson resurslarini boshqarishning innovatsion yondashuvlari (BRB misolida)	611
Azimov Asrorjon Muzaffarjonovich	
The importance and current state of accounting and auditing of liabilities in enterprises	616
Khaliqnazarova Gulnaz Jalgasbay qizi	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda xotin-qizlarning barqaror bandlik darajasining ekonometrik tahlili.....	622
Xoliyorova Shoxista Qahramon qizi	
Moliyaviy bozor ishtirokchilari faoliyatini samarali boshqarishda innovatsion moliyaviy vosita va metodlarning qo'llanilishi.....	627
Hotamqulova Madina Sanjar qizi	
Oliy ta'limga investitsiya kiritishning asosiy shakl va mexanizmlari	631
Almardanov Ulug'bek Qudrat o'g'li	
"Yashil" iqtisodiyotning metodologik asoslari.....	635
Babakulov Bahromqul Mamatkulovich, Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, Boymurodov Jonon Komiljonovich	
O'zbekiston sharoitida davlat xaridlarini yanada rivojlantirish istiqbollari	641
Turganbaev Nursulton Bayram uli	



Tijorat banklarida jismoniy shaxslarga ko'rsatiladigan xizmatlar raqamli transformatsiyaning joriy holati tahlili	645
Qurbonov Alisher Samadovich	
Инновационные формы сотрудничества образования и индустрии для формирования компетенций в сфере устойчивого туризма: Опыт и перспективы Узбекистана.....	653
Бухарова Нигора Газиевна	
Muzey sohasida tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar nazariyasi va ularni madaniy meros va muzeyshunoslik sohasiga tatbiq etish	657
Asadova Nigora Mehridin qizi	
Internet banking adoption in Uzbekistan	661
Karimov Erkin Yusubovich	
Elektron tijorat O'zbekiston va Xitoy raqamli iqtisodiyotini rivojlantirish drayveri sifatida	665
Samedinov Timur Selyametovich	
Yuridik shaxslar birlashuvi orqali amalga oshiriladigan xufyona soliqlardan qochish sxemalarini moliyaviy instrumentlar bilan bartaraf etish yo'llari	671
To'rayev Dilshod Xasanovich	
O'zbekiston shahar ekoturizmida raqamli egizak texnologiyalarining iqtisodiy potentsiali	683
Esonboyev Baxodir Bakir o'g'li	
Yengil sanoatni rivojlanishtirishning mintaqaviy xususiyatlari	687
Fuzaylov Sarvar Abdusamatovich	
Tijorat banklarining depozit siyosatiga ta'sir qiluvchi omillar	693
Komilova Mukammal Shavkatovna	
Tadbirkorlik subyektlari faoliyatini mikromoliyalashtirish bilan bog'liq muammolar	697
Tojiyev Javlonbek Rustamovich	
Ishbilarmonlik muhitini baholashning metodologiyalari tahlili	704
Nabieva Nilufar Nabi qizi	
Jismoniy shaxslarning daromadlariga deklaratsiya asosida soliq solish mexanzmini takomillashtirish	715
Ibragimov Zafar Ismailovich	
Yashil marketing yordamida moda sanoatida mijozlar ehtiyojini samarali qondirish.....	723
Xalilova Nafisa Komilovna	
Targetlangan iqtisodiy siyosat orqali kambag'allikka qarshi kurash	727
Baratov J.N.	
Globallashtirish sharoitida O'zbekiston iqtisodiyotining modernizatsiyasi va strategik rivojlanish yo'nalishlari	733
Ibrohimov Boburmirzo Baxtiyor o'g'li	
Sug'urta kompaniyalarining innovatsion faoliyati tahlili va moliyalashtirish samaradorligini aniqlash yo'nalishlari	738
Baxronova Shaxodat Baxshuloyevna	
Yo'lovchi tashish sohasida autsorsingni qo'llash istiqboli	744
Kaxarova Nilufar Yerkinjovna	
Ta'lim klasterlari faoliyatining barqaror taraqqiyotdagi o'rni.....	748
Imamova Nilufar Asamutdinovna	
Xizmatlar eksportini rivojlanishining zamonaviy tendensiyalari.....	753
Alixonov Mirzoulug'bek Pahlavonjon o'g'li	
O'zbekistonda suv resurslaridan oqilona foydalanishda soliq mexanizmlari ta'sirini oshirish masalalari	759
Boymurotov Sodiq Rozziqovich	
Влияние состояния матери и факторов среды на развитие аллергии у детей грудного возраста.....	766
Закирова Бахора Исламовна	
Роль стандартов устойчивого развития МСФО в трансформации экономики тюркских стран	771
Маткаримов Давронбек Матякубович	



Sanoat korxonalarining atrof-muhitga ta'sirini baholashda iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish	776
Sarvinov Alisherovna Radjabova	
Neft-gaz sanoatida amalga oshirilayotgan investisiya loyihalarida mahalliy kontent ulushini oshirish masalalari	779
Umurzakov Jamoliddin Sherbekovich	
Sanoat korxonalarida mahsulot raqobatbardoshligini oshirish yo'nalishlari	784
Naimxonov Ma'rufxon Zokirxon o'g'li	
Qishloq xo'jaligi korxonalari monitoringida raqamli texnologiyalardan foydalanishda xorij tajribasi	788
Yusupov Nizomiddin Ro'zimurod o'g'li	
Mintaqa sanoat korxonalarining strategik marketing faoliyatining tahlili	793
Kaytboyeva Nigora Bakmatovna	
Soyabon bandlarining xorijiy investorlarni himoya qilish uchun O'zbekiston huquqiy tizimiga integratsiyalashuv zaruriyati	805
Alisherova E'zoza, N.X. Rahmonqulova	
Tadbirkorlik subyektlarini kreditlashda tijorat banklari faoliyatining zamonaviy yondashuvlari	812
Urinboyev Abrorbek Maxmudjonovich	
Temir yo'l vokzallarida qo'shimcha xizmatlarni tashkil etishni samaradorligini oshirish yo'llari	817
Iskandarov Kudrat Shuxratovich	
Tijorat banklari tomonidan kreditlash mexanizmining ilmiy jihatlar va nazariy yondashuvlari	822
Kaxxarov Ulug'bek Xalmatovich	
Международная правосубъектность МНПО: институционализация влияния неправительственных организаций в формировании международных экологических и экономических норм	827
Хидоятлов Бурхон Ғайрат ўғли, С.М. Адилходжаева	
Yengil sanoat korxonalari mahsulotlarini narxlashtirish strategiyalari	831
Ravshanbekov Oybek Rustambek o'g'li	
Yevropa ittifoqi va markaziy osiyo mamlakatlaridagi soliq siyosatining inklyuziv rivojlanishdagi o'rni va omillarining qiyosiy tahlili	837
Hakimov Feruz Xurshid o'g'li	
Mintaqa turizmini rivojlantirishda raqamli marketing vositalaridan mijozlar qoniqishini kompleks baholash uslubi	846
Ilhamova Zarnigor Po'latjon qizi	
Buxoro viloyatida ichki turizmning hozirgi holati va istiqboldagi rivojlanish yo'llari	857
Azimov Otabek Xudayberdievich	
Tashqi bozorlarga integratsiyalashuv jarayonlarining mintqa iqtisodiyotining o'sishga ta'siri bo'yicha qarashlar	862
Ozodova Farida Zarif qizi	
Tijorat banklari moliyaviy barqarorligini ta'minlashni boshqarish strategiyalari	866
Madaminov Bekzod Allayarovich	
Qo'shilgan qiymat solig'i ma'murchiligini raqamlashtirishni takomillashtirish metodologiyasi jarayonlari	872
Muxammadov Nodir Karimovich	
O'zbekiston eksport salohiyatini soliqlar yordamida rag'batlantirish	880
Mahmudova Sevara Rahmat qizi	
Yashil moliyalashtirishda moliyaviy instrumentlar	883
Abduraxmonov Alimardon Sodiq o'g'li	
Сравнительный анализ правовых инструментов контроля трансфертного ценообразования в налоговой, таможенной и антимонопольной сферах	887
Бекзод Умματος	
Yaponiya startap tajribasini O'zbekiston sharoitida tatbiq etish istiqbollari	892
Xazratova Shohsanam Xasanboy qizi	



Рейтинг Республики Узбекистан по индексу развития электронного правительства.....	898
Умарова Дурдона Абдуманнабовна	
Etnomadaniy turizm tushunchasi va uning mazmun-mohiyati.....	905
Qilichova Orzigul Zafar qizi	
Пути адаптации международных требований к капиталу в страховом секторе Узбекистана.....	910
Эргашева Фарангиз Шерзод кизи	
Tijorat banklarida raqobatbardoshlikni belgilovchi omillar va ularning ta'siri tahlili	916
Shamsiyev Nurbek Fazliddin o'g'li	
Tijorat banklarida muammoli investitsion kreditlarning yuzaga kelish sabablari va ularni bartaraf etish yo'llari	921
Melikov Otabek Maxmadaminovich	
Tanlangan xalqaro mehmonxona tizimining boshqaruv uslubini tahlil qilish (Hilton mehmonxona tarmog'i misolida).....	926
G'olibjon Abdiraxmanovich G'aniyev	
Sug'urta tashkilotlarida ichki audit xizmatini tashkil etish masalalari.....	935
Abduraimova Maftunaxon Axmatovna	
O'zbekistonda xizmatlar sohasining rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari	941
Sheraliyev Axror Sodikovich	
Temir yo'l transportida innovatsion faoliyatni rivojlantirish yo'llari	947
Axmedov O'tkirjon Aloviddin o'g'li	
O'zbekistonda fond bozorining institutsional rivojlanishi sharoitida savdo strategiyalarini amalga oshirishdagi to'siqlar va ularni bartaraf etish mexanizmlari.....	954
Soliyev Istam Ixtiyorovich	
Moda sanoatida marketing samaradorligini baholash uslubi	959
Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna	
Ways to improve the implementation of foreign currency operations in commercial banks	964
Raxmanova Laylo Baxodirovna	
Innovatsion It-platforma yordamida turizm sohasini yanada rivojlantirish imkoniyatlari	970
Nasrullaev Hikmatullo Habibullovich	
Влияние внедрения цифровых финансовых технологий на эффективность кредитования в коммерческих банках Республики Узбекистан	976
Каландархонов Саидаброрхон Олимхон угли	
Tijorat banklarining barqarorligini ta'minlashda depozit operatsiyalarining ahamiyati.....	987
Makhmudova Mukhlisa Kodirjon kizi	
Davlat budjeti xarajatlari samaradorligini oshirish yo'nalishlari	991
Himmatov Abdisamat Xalilovich	
Korxonalarda moliyaviy rejalashtirishda qo'llaniladigan model va usullar tahlili	995
Pardayev Jamshid Muzaffarovich	
Ta'lim boshqaruvida samarali qaror qabul qilish uchun sun'iy intellektdan foydalanish.....	1001
Shohida Esanova O'tkirovna	
Iqtisodiyotga investitsiyalarni jalb qilishda investitsiya muhiti jozibadorligini oshirish masalalari.....	1010
Mavlyanov Zafar Sahibovich	
XALQARO MOLIYA INSTITUTLARIDAN O'ZBEKISTONGA JALB ETILGAN MABLAG'LARNING SAMARADORLIGI.....	1014
Holov Sherali	
HUDUDIIY SOLIQ SALOHİYATINI BAHOLASH VA BUDJET DAROMADLARINI PROGNOZLASHTIRISHNING YAXLIT MODEL: O'ZBEKISTON AMALIYOTI ASOSIDA.....	1018
Pardaev Umidjon Uralovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA KORPORATIV BOSHQARUV DARAJASI VA UNING IPO MUVAFFAQIYATIGA TA'SIRI.....	1037
Mamatmurodov Alisher Saparboyevich	



ВЛИЯНИЕ БРЕНДОВОЙ СТРАТЕГИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИЙ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	1046
Бобоев Л Кадрхужа Джураходжаевич	



ВЛИЯНИЕ БРЕНДОВОЙ СТРАТЕГИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИЙ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Бобоев Л Кадрхужа Джураходжаевич

Независимый исследователь

Ташкентского государственного экономического университета

Э-почта: lqadrxoja1@gmail.com

Аннотация: В данной статье с теоретической и практической точек зрения анализируется влияние стратегии бренда на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности. В условиях глобализации и усиливающейся конкуренции эффективное формирование и управление стратегией бренда выступает одним из ключевых факторов устойчивого развития предприятий отрасли. В исследовании раскрывается роль стратегии бренда в повышении имиджа компании, формировании потребительской лояльности, укреплении рыночных позиций продукции и росте общей конкурентоспособности предприятия. По результатам исследования разработаны научно обоснованные предложения и практические рекомендации, направленные на совершенствование стратегии бренда на предприятиях автомобильной промышленности.

Ключевые слова: стратегия бренда, корпоративный бренд, управление брендом, конкурентоспособность, ценность бренда, цифровой маркетинг, стратегическое управление.

Annotatsiya: Mazkur maqolada avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasining raqobatbardoshlikka ta'siri nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilingan. Globallashuv sharoitida hamda raqobat kuchayib borayotgan muhitda brend strategiyasini samarali shakllantirish va boshqarish korxonalar barqaror rivojlanishining muhim omillaridan biri hisoblanadi. Tadqiqotda brend strategiyasining korxona imijini oshirish, iste'molchilar sodiqligini shakllantirish, mahsulotning bozor pozitsiyasini mustahkamlash va umumiy raqobatbardoshlikni kuchaytirishdagi o'rni yoritilgan. Tadqiqot natijalari asosida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini takomillashtirishga qaratilgan ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: brend strategiyasi, korporativ brend, brend boshqaruvi, raqobatbardoshlik, brend qiymati, raqamli marketing, strategik boshqaruv.

Abstract: This article analyzes the impact of brand strategy on the competitiveness of automotive industry enterprises from both theoretical and practical perspectives. In the context of globalization and increasing competition, the effective formation and management of brand strategy has become one of the key factors ensuring sustainable development of enterprises in this sector. The study highlights the role of brand strategy in enhancing corporate image, building customer loyalty, strengthening market positioning, and improving overall competitiveness. Based on the findings, scientifically grounded proposals and practical recommendations are developed to improve brand strategy in automotive enterprises.

Key words: brand strategy, corporate brand, brand management, competitiveness, brand equity, digital marketing, strategic management.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современной глобализации и усиления конкуренции в мировой экономике стратегия бренда становится одним из ключевых стратегических факторов, обеспечивающих эффективность деятельности предприятий. Особенно в технологически развитых и капиталоемких отраслях, таких как автомобильная промышленность, стратегия бренда играет важную роль в формировании устойчивого положения предприятий на рынке, укреплении доверия потребителей и обеспечении долгосрочных конкурентных преимуществ.

В современной теории маркетинга бренд рассматривается не только как средство идентификации продукта или услуги, но и как один из стратегически значимых активов предприятия. В этой связи вопросы эффективного формирования и управления стратегией бренда в автомобильной промышленности



приобретают особую актуальность и занимают важное место в системе современных экономических исследований (Таблица 1).

Таблица 1. Основные компоненты стратегии бренда в автомобильной промышленности и их функции¹

№	Название компонента	Содержание	Значение для предприятия
1	Фирменный стиль	Набор логотипов, названий, дизайнерских решений и визуальных элементов	Повышает узнаваемость на рынке
2	Ценности бренда	Основные принципы и миссия компании	Укрепляет доверие клиентов
3	Позиционирование бренда	Определение вашего положения относительно конкурентов	Создает конкурентное преимущество
4	Коммуникация бренда	Маркетинговая стратегия и реклама	Обеспечивает эффективную коммуникацию с клиентами
5	Опыт взаимодействия с брендом	Взаимодействие клиента с продуктами и услугами	Повышает лояльность

Данная таблица системно отражает основные компоненты стратегии бренда в автомобильной промышленности и их место в деятельности предприятия. В ней представлены такие ключевые элементы, как идентичность бренда, ценности, позиционирование, коммуникации и опыт взаимодействия с брендом, каждый из которых имеет существенное значение для обеспечения успешной деятельности предприятия на рынке. В частности, идентичность бренда обеспечивает дифференциацию продукции по отношению к конкурентам, а ценности бренда способствуют формированию доверия со стороны потребителей. В свою очередь, благодаря эффективному позиционированию и продуманным коммуникационным стратегиям предприятие укрепляет свои конкурентные преимущества. Опыт взаимодействия с брендом формирует основу для долгосрочного устойчивого развития за счёт повышения уровня лояльности клиентов.

Автомобильная промышленность является одним из ключевых секторов мировой экономики, занимая значимое место в промышленном производстве, технологических инновациях и международной торговле. В последние годы наблюдается усиление конкуренции на мировом автомобильном рынке. В частности, среднемировой годовой объём производства автомобилей составляет около 80–90 миллионов единиц, что свидетельствует о масштабности данного рынка. В таких условиях конкурентоспособность автопроизводителей определяется не только технологическим уровнем производства или ценовой политикой, но и эффективностью стратегии бренда [1]. Компании с сильным брендом обладают возможностью формировать устойчивый положительный имидж в сознании потребителей, повышать уровень доверия к продукции и расширять свою рыночную долю. В современных маркетинговых подходах стратегия бренда рассматривается как один из важнейших инструментов повышения конкурентоспособности предприятия.

Стратегия бренда тесно связана с маркетинговой деятельностью предприятия, качеством продукции, уровнем инновационного развития и системой коммуникации с потребителями. Результаты научных исследований показывают, что компании, эффективно реализующие стратегию бренда, достигают более высокого уровня конкурентных преимуществ на рынке. При этом сильная стратегия бренда способствует формированию устойчивой лояльности потребителей, освоению новых сегментов рынка и увеличению спроса на продукцию компании. В частности, в автомобильной промышленности взаимосвязь между имиджем бренда, качеством продукции и инновационными технологиями выступает одним из ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность предприятий.

В последние годы значение стратегии бренда в автомобильной промышленности существенно возрастает под влиянием технологических инноваций и процессов цифровой трансформации. Быстрое развитие электромобилей, ужесточение экологических стандартов и широкое внедрение цифровых маркетинговых технологий выводят брендовые стратегии автомобильных компаний на качественно новый уровень [2]. Например, значительное увеличение объёмов производства электромобилей в последние годы способствует формированию инновационного имиджа компаний. Это подтверждает, что стратегия бренда оказывает непосредственное влияние на конкурентоспособность предприятия.

Несмотря на то, что влияние стратегии бренда на деятельность предприятия достаточно широко исследовано в научной литературе, вопрос комплексного анализа её воздействия на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности сохраняет свою актуальность.

¹ Создано автором.



В частности, изменения глобальной рыночной конъюнктуры, развитие технологий и трансформация потребительских предпочтений требуют от автомобильных компаний постоянного совершенствования своей брендовой стратегии. В этой связи научный анализ влияния стратегии бренда на конкурентоспособность предприятия в автомобильной промышленности приобретает особую научную и практическую значимость.

В условиях экономики Узбекистана автомобильная промышленность является одним из ведущих секторов промышленного производства. В последние годы в стране реализуются масштабные реформы, направленные на развитие отрасли, увеличение объёмов производства и расширение экспортного потенциала. Согласно статистическим данным, годовой объём производства автомобилей в стране составляет несколько сотен тысяч единиц, при этом данный сектор занимает значительную долю в структуре промышленного производства [3]. Одной из актуальных задач является повышение конкурентоспособности национальных автомобильных брендов на внутреннем и внешнем рынках, совершенствование маркетинговой деятельности и внедрение современных стратегий бренда.

Таким образом, научное исследование влияния стратегии бренда на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности носит как теоретический, так и практический характер, что определяет высокую актуальность данного исследования.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

Вопрос о влиянии стратегии бренда на конкурентоспособность предприятия в автомобильной промышленности является одной из наиболее широко изучаемых научных областей в сфере маркетинга, стратегического менеджмента и корпоративного управления. В современной научной литературе стратегия бренда интерпретируется как важный стратегический актив, способствующий долгосрочному развитию предприятия. В условиях усиливающихся процессов глобализации конкуренция между компаниями определяется не только качеством продукции или ценовой политикой, но и имиджем бренда, его ценностью и устойчивыми взаимоотношениями с потребителями. В этой связи изучение влияния стратегии бренда на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности представляет собой одно из актуальных направлений научных исследований.

Теоретические основы стратегии бренда широко освещены в исследованиях зарубежных учёных. В частности, американский маркетолог Д. Аакер в своих научных трудах обосновал концепцию ценности бренда. По его мнению, сильный бренд является важным стратегическим ресурсом, повышающим конкурентоспособность компании на рынке, который формируется за счёт таких факторов, как узнаваемость бренда, лояльность потребителей, бренд-ассоциации и воспринимаемое качество продукции.² Д. Аакер подчёркивает, что при эффективном формировании стратегии бренда компания может повысить ценность своей продукции, укрепить доверие потребителей и обеспечить устойчивое конкурентное преимущество на рынке [4].

Существенный вклад в развитие теории стратегии бренда внёс К. Келлер. Разработанная им модель потребительской ценности бренда основывается на оценке бренда через знания, восприятие и эмоциональные отношения, сформированные в сознании потребителей. К. Келлер отмечает, что чем более устойчиво и позитивно бренд представлен в сознании потребителей, тем выше уровень конкурентоспособности компании.³ В связи с этим современным предприятиям необходимо совершенствовать стратегию бренда посредством развития маркетинговых коммуникаций, улучшения потребительского опыта и укрепления ценностных характеристик бренда [5].

Научные работы Ж. Капферера также имеют важное значение для изучения влияния стратегии бренда на конкурентоспособность предприятия. В своих исследованиях он глубоко анализирует процессы идентификации бренда и стратегического управления брендом.⁴ По его мнению, стратегия бренда тесно связана с маркетинговой политикой компании, инновационной деятельностью и системой взаимоотношений с потребителями, что в совокупности определяет уровень ценности бренда. Согласно его концепции, эффективность стратегии бренда обеспечивается гармоничным сочетанием имиджа компании, качества продукции и доверия потребителей [6].

Вопросы влияния стратегии бренда на конкурентоспособность также широко изучались П. Котлером. Он рассматривает бренд как один из ключевых инструментов маркетинга, формирующий

2 D.A.Aaker. Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. – New York: The Free Press, 1991. – 299 p.

3 K.L.Keller. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. – 4th Edition. – Pearson Education Limited, 2013. – 592 p.

4 J.N.Kapferer. The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. – 5th Edition. – London: Kogan Page Publishers, 2012. – 512 p.



конкурентные преимущества предприятия.⁵ По его мнению, эффективная маркетинговая стратегия, включающая стратегию бренда, способствует расширению рыночной доли, более полному удовлетворению потребностей потребителей и повышению эффективности конкурентной борьбы [7]. Котлер подчёркивает, что стратегия бренда должна реализовываться в единстве со стратегией продукта, ценовой политикой, системой распределения и коммуникационными инструментами.

Отечественные экономисты также рассматривают вопросы стратегии бренда и маркетингового управления с различных позиций. В частности, узбекский экономист С. Гулямов в своих исследованиях оценивает маркетинговую стратегию как важный инструмент управления, направленный на повышение конкурентоспособности предприятия.⁶ По его мнению, в условиях современной рыночной экономики предприятиям необходимо строить маркетинговую деятельность на стратегической основе, глубоко изучать потребности потребителей и уделять особое внимание повышению конкурентоспособности продукции и услуг [8].

А. Вахобов в своих научных работах уделяет значительное внимание вопросам повышения конкурентоспособности предприятий в условиях модернизации экономики.⁷ Он отмечает, что в контексте глобальной экономической интеграции предприятия могут занимать устойчивые позиции на международных рынках за счёт развития эффективной брендовой стратегии. Кроме того, он подчёркивает важность совершенствования маркетинговых подходов и внедрения инновационных решений как факторов роста конкурентоспособности [9].

Б. Салимов в своих научных трудах исследует вопросы маркетингового управления и стратегического планирования, обосновывая значимость маркетинговой стратегии в деятельности предприятий.⁸ По его мнению, эффективная маркетинговая стратегия способствует укреплению рыночных позиций компании, развитию долгосрочных отношений с потребителями и повышению конкурентоспособности продукции. При этом ключевыми элементами стратегии бренда являются развитие маркетинговых коммуникаций и формирование устойчивой лояльности потребителей [10].

Ш. Мустафакулов в своих исследованиях анализирует роль маркетинговых инноваций и механизмов стратегического управления в повышении конкурентоспособности предприятий в условиях инновационной экономики.⁹ Он отмечает, что современные предприятия могут повышать свою конкурентоспособность не только за счёт увеличения объёмов производства, но и посредством разработки эффективной стратегии бренда, усиления маркетинговых коммуникаций и внедрения цифровых маркетинговых технологий [11].

Проведённый анализ научных исследований показывает, что стратегия бренда является одним из ключевых факторов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия и тесно связана с маркетинговой стратегией, инновационной деятельностью и системой взаимоотношений потребителей. При этом комплексное исследование влияния стратегии бренда на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности, а также разработка механизмов её совершенствования остаются важными направлениями современной экономической науки.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В данном исследовании для научного анализа влияния стратегии бренда на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности были использованы комплексные методологические подходы. В процессе исследования применялись системный подход, сравнительный анализ, экономико-статистический анализ, а также методы научного обобщения.

Прежде всего, для определения теоретических основ стратегии бренда был проведён контент-анализ научных работ отечественных и зарубежных учёных, специализированной литературы по маркетингу и стратегическому менеджменту, а также международных научных публикаций.

В ходе исследования системно анализировались такие показатели, как маркетинговые коммуникации, ценность бренда, уровень лояльности потребителей и доля рынка, что позволило определить влияние стратегии бренда на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности.

Полученные результаты были обобщены на основе экономико-логического анализа, в результате чего сформулированы научно обоснованные выводы и практические рекомендации, направленные на совершенствование стратегии бренда в автомобильной промышленности и повышение конкурентоспособности предприятий.

5 P.Kotler, K.L. Keller. Marketing Management. – 15th Edition. – Pearson Education, 2016. – 714 p.

6 С. Гулямов. Основы маркетинга. – Ташкент: Издательство «Шарк», 2010. – 320 страниц.

7 А. Вахобов, Д. Таджибаева. Мировая экономика и международные экономические отношения. – Ташкент: «Экономика-финансы», 2017. – 420 страниц.

8 Б. Салимов. Управление маркетингом. – Ташкент: «Наука и техника», 2016. – 256 страниц.

9 Ш. Мустафакулов. Инновационная экономика и стратегическое управление. – Ташкент: «Экономика», 2019. – 280 страниц.



АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В ходе исследования был проведён анализ влияния стратегии бренда на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности на основе глобальных тенденций развития отрасли, опыта ведущих компаний и статистических данных последних лет. В современной автомобильной промышленности стратегия бренда выступает одним из ключевых факторов укрепления рыночных позиций предприятия, повышения доверия потребителей и обеспечения долгосрочной экономической эффективности компании.

В этой связи влияние стратегии бренда на конкурентоспособность оценивалось по таким показателям, как объём производства, доля рынка, уровень лояльности потребителей и эффективность маркетинговых коммуникаций. Прежде всего, был проанализирован динамический характер развития мировой автомобильной промышленности. В последние годы мировой автомобильный рынок вступил в фазу устойчивого восстановления в постпандемический период. По данным международной статистики, в 2024 году объём мирового производства автомобилей составил около 92 миллионов единиц, превысив допандемический уровень. Это свидетельствует о дальнейшем усилении конкурентной среды в отрасли.

В таких условиях конкурентоспособность компаний определяется не только производственными технологиями или ценовой политикой, но и эффективностью стратегии бренда [12]. Компании с сильным брендом обладают возможностью формировать устойчивый положительный имидж в сознании потребителей, повышать уровень доверия к продукции и осваивать новые сегменты рынка.

Анализ влияния стратегии бренда на конкурентоспособность предприятия показывает, что инновационная деятельность и маркетинговая стратегия играют важную роль в повышении ценности бренда. В последние годы многие автомобильные компании стремятся укреплять свой бренд за счёт разработки экологически чистых технологий, электромобилей и цифровых сервисов. Например, такие компании, как Tesla, Toyota и BMW, значительно повысили ценность своих брендов на мировом рынке благодаря внедрению инновационных технологий и развитию экологически ориентированной продукции [13]. В результате компании с эффективной стратегией бренда получают возможность расширять свою долю рынка, повышать лояльность потребителей и обеспечивать устойчивые конкурентные преимущества.

Результаты анализа показывают, что эффективность стратегии бренда во многом определяется уровнем маркетинговых коммуникаций, качеством продукции и уровнем обслуживания. Современные автомобильные компании активно используют инструменты цифрового маркетинга, социальные сети и онлайн-платформы для развития своих брендов. Согласно исследованиям, компании, применяющие цифровые маркетинговые стратегии, способны выстраивать эффективную коммуникацию с потребителями, повышать узнаваемость бренда и формировать устойчивую клиентскую лояльность, что способствует росту конкурентоспособности.

Доля рынка также является важным показателем при оценке влияния стратегии бренда. Анализ показывает, что компании с сильными брендами демонстрируют более высокие показатели продаж на мировом рынке. В частности, в 2024 году мировые продажи автомобилей составили около 74,6 миллиона единиц, что отражает положительную динамику по сравнению с 2023 годом. В данном процессе стратегия бренда играет важную роль в повышении эффективности маркетинговой деятельности и привлечении новых потребителей.

В контексте автомобильной промышленности Узбекистана в последние годы также наблюдается устойчивая положительная динамика развития. По статистическим данным, объёмы производства автомобилей в стране стабильно растут. В частности, в 2024 году в Узбекистане было произведено более 429 тысяч автомобилей, что свидетельствует о росте по сравнению с предыдущим годом. Кроме того, за первые десять месяцев 2025 года автомобильные предприятия страны произвели более 370 тысяч автомобилей, что примерно на 8,9 % превышает аналогичный показатель предыдущего года. В 2024 году на внутреннем рынке было реализовано более 402 тысяч автомобилей [14]. Данные показатели подтверждают устойчивое развитие автомобильной промышленности страны.

Вместе с тем возрастает значение стратегии бренда для повышения конкурентоспособности предприятий отрасли. Отечественные автопроизводители стремятся укреплять имидж своих брендов посредством развития маркетинговых коммуникаций, разработки новых моделей и расширения экспортных рынков. В частности, автомобили, производимые в Узбекистане, пользуются растущим спросом не только на внутреннем рынке, но и на рынках соседних стран. В этой связи совершенствование стратегии бренда, развитие маркетинговой деятельности и внедрение инновационных технологий выступают важными факторами повышения конкурентоспособности национальных автомобильных предприятий на международном рынке.



Результаты исследования показывают, что стратегия бренда является одним из ключевых факторов повышения конкурентоспособности предприятий автомобильной промышленности. Эффективная стратегия бренда позволяет компаниям укреплять доверие потребителей, расширять долю рынка и обеспечивать долгосрочную экономическую устойчивость. В связи с этим современным автомобильным предприятиям целесообразно и далее развивать конкурентные преимущества за счёт внедрения инновационных маркетинговых подходов, развития цифровых коммуникаций и укрепления имиджа бренда.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И РЕКОМЕНДАЦИИ

В данном исследовании с теоретической и практической точек зрения проанализировано влияние стратегии бренда на конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности. Результаты исследования показали, что в современной рыночной экономике стратегия бренда является важным стратегическим фактором обеспечения долгосрочного развития и формирования устойчивых конкурентных преимуществ предприятия.

Автомобильная промышленность относится к числу высокотехнологичных и высококонкурентных отраслей, и успех компаний в данной сфере во многом определяется эффективностью формирования и реализации стратегии бренда. Компании с развитой стратегией бренда обладают возможностью формировать устойчивый позитивный образ в сознании потребителей, повышать уровень доверия к продукции и укреплять свои конкурентные позиции на рынке.

Результаты исследования показали, что эффективность стратегии бренда в автомобильной промышленности тесно связана с рядом ключевых факторов. В частности, качество продукции, внедрение инновационных технологий, эффективность маркетинговых коммуникаций, устойчивые взаимоотношения с потребителями и развитие сервисных услуг играют важную роль в формировании ценности бренда компании. В то же время использование современных маркетинговых подходов, включая цифровые инструменты, социальные сети и онлайн-платформы, способствует укреплению позиций бренда на рынке.

Исследование также показало, что в условиях усиливающейся конкуренции стратегия бренда выступает важным стратегическим инструментом увеличения доли рынка и повышения экономической эффективности компании. Предприятия с эффективной стратегией бренда получают возможность осваивать новые сегменты рынка, формировать устойчивую лояльность потребителей и увеличивать спрос на продукцию. В частности, внедрение инновационных технологий и развитие производства экологически ориентированных транспортных средств способствуют формированию положительного имиджа бренда компании.

В условиях автомобильной промышленности Узбекистана значение стратегии бренда в повышении конкурентоспособности предприятий последовательно возрастает. В последние годы в стране реализуются масштабные реформы, направленные на модернизацию отрасли, увеличение объёмов производства и расширение экспортного потенциала. В этой связи для успешной интеграции на международные рынки отечественным автопроизводителям целесообразно совершенствовать маркетинговую стратегию, укреплять имидж бренда и активно внедрять современные маркетинговые технологии.

На основе результатов исследования разработаны следующие научно-практические предложения по усилению роли стратегии бренда в повышении конкурентоспособности предприятий автомобильной промышленности:

Во-первых, целесообразно расширять использование инновационных маркетинговых подходов в процессе формирования корпоративной стратегии бренда. Применение инструментов цифрового маркетинга, интернет-платформ и социальных сетей способствует повышению узнаваемости бренда и привлечению новых потребителей.

Во-вторых, автомобильным компаниям рекомендуется уделять особое внимание формированию лояльности потребителей за счёт повышения качества продукции и уровня обслуживания. Высокое качество продукции и сервисных услуг способствует укреплению доверия к бренду и повышению конкурентоспособности предприятия.

В-третьих, важным направлением является формирование позитивного имиджа бренда посредством внедрения инновационных технологий и развития производства экологически чистых транспортных средств, что соответствует современным тенденциям развития автомобильного рынка.

В-четвёртых, необходимо развивать маркетинговые коммуникации и формировать эффективную систему взаимодействия с потребителями. В данном процессе целесообразно внедрение интегрированной системы рекламных стратегий, связей с общественностью (PR) и бренд-коммуникаций.



В-пятых, рекомендуется разработка глобальной стратегии бренда, направленной на продвижение продукции отечественной автомобильной промышленности на международные рынки и расширение географии экспорта. Это будет способствовать повышению конкурентоспособности национальных производителей и укреплению международного признания отечественных брендов.

В целом, эффективное формирование и управление стратегией бренда в автомобильной промышленности выступает важным фактором повышения конкурентоспособности предприятий, укрепления лояльности потребителей и расширения рыночной доли. В этой связи современным автомобильным предприятиям необходимо последовательно развивать конкурентные преимущества за счёт внедрения инновационных маркетинговых подходов, активного использования цифровых коммуникационных технологий и укрепления имиджа бренда.

Результаты данного исследования обладают как научной, так и практической значимостью и могут быть использованы для совершенствования стратегии бренда в автомобильной промышленности, а также повышения конкурентоспособности предприятий на национальном и международном рынках.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Hatch M., Schultz M. Taking Brand Initiative: How Companies Can Align Strategy, Culture and Identity through Corporate Branding. – San Francisco: Jossey-Bass, 2008. – 320 p.
2. Anisimova T. The Effects of Corporate Brand Attributes on Attitudinal and Behavioural Consumer Loyalty // Journal of Consumer Marketing. – 2007. – Vol. 24, No. 7. – pp. 395–405.
3. Iglesias O., Ind N., Schultz M. History Matters: The Role of History in Corporate Brand Strategy // Business Horizons. – 2020. – Vol. 63, Issue 1. – pp. 51–57.
4. Aaker D., Joachimsthaler E. Brand Leadership. – New York: Free Press, 2000. – 352 p.
5. Keller K. Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity. – 4th ed. – Pearson Education Limited, 2013. – 592 p.
6. Kapferer J. The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. – 5th ed. – London: Kogan Page Publishers, 2012. – 512 p.
7. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: Free Press, 2008. – 396 p.
8. G'ulomov S. Marketing asoslari. – Toshkent: "Sharq" nashriyoti, 2010. – 320 bet.
9. Vahobov A., Tadjibayeva D. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar. – Toshkent: "Iqtisod-Moliya", 2017. – 420 bet.
10. Salimov B. Marketingni boshqarish. – Toshkent: "Fan va texnologiya", 2016. – 256 bet.
11. Mustafakulov Sh. Innovatsion iqtisodiyot va strategik boshqaruv. – Toshkent: "Iqtisodiyot", 2019. – 280 bet.
12. Statista Research Department. Global Automotive Industry Statistics 2023–2024. – Hamburg, 2024.
13. European Automobile Manufacturers Association (ACEA). The Automobile Industry Pocket Guide 2024–2025. – Brussels, 2025.
14. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA). World Motor Vehicle Production Statistics. – Paris, 2024.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 8

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

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



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