



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№4



2026

ISSN: 2992-8982

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



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, aprel.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Faxridinov Zafarjon Faxridin o'g'li, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi HIJQKD boshqarma boshlig'i
Utayev Uktam Choriyevich, Anijon viloyati prokurorining o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi IJQK Departamentining Namangan viloyati boshqarmasi 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.
Abdukarimova Dinara Rustamxonovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjavevich, 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
Fakhridinov Zafarjon Fakhridin ogli, Head of the DCEC under the Prosecutor General's Office of the Rep. of Uzb.
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Prosecutor of Anijan Region
Ochilov Farkhod, Head of the Namangan Regional Department of the Department of Internal Affairs of Rep. of Uzb.
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

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

Board of Experts:

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

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

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

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

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

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



MUNDARIJA

O'ZBEKISTONDA RAQAMLI TO'LOV INFRATUZILMASINI SHAKILLANISHI VA RIVOJLANISH DINAMIKASI: TARIXIY, ILMIY HAMDA BOZOR TAHLILI	32
A.A. Akbarov, X.R. Aliyev	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA BUXGALTERIYA HISOBINI TASHKIL ETISHNING ME'YORIY-HUQUQIY ASOSLARI VA ULARNING IQTISODIY AHAMIYATI.....	42
Karayev Payzillaxon Yusufxonovich	
TURIZM KORXONALARINING INNOVATSION FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA MOLIYAVIY AKTIVLARINING ROLI.....	47
Ruzibayeva Nargiza Xakimovna	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA EKOLOGIK SOLIQLAR VA TO'LOVLAR TIZIMI TAHLILI	53
Sadullayev Rasulbek Palvanbayevich, Abdolnizozov Murodbek Madiyarovich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA IJTIMOYIY HIMOYA TIZIMINI MOLIYALASHTIRISHDA AMALGA OSHIRILAYOTGAN ISHLAR VA TIZIMGA KIRITILAYOTGAN O'ZGARISHLAR.....	59
Kasimova Gulyar Axmatovna, Aripova Kamola Botir qizi	
MINTAQAVIY RIVOJLANISHNI KOMPLEKS BAHOLASH VA PROGNOZLASHDA EKONOMETRIK VA SUN'IY INTELLEKT USULLARINING INTEGRATSIYASI	64
Namazov Gafur Shokulovich	
BALIQCILIK SUBYEKTLARINI RIVOJLANTIRISHDA DUNYO MAMLAKATLARINING O'RNI	69
Beglayev Uchqun Xurramovich	
KAMBAG'ALLIK FENOMENINING IJTIMOYIY-IQTISODIY VA NAZARIY-KONTSEPTUAL ASOSLARI	75
Musulmonova Shahlo Nasriddinovna	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA HISOB VA BIZNES JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISHNING ZAMONAVIY YO'NALISHLARI	81
Artikova R.A.	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA DIVIDEND TO'LASH QOBILIYATI KOEFFITSIYENTINING MAQBUL ORALIG'INI ANIQLASH VA UNING INVESTITSION SAMARADORLIKKA TA'SIRI.....	88
Ibragimov G'anjion G'ayratovich	
STRATEGIES TO RAISE AWARENESS OF NATURAL POLLUTION AMIDST RISING POPULATION DENSITY AND GDP PER CAPITA IN UZBEKISTAN	93
Axliddin Aroplitdinovich Valiyev, Askarov Farhod Rakhmatovich	
РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ESG-ОРИЕНТИРОВАННОМ РАЗВИТИИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ.....	99
Айматова Фарида Хуразовна	
KORXONALARDA INVESTITSION FAOLIYATINI RIVOJLANISHINING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI.....	107
Shukurillaev Jahongir Botir o'g'li	
DEHQON XO'JALIKLARINI MOLIYAVIY QO'LLAB-QUVVATLASHDA KREDITLAR MIQDORINI DIFFERENSIYALLASHTIRISH: NAZARIY VA AMALIY YONDASHUVLAR	113
Xakimov Zafar Ibragimovich	
KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY MEXANIZMLARI	118
Tadjimirzayev Anvar Abduvoxidovich, Batirova Raxima Abdujabborovna	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA HUDUDIY MARKETING STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	124
Muhammadieva Nodira	
SUN'IY INTELLEKT DAVRIDA HUDUDIY RIVOJLANISHNI STATISTIK HISOBLASH METODOLOGIYASINI QAYTA BAHOLASH MEZONLARI (SCOPUS VA WEB OF SCIENCE DA INDEKSLANGAN ILMIY NASHRLAR TAHLILI ASOSIDA).....	131
Santjar Abdumurodovich Sattorov	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING HUDUDIY-IQTISODIY OMILLARI VA ISTIQBOLLARI	139
Allamuratova Perida Maxsetbaevna	



XORAZM VILOYATIDA AHOLI BANDLIGINI TA'MINLASHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING ROLI VA AHAMIYATI	144
Ro'zmatova Farahongiz Bekmurotovna, Yarmetova Nargiza Shiximbayevna	
MAHALLIY VA XALQARO TURIZM BOZORIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI SHAKLLANTIRISH OMILLARI, TAMOIYILLARI VA MEKANIZMLARI	152
Alikulov Samar Abdurashidovich	
TRANSPORT XIZMATLARINING SOHALAR BO'YICHA TAQSIMOTI VA SAMARADORLIK KO'RSATKICHLARI TASNIFI	159
Karimova Shaxnoza Uktamovna	
RAQAMLI TO'LOVLAR VA O'ZBEKISTONDA KORPORATIV BOSHQARUV SHAFFOFLIGI	165
Ruziyeva Barno Yadgarovna	
ESG-ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПОЛИМЕРНОЙ УПАКОВКИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МИРОВЫЕ ПРАКТИКИ.....	172
Ташпулатов Дильмурад Рустамович	
MAJBURIY IJRO HARAKATLARINI RAQAMLASHTIRISHNI YANADA TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	177
Matmuratova Nasiba Azatovna	
OZIQ-OVQAT KORXONALARIDA KICHIK BIZNESNING RAQOBATBARDOSHLIGINI CHEKLOVCHI OMILLAR TAHLILI	181
Pulatov Abdulla	
INVESTITSION LOYIHALARNING IQTISODIYOTDA TUTGAN O'RNI VA ULARNI MOLIYALASHTIRISH ISTIQBOLLARI.....	185
Nazarov Aziz Avazovich	
ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.....	190
Тажибаева Кызларгул Ажиниязовна	
IQTISODIYOTNI MODERNIZATSIYALASH SHAROITIDA O'ZBEKISTONDA SANOAT KORXONALARI FAOLIYATINI DIVERSIFIKATSIYALASHNING MAQSADLI PROGNOZ PARAMETRLARI.....	197
Omonova Nafisa Qahramon qizi	
MANAGEMENT STRATEGIES IN WOMEN'S BUSINESS: GENDER-SPECIFIC APPROACHES, INNOVATIVE MODELS, AND DIGITAL TRANSFORMATION.....	200
Ahrorova Asila	
TO'QIMACHILIK SANOATI KORXONALARI INNOVATSION FAOLIYATI SAMARADORLIGIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR TAHLILI	207
Hakimova Oydina Abdulhamidovna, Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna	
INSON TARAQQIYOTI INDEKSI VA UNI ANIQLAB BERUVCHI KO'RSATKICHLARNING KORRELYATSION-REGRESSION TAHLILI.....	212
Tursunov Rasul Tairovich	
ТРАНСФОРМАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УЗБЕКИСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....	218
Эргашева Феруза Насруллаевна	
ENHANCING THE METHODOLOGICAL FRAMEWORK FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM VILLAGES IN UZBEKISTAN	226
Khudaynazarova Dilorom Khayrullaevna	
THE ROLE OF INNOVATION IN ENSURING COMPETITIVENESS IN THE GREEN ECONOMY	231
Musadjanova Nargiza Abduvoxid qizi	
O'ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA INGLIZ TILINING O'RNI VA SAMARADORLIGI.....	238
Saodat Sadriddinova	
OLIY TA'LIMDA CHET TILLARNI O'QITISH UCHUN RAQAMLI BOSHQARUV STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	243
Saida Xabibullayeva	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИСКАЛЬНЫХ МЕХАНИЗМОВ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН.....	247
Исматиллаева Роза Тухтамуратовна, Тураева Сурия Тельмановна	



INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASTERINING QIYMAT YARATISH UZLUKSIZ ZANJIRIDA AGROSERVIS XIZMATLARI KO'RSATISHNI TAKOMILLASHTIRISH	252
Kudratova Iroda Turdibayevna	
QISHLOQ XO'JALIGI IQTISODIYOTIDA DIVERSIFIKATSIYANING AHAMIYATI	257
Nurullayeva Raushan Koptleuovna, Nurimbetov Timur Uzaqbergenovich	
FIZIKA UMUMIY KURSIGA NANOTEXNOLOGIYA TUSHUNCHALARINI KIRITISHNING METODIK ASPEKTLARI VA KOMPONENTLARI	260
Sottarov Abduvali Umirqulovich	
BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA EKOLOGIK HISOBOTLAR VA ULARNING TUTGAN O'RNI.....	266
Sayfullayev Mexroj Sayfullayevich	
YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA EKOLOGIK LOYIHALARNI MOLİYALASHTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	272
Rahmanova Sitara Bahodir qizi	
SANOAT KORXONALARIDA OPERATSION MENEJMENT SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	277
Satvoldiyev Ulugbek Kamilovich	
IQTISODIY O'SISH DRAYVERLARINI RIVOJLANTIRISHDA SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARI ASOSIDA MOLİYAVIY XAVFLARNI BOSHQARISH.....	283
Turopova Nigora Xolmurod qizi	
QISHLOQ XO'JALIGIDA INNOVATSION INVESTITSİYALASH VA MUQOBIL MOLİYALASHTIRISH MEXANIZMLARINI JORIY ETISH (SIRDARYO VILOYATI MISOLIDA)	286
Maxamadiyev Turg'unboy Jumabayevich	
O'ZBEKISTONDA XO'JALIK JAMIYATLARI KUZATUV KENGASHLARI FAOLIYATINING ILMIY-METODOLOGIK ASOSLARINI RIVOJLANTIRISH.....	292
Valijonov Akmaljon	
IQTISODIYOTNING AGRAR SEKTORIDA INNOVATSION FAOLIYATNI BOSHQARISH: NAZARIY VA USLUBIY YONDASHUVLAR	296
Matrasulov Baxodir Erbutayevich	
O'ZBEKISTON MOLİYA TIZIMIDA MAHALLIY MOLİYANING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	303
Safarmurodova Marjona To'raqulovna	
МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПАКЕТА	308
Наурызбаев Алиакбар Рустамович	
QASHQADARYO VILOYATI SANOATINI XUDUDIY TARKIBINI TAKOMILASHTIRISH YO'LLARI	311
Uralov Eliboy Omonovich	
INNOVATSION VA AN'ANAVIY YONDASHUVLAR ASOSIDA KO'CHAT YETISHTIRISHNING TAQQOSLAMA TAHLILI	316
Abdulfarmonov Farrux Faxriddinovich	
EKSPORT IMKONIYATLARI VA LOGISTIKA SAMARADORLIGINI SOLISHTIRISH.....	320
Safarova Muxabbat Radjabovna	
IJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI O'SISHI DINAMIKASI VA LIKVIDLIK KO'RSATKICHLARI O'RTASIDAGI BOG'LIQLIK	324
Sulaymanov Samandarboy Adhambek o'g'li	
KO'CHMAS MULKNI OMMAVIY BAHOLASHNING INNOVATSION TEXNOLOGIYALARI.....	331
Xushvaqtov Jasur Shuhrat o'g'li	
TURIZM XIZMATLARINI KO'RSATUVCHI SUBYEKTLARDA MOLİYAVIY HISOBOTLARNI MHXS GA O'TKAZISHDA TRANSFORMATSIYA REJASINI ISHLAB CHIQISH MASALALARI.....	339
G'afforov Ilhomjon Ilyosjonovich	
QURILISH SANOATI KORXONALARI DIVERSIFIKATSIYALASHUVINING IQTISODIY MEXANIZMLARI	343
Yembergenova Aynur Aydosbaevna	
KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANISHNING NAZARIY JIHATLARI	351
Ulashova Zarnigor Botirali qizi	



KAPITAL BOZORI ORQALI MAMLAKAT IQTISODIYOTIGA INVESTITSIYA JALB QILISHNING BELARUS TAJRIBASI	357
Abduraxmanov Adham Raxmatullayevich	
BARQAROR QISHLOQ XO'JALIGI AMALIYOTLARINI JORIY ETISHDA XULQ-ATVOR OMILLARINING NAZARIY VA AMALIY AHAMIYATI	362
Tadjiyev Abdusame Abduhamidovich	
SANOAT KORXONALARIDA RISKLARNI BOSHQARISH TIZIMINI JORIY ETISHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI	367
Abduxamid Abdumalikovich Bektemirov	
O'ZBEKISTONDA MEHMONXONALARNI MOLIALASHTIRISH ORQALI JOYLASHTIRISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	373
Xasanova Naimaxon Akmal qizi	
SOLIQ YUKINI OPTIMALLASHTIRISHNING XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASI	381
Jovliyeva Zuhra Chori qizi	
SANOATNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA "YASHIL" INVESTITSİYALARDAN SAMARALI FOYDALANISHNING IQTISODIY MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	386
Ibragimov Zaxid Taxirovich	
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ АКТИВАМИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	395
Т.И.Бобакулов, Тухтамышева Гулнора Усмановна	
AGRAR TARMOQQA JALB QILINAYOTGAN INVESTITSİYALAR SAMARADORLIGINI ISHLAB CHIQRISH FUNKSIYALARI YORDAMIDA EKONOMETRIK BAHOLASH.....	401
Xatamov Ochildi Qurbonovich, Badalov Jamshid Jamolovich	
IJARA OPERATSIYALARIDA BUXGALTERIYA HISOBINING KAMCHILIKLARI VA UZVIY TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI.....	409
Oripova Saodat Mirfotix qizi	
SANOAT KORXONALARINING INVESTITSION SALOHİYATINI OSHIRISH.....	414
Xolboyeva farangiz xayrulloevna	
SUN'IY INTELEKT VA RAQAMLI VOSITALARNING TA'LIM JARAYONIDAGI O'RNI.....	419
To'xtamishева Dilrabo Shermonovna	
MEVA-SABZAVOT MAHSULOTLARI EKSPORTINI KENGAYTIRISHNING IQTISODIY MEKANIZMLARI	424
Kalenov K.T.	
HUNARMANDCHILIK BRENDLARINING BOZOR OMILLAR TIZIMINI (MAHSULOT, NARX, TAQSIMOT, TARG'IBOT) TAKOMILLASHTIRISHNING USLUBIY ASOSLARI	428
Ergasheva Aziza	
NAMANGAN VILOYATI IQTISODIYOTIDA TARKIBIY O'ZGARISHLAR: HUDUDIY VA TARMOQ TAHLILI	436
Tohirov Jahongir Muzaffar o'g'li	
WATER HARVESTING FOR CLIMATE RESILIENCE IN UZBEKISTAN'S AGRICULTURE: OPPORTUNITIES, BARRIERS, AND POLICY RECOMMENDATIONS	445
Kripa Mondal, Dr. Anita Banerjee	
O'ZBEKISTONDA TABIIY VA IQTISODIY RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI HUDUDIY IQTISODIY RIVOJLANISHNI TA'MINLASH YO'LLARI	454
Sattarov Abdusamat Umirqulovich	
TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI BOSHQARISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH VA TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	459
Nasibboyev Fazliddin Sirojiddinovich	
O'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA RISKLARNI MONITORING QILISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHDAGI MAVJUD MUAMMOLAR VA ULARNI BARTARAF QILISH YO'LLARI	464
Hamroyev Sherzod Axtamovich	
SIRKULYAR IQTISODIYOT — IQTISODIY BARQARORLIKNING MUHIM OMILI	471
Hasanov Sh. Sh.	



МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА.....	482
Алиев Абдулазиз Исмаилович, Кахрамонова Азиза Шухрат кизи	
TEMIR YO'L SOHASINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	488
Orifova Ximoyat Shovkat qizi	
O'ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMINI TASHKIL ETISH VA RIVOJLANTIRISHDA XALQARO TAJRIBADAN FOYDALANISH YO'LLARI.....	494
Raximova Dilfuza Mirzakasimovna	
O'ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA MILLIY HUNARMANDCHILIKNING IQTISODIY SALOHIYATINI BAHOLASH VA EKONOMETRIK PROGNOZLASH	503
Xushnazarova Maxzuna Gulamdjanovna	
MINTAQAVIY IQTISODIY O'SISHNI BAHOLASHDA EKONOMETRIK MODELLAR VA GEOSTATISTIK USULLARNI TAKOMILLASHTIRISH: SURXONDARYO VILOYATI MISOLIDA	509
Sattorov Sanjar Abdumurodovich	
XODIMLARNI MOTIVATSIYA QILISH VA ULARNING ISH FAOLIYATIGA TA'SIRI: O'ZBEKISTONDAGI KICHIK VA O'RTA BIZNES MISOLIDA	518
Yuldashov Aziz	
RAQOBAT MUHITIDA AVTOMOBIL SANOATI KORXONALARIDA BREND STRATEGIYASINI RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARI	522
Boboyev L. Kadrxo'ja Djuraxodjeyevich	



RAQOBAT MUHITIDA AVTOMOBIL SANOATI KORXONALARIDA BREND STRATEGIYASINI RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARI

Boboyev L. Kadrxo'ja Djuraxodjeyevich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

mustaqil tadqiqotchisi

e-mail: lqadrxoja1@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarining nazariy va amaliy jihatlari ilmiy asosda tahlil qilinadi. Tadqiqotning asosiy maqsadi — avtomobil sanoati korxonalarida raqobat sharoitida brend strategiyasini shakllantirish va rivojlantirishga ta'sir etuvchi asosiy omillarni aniqlash hamda ushbu jarayonning korxonalar raqobatbardoshligi va marketing samaradorligiga ta'sirini baholashdan iborat. Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, kontent-tahlil hamda ilmiy umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Maqolada global avtomobil bozorida raqobatning kuchayishi sharoitida avtomobil korxonalarining brend strategiyasini takomillashtirish zarurati asoslab berilgan. Shuningdek, marketing kommunikatsiyalari, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, iste'molchi ehtiyojlarini chuqur o'rganish hamda bozorni pozitsiyalash strategiyalarining brend rivojlanishidagi o'rni tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: brend strategiyasi, raqobat muhiti, strategik marketing, brend boshqaruvi, raqobatbardoshlik, innovatsion marketing, marketing strategiyasi, korxonalar samaradorligi.

Abstract. This article scientifically analyzes the theoretical and practical aspects of the mechanisms for developing brand strategies in automotive industry enterprises within a competitive environment. The main objective of the study is to identify key factors influencing the formation and development of brand strategies under competitive conditions, as well as to assess the impact of this process on enterprise competitiveness and marketing effectiveness. The research employs a systematic approach, comparative analysis, content analysis, and scientific generalization methods. The article substantiates the necessity of improving brand strategies of automotive enterprises in the context of increasing competition in the global automotive market. It also examines the role of marketing communications, the implementation of innovative technologies, in-depth analysis of consumer needs, and market positioning strategies in brand development.

Key words: brand strategy, competitive environment, strategic marketing, brand management, competitiveness, innovative marketing, marketing strategy, enterprise efficiency.

Аннотация. В данной статье на научной основе анализируются теоретические и практические аспекты механизмов развития бренд-стратегии предприятий автомобильной промышленности в условиях конкурентной среды. Основная цель исследования заключается в выявлении ключевых факторов, влияющих на формирование и развитие бренд-стратегии в условиях конкуренции, а также в оценке влияния данного процесса на конкурентоспособность предприятий и эффективность маркетинга. В ходе исследования использованы методы системного подхода, сравнительного анализа, контент-анализа и научного обобщения. В статье обоснована необходимость совершенствования бренд-стратегии автомобильных предприятий в условиях усиления конкуренции на мировом автомобильном рынке. Также анализируется роль маркетинговых коммуникаций, внедрения инновационных технологий, глубокого изучения потребностей потребителей и стратегий позиционирования рынка в развитии бренда.

Ключевые слова: бренд-стратегия, конкурентная среда, стратегический маркетинг, управление брендом, конкурентоспособность, инновационный маркетинг, маркетинговая стратегия, эффективность предприятия.

KIRISH

Ma'lumki, jahon iqtisodiyotida avtomobil sanoati yuqori texnologiyali, innovatsion hamda raqobat darajasi yuqori bo'lgan strategik tarmoqlardan biri hisoblanadi. Ushbu soha nafaqat transport vositalarini ishlab



chiqarish bilan, balki ilg'or texnologiyalarni joriy etish, marketing strategiyalarini rivojlantirish hamda global bozor raqobatida ustunlikka erishish bilan ham tavsiflanadi.

So'nggi yillarda avtomobil sanoatida ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat sezilarli darajada kuchayib, kompaniyalar uchun brend strategiyasini samarali shakllantirish va rivojlantirish muhim strategik vazifaga aylanmoqda [1]. Bunday sharoitda korxonalar nafaqat mahsulot sifati va texnologik ustunlik orqali, balki brend imiji, marketing kommunikatsiyalari hamda strategik brend boshqaruvi vositasida ham raqobat ustunligiga erishishga intilmoqda.

Jahon avtomobil bozori dinamik rivojlanayotgan tarmoqlardan biri bo'lib, so'nggi yillarda ishlab chiqarish hajmining barqaror o'sishi kuzatilmoqda. Xalqaro avtomobil ishlab chiqaruvchilar tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'yicha avtomobil ishlab chiqarish hajmi 92 milliondan ortiq transport vositasini tashkil etgan bo'lib, bu avtomobil sanoatining global iqtisodiyotdagi muhim o'rnini ko'rsatadi [2].

Shu bilan birga, avtomobil ishlab chiqaruvchi kompaniyalar o'rtasida global raqobatning kuchayishi brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarini yanada takomillashtirishni talab etmoqda. Bozor sharoitida iste'molchilar talabi va xulq-atvorining tez o'zgarib borayotgani sababli, korxonalar marketing strategiyalarini muntazam ravishda yangilab borishi zarur.

Raqobat muhitining kuchayishi avtomobil sanoati korxonalarini strategik boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirishga undamoqda. Ayniqsa, brend strategiyasi kompaniyaning bozordagi pozitsiyasini mustahkamlash, iste'molchilar ishonchini oshirish hamda korxonaning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Brend strategiyasi orqali korxonalar o'z mahsulotlarini raqobatchilardan farqlash, brend identifikatsiyasini shakllantirish hamda iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirish imkoniyatiga ega bo'ladi [3]. Shu bois zamonaviy marketing nazariyasida brend strategiyasi korxonaning strategik boshqaruv tizimining muhim elementi sifatida qaraladi.

Raqobat muhitida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlari turli iqtisodiy va marketing omillari bilan chambarchas bog'liqdir. Ushbu mexanizmlarga marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, mahsulot sifatini oshirish, servis xizmatlarini takomillashtirish hamda iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish kiradi. Mazkur omillar avtomobil kompaniyalarining marketing strategiyasini shakllantirishda muhim rol o'ynab, brend kapitalining oshishi hamda korxonalarining bozordagi raqobat ustunligini ta'minlashga xizmat qiladi (1-jadval).

1-jadval. Avtomobil sanoatida brend strategiyasining asosiy komponentlari¹

№	Komponentlar	Mazmuni	Raqobatbardoshlikka ta'siri
1	Brend identifikatsiyasi	Logotip, nom va vizual elementlar tizimi	Korxonani bozorda ajratib ko'rsatadi
2	Brend qadriyati (brand equity)	Mijoz ongidagi qiymat va ishonch darajasi	Mijoz sodiqligini oshiradi
3	Pozitsiyalash strategiyasi	Maqsadli segmentga mos joylashuv	Raqobatchilardan farqlanishni ta'minlaydi
4	Innovatsion imidj	Texnologik yangiliklar bilan bog'liqlik	Yuqori segmentni jalb qiladi
5	Kommunikatsiya siyosati	Reklama, PR va marketing kommunikatsiyalari	Bozor qamrovini kengaytiradi

Mazkur jadvalga ko'ra, brend strategiyasi bir nechta o'zaro bog'liq komponentlardan iborat bo'lib, ularning har biri korxonaning raqobatbardoshligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Jumladan, brend identifikatsiyasi korxonani bozorda ajratib ko'rsatish hamda uning vizual tan olinuvchanligini ta'minlaydi. Brend qadriyati (brand equity) esa iste'molchilar ongida shakllanadigan ishonch va qiymat orqali mijozlar sodiqligini mustahkamlaydi.

Shuningdek, pozitsiyalash strategiyasi maqsadli segmentni aniqlash va bozorda optimal joylashishni ta'minlab, korxonaga raqobatchilardan farqlanish imkonini yaratadi. Innovatsion imidj komponenti korxonaning texnologik rivojlanganligini ifodalab, ayniqsa yuqori daromadli (premium) segmentni jalb etishda muhim ahamiyat kasb etadi. Nihoyat, kommunikatsiya siyosati orqali brendning bozor bilan aloqasi mustahkamlanib, marketing faoliyatining samaradorligi oshadi.

Umuman olganda, jadvalda keltirilgan komponentlar o'zaro integratsiyalashgan holda faoliyat yuritganda, avtomobil sanoati korxonalarida kuchli brend shakllanishi va uzoq muddatli raqobat ustunligiga erishish imkoniyati yuzaga keladi.

Shuningdek, avtomobil sanoatida innovatsion texnologiyalar hamda raqamli transformatsiya jarayonlari brend strategiyasining rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Xususan, elektromobillar, aqlli transport tizimlari, avtonom boshqaruv texnologiyalari hamda ekologik toza transport vositalari ishlab chiqarish

¹ Muallif ishlanmasi.



kompaniyalar brend imijining shakllanishida muhim omillardan biri sifatida namoyon bo'lmog'da. Bunday innovatsiyalar nafaqat mahsulotning texnik ustunligini ta'minlaydi, balki kompaniyaning brend qiymatini oshirishga ham xizmat qiladi.

O'zbekiston avtomobil sanoati ham so'nggi yillarda milliy iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri sifatida jadal rivojlanib bormog'da. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2024-yilda mamlakatda 429 mingdan ortiq avtomobil ishlab chiqarilgan bo'lib, bu avtomobil sanoatining iqtisodiyotdagi ulushi ortib borayotganini ko'rsatadi.

2025-yilga kelib esa ishlab chiqarish hajmi 457 mingdan ortiq yengil avtomobilga yetgan bo'lib, mazkur ko'rsatkich avtomobil sanoati rivojlanishining barqaror tendensiyasini aks ettiradi [4].

Mamlakatda avtomobil sanoatini modernizatsiya qilish, ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish hamda yangi brend strategiyalarini joriy etish bo'yicha qator islohotlar amalga oshirilmoqda. Shu nuqtai nazardan, raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarini ilmiy jihatdan o'rganish hamda ularni takomillashtirish bo'yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqish muhim ilmiy va amaliy ahamiyat kasb etadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarini o'rganish marketing nazariyasi, strategik menejment hamda brend boshqaruvi sohasida keng tadqiq etilayotgan ilmiy yo'nalishlardan biridir. Zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda brend strategiyasi korxonalarining bozordagi raqobat ustunligini shakllantirish, iste'molchilar bilan barqaror munosabatlarni rivojlantirish hamda mahsulotning bozor qiymatini oshirishga xizmat qiluvchi muhim strategik omil sifatida talqin etiladi.

Raqobat muhitining kuchayishi sharoitida kompaniyalar brend strategiyasini ishlab chiqish jarayonida marketing kommunikatsiyalari, innovatsion marketing vositalari, iste'molchilar xulq-atvori hamda brend identifikatsiyasi kabi omillarni kompleks tarzda hisobga olishi zarur.

Xorijiy ilmiy adabiyotlarda brend strategiyasini o'rganishda muhim hissa qo'shgan olimlardan biri D. Holt hisoblanadi. Uning fikriga ko'ra, brend nafaqat marketing vositasi, balki madaniy fenomen sifatida ham namoyon bo'ladi. D. Holt brendlarni iste'molchilar ongida shakllanadigan ijtimoiy va madaniy qadriyatlar bilan uzviy bog'liq holda talqin qiladi [5]. Uning tadqiqotlariga ko'ra, kompaniyalar brend strategiyasini ishlab chiqishda iste'molchilar qadriyatlari hamda ijtimoiy tendensiyalarni chuqur tahlil qilishi lozim.

Brend boshqaruvi va marketing strategiyasi sohasida ilmiy tadqiqotlar olib borgan yana bir muhim olim T. Ambler hisoblanadi. U marketing faoliyatining samaradorligini baholash hamda marketing investitsiyalarining natijadorligini o'rganish orqali brend strategiyasini takomillashtirish zarurligini ta'kidlaydi [6]. Uning fikriga ko'ra, marketing strategiyasining muvaffaqiyati brend kapitalining shakllanishi hamda iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarning rivojlanishiga bog'liq.

Marketing va brend boshqaruvi sohasida muhim ilmiy qarashlar bildirgan olimlardan biri D. Jobber hisoblanadi. U marketing strategiyasini korxonalar raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiluvchi muhim boshqaruv instrumenti sifatida izohlaydi [7]. Uning fikricha, kompaniyalar brend strategiyasini ishlab chiqishda bozor segmentatsiyasi, iste'molchilar ehtiyojlarini tahlil qilish hamda marketing kommunikatsiyalarini samarali tashkil etishga alohida e'tibor qaratishi zarur.

Zamonaviy branding konsepsiyasini rivojlantirishga hissa qo'shgan olimlardan yana biri A. Wheeler hisoblanadi. Uning tadqiqotlariga ko'ra, brend identifikatsiyasi kompaniyaning strategik rivojlanishida muhim rol o'ynaydi [8]. A. Wheeler brend strategiyasining muvaffaqiyati kompaniya qadriyatlari, vizual identifikatsiya tizimi hamda marketing kommunikatsiyalarining o'zaro uyg'unligiga bog'liq ekanligini ta'kidlaydi.

MDH mamlakatlari olimlari ham marketing strategiyasi va brend boshqaruvi masalalarini o'rganishda muhim ilmiy natijalarga erishganlar. Jumladan, rus iqtisodchi olimi A. Romanov marketing strategiyasini korxonalar faoliyatining muhim boshqaruv mexanizmi sifatida talqin etadi [9]. Uning fikriga ko'ra, marketing strategiyasini samarali tashkil etish korxonalarining bozordagi raqobatbardoshligini oshirish hamda brend imijini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Marketing kommunikatsiyalari va brend boshqaruvi sohasida tadqiqot olib borgan olimlardan yana biri V. Karpova hisoblanadi. Uning ilmiy qarashlariga ko'ra, marketing kommunikatsiyalarini samarali tashkil etish korxonaning brend strategiyasini rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi [10]. Ayniqsa, reklama, PR hamda marketing kommunikatsiyalari brend imijini shakllantirish va iste'molchilar sodiqligini oshirishga xizmat qiladi.

MDH mamlakatlarida marketing strategiyasi hamda innovatsion marketing konsepsiyalarini o'rganishda muhim ilmiy natijalarga erishganlar. Jumladan, rus iqtisodchi olimi E. Golubkov hisoblanadi. U marketing strategiyasini korxonaning bozor muhitiga moslashuvini ta'minlovchi muhim boshqaruv instrumenti sifatida izohlaydi [11]. Uning fikriga ko'ra, zamonaviy korxonalar marketing faoliyatini innovatsion yondashuvlar asosida tashkil etishi zarur.

Mahalliy iqtisodchi olimlardan Q. Abdullayev marketing boshqaruvi hamda strategik marketing masalalarini o'rganib, marketing strategiyasining samarali tashkil etilishi korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda



muhim rol o'ynashini ta'kidlaydi [12]. Uning fikricha, marketing strategiyasini ishlab chiqishda iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish hamda bozor muhitini kompleks tahlil qilish muhim ahamiyat kasb etadi.

Umuman olganda, ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlari marketing strategiyasi, brend identifikatsiyasi, marketing kommunikatsiyalari hamda iste'molchilar xulq-atvori bilan chambarchas bog'liqdir. Xorijiy hamda MDH mamlakatlari olimlarining ilmiy qarashlari shuni tasdiqlaydiki, brend strategiyasini samarali boshqarish korxonalarining bozordagi raqobatbardoshligini oshirish hamda ularning uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlashda muhim omil hisoblanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarini aniqlash hamda ularning korxonalar raqobatbardoshligiga ta'sirini baholash maqsadida kompleks ilmiy metodlar majmuasidan foydalanildi.

Jumladan, tadqiqotning nazariy asoslarini shakllantirishda iqtisodiy adabiyotlar, xalqaro ilmiy maqolalar hamda avtomobil sanoatida brend boshqaruvi bo'yicha ilg'or konsepsiyalarni tahlil qilish orqali tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, deduksiya va induksiya usullari qo'llanildi.

Amaliy bosqichda esa avtomobil sanoati korxonalarining brend strategiyasini shakllantirish jarayonlari statistik va empirik ma'lumotlar asosida o'rganilib, iqtisodiy-statistik tahlil, korrelyatsion tahlil hamda ekspert baholash usullaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, zamonaviy avtomobil bozorida raqobatning kuchayishi kompaniyalarni marketing faoliyatini takomillashtirish hamda brend strategiyalarini yanada samarali tashkil etishga undamoqda.

Avtomobil sanoati global iqtisodiyotning eng raqobatbardosh tarmoqlaridan biri bo'lib, unda faoliyat yuritayotgan kompaniyalar nafaqat texnologik innovatsiyalar, balki brend strategiyasi orqali ham bozorda ustunlikka erishishga intilmoqda. Shu bois avtomobil korxonalarini o'z mahsulotlarini raqobatchilardan farqlash, iste'molchilar ishonchini oshirish hamda brend imijini mustahkamlashga qaratilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqishga katta e'tibor qaratilmoqda.

Jahon avtomobil bozorining rivojlanish tendensiyalari brend strategiyasining ahamiyati tobora ortib borayotganini ko'rsatadi. Xalqaro avtomobil ishlab chiqaruvchilar tashkiloti (OICA) ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda dunyo bo'yicha 93 milliondan ortiq avtomobil ishlab chiqarilgan bo'lsa, 2024-yilga kelib ushbu ko'rsatkich 94 millionga yaqin transport vositasini tashkil etgan [13]. Bu esa avtomobil sanoatida ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobatning yanada kuchayib borayotganini anglatadi.

Bunday sharoitda kompaniyalar uchun brend strategiyasini rivojlantirish bozorda barqaror pozitsiyani egallash hamda iste'molchilar e'tiborini jalb etishda muhim omil hisoblanadi.

Avtomobil sanoatida brend strategiyasini rivojlantirish jarayonida bir nechta muhim mexanizmlar shakllangan. Birinchi navbatda, marketing kommunikatsiyalari mexanizmi alohida ahamiyatga ega. Zamonaviy marketing strategiyalarida reklama, PR faoliyati, raqamli marketing vositalari hamda brend kommunikatsiyalari orqali kompaniyalar o'z mahsulotlari haqida keng auditoriyaga ma'lumot yetkazadi. Marketing kommunikatsiyalarining samarali tashkil etilishi brendning tanilish darajasini oshiradi hamda iste'molchilar ongida ijobiy brend imijini shakllantirishga xizmat qiladi.

Ikkinchi muhim mexanizm — innovatsion rivojlanish mexanizmi hisoblanadi. So'nggi yillarda avtomobil sanoatida elektromobillar, gibrid transport vositalari, avtonom boshqaruv tizimlari hamda aqlli transport texnologiyalari keng joriy etilmoqda [14]. Xususan, Xalqaro energetika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'yicha 17 milliondan ortiq elektromobil sotilgan bo'lib, bu avtomobil bozorida muhim o'zgarishlarni aks ettiradi. Innovatsion texnologiyalarni joriy etish kompaniyalarining brend imijini mustahkamlash hamda ularning bozordagi raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Uchinchi mexanizm — iste'molchiga yo'naltirilgan marketing strategiyasi hisoblanadi. Zamonaviy avtomobil kompaniyalari marketing faoliyatini iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish hamda ularning xulq-atvorini tahlil qilish asosida tashkil etmoqda. Iste'molchilarga qulay servis xizmatlarini ko'rsatish, sotuvdan keyingi xizmatlarni takomillashtirish hamda mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirish brend strategiyasining muhim elementlaridan biri hisoblanadi. Bunday yondashuv brend sodiqligini oshirish hamda kompaniyaning bozordagi barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

To'rtinchi mexanizm — brendni pozitsiyalash strategiyasi hisoblanadi. Avtomobil kompaniyalari o'z brendlarini bozorda aniq segmentlarga yo'naltirish orqali raqobat ustunligini shakllantiradi. Masalan, ayrim kompaniyalar



premium segmentga yo'naltirilgan brend strategiyasini amalga oshirsa, boshqalari ommaviy iste'mol segmentiga mo'ljallangan marketing strategiyalarini qo'llaydi. Bunday strategik yondashuv kompaniyalarga o'z brendlarini bozorda samarali pozitsiyalash hamda maqsadli auditoriyani shakllantirish imkonini beradi.

Shuningdek, avtomobil sanoatida brend strategiyasini rivojlantirishda raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish ham muhim rol o'ynaydi. Ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklama platformalari hamda marketing analitikasi vositalari kompaniyalarga marketing strategiyalarini yanada samarali tashkil etish imkonini bermoqda. Tadqiqotlarga ko'ra, avtomobil xaridorlarining katta qismi avtomobil sotib olishdan oldin internet orqali mahsulot haqida ma'lumot izlaydi [15]. Shu sababli kompaniyalar raqamli marketing vositalaridan keng foydalanib, iste'molchilar bilan samarali kommunikatsiya o'rnatishga intilmoqda.

O'zbekiston avtomobil sanoati ham so'nggi yillarda jadal rivojlanayotgan tarmoqlardan biri hisoblanadi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023-yilda mamlakatda 420 mingdan ortiq avtomobil ishlab chiqarilgan bo'lsa, 2024-yilda ushbu ko'rsatkich 430 mingdan ortiq transport vositasini tashkil etgan. Shu bilan birga, mamlakat avtomobil bozorida yangi avtomobillar savdosi ham ortib bormoqda.

So'nggi yillarda avtomobil sanoatini modernizatsiya qilish, yangi ishlab chiqarish quvvatlarini yaratish hamda xalqaro hamkorlikni rivojlantirishga qaratilgan qator investitsiya loyihalari amalga oshirilmoqda. Ushbu jarayon avtomobil sanoati korxonalarida marketing strategiyalarini takomillashtirish hamda milliy avtomobil brendlarining raqobatbardoshligini oshirish zaruratini kuchaytirmoqda.

Shu nuqtai nazardan, raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish mamlakat avtomobil sanoatining barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqotda raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarining nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilindi. Olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, zamonaviy avtomobil sanoatida raqobatning kuchayishi korxonalaridan marketing boshqaruvi tizimini takomillashtirishni hamda brend strategiyasini strategik rivojlanishning muhim elementi sifatida ko'rib chiqishni talab etadi.

Avtomobil kompaniyalari uchun brend strategiyasi nafaqat mahsulotni bozorda farqlash vositasi, balki iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish, brend kapitalini oshirish hamda bozorda barqaror pozitsiyani egallashga xizmat qiluvchi muhim strategik instrument hisoblanadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, avtomobil sanoatida brend strategiyasining samaradorligi marketing kommunikatsiyalarining rivojlanganligi, innovatsion texnologiyalarni joriy etish darajasi, iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish hamda servis xizmatlarining sifatiga bevosita bog'liqdir. Shu bilan birga, kompaniyalar tomonidan brendni pozitsiyalash strategiyasining to'g'ri tanlanishi ham korxonaning bozordagi raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o'ynaydi.

Bozor segmentatsiyasi asosida ishlab chiqilgan brend strategiyalari kompaniyalarga maqsadli auditoriyani aniqlash hamda marketing faoliyatini samarali tashkil etish imkonini beradi. Tahlillar shuni ham ko'rsatdiki, avtomobil sanoatida innovatsion texnologiyalarni joriy etish brend strategiyasini rivojlantirishning muhim mexanizmlaridan biri hisoblanadi. Elektromobillar, ekologik transport vositalari hamda aqlli transport tizimlari kabi innovatsiyalar kompaniyalarning texnologik ustunligini ta'minlab, brend imijining shakllanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Bundan tashqari, marketing kommunikatsiyalarining zamonaviy vositalaridan foydalanish, jumladan, raqamli marketing texnologiyalarini joriy etish ham brend strategiyasining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Olib borilgan tadqiqot natijalariga asoslanib, avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha quyidagi ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqildi:

Birinchiidan, avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini ishlab chiqish jarayonini marketing boshqaruvi tizimi bilan integratsiya qilish zarur. Marketing strategiyasining korxonada rivojlanish strategiyasi bilan uyg'unlashuvi kompaniyaning bozordagi pozitsiyasini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Ikkinchiidan, marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirish hamda zamonaviy reklama va PR vositalaridan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Marketing kommunikatsiyalarining samarali tashkil etilishi brendning tanilish darajasini oshiradi hamda iste'molchilar ongida ijobiy brend imijini shakllantiradi.

Uchinchiidan, avtomobil sanoatida innovatsion marketing strategiyalarini joriy etish lozim. Innovatsion marketing texnologiyalaridan foydalanish kompaniyalarga yangi bozor segmentlarini egallash hamda marketing faoliyatining samaradorligini oshirish imkonini beradi.

To'rtinchiidan, iste'molchilar ehtiyojlari va xulq-atvorini chuqur o'rganishga asoslangan marketing strategiyalarini ishlab chiqish zarur. Bozor tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan marketing strategiyalari brend strategiyasining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.



Beshinchidan, rivojlanayotgan mamlakatlarda, jumladan, O'zbekiston avtomobil sanoatida milliy avtomobil brendlarini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratish zarur. Ushbu jarayon marketing kommunikatsiyalarini takomillashtirish, servis xizmatlarini rivojlantirish hamda innovatsion texnologiyalarni joriy etish orqali amalga oshirilishi mumkin.

Umuman olganda, raqobat muhitida avtomobil sanoati korxonalarida brend strategiyasini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish korxonalarning marketing faoliyatini rivojlantirish hamda ularning bozordagi raqobatbardoshligini oshirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi.

Kelgusida ushbu yo'nalishda olib boriladigan ilmiy tadqiqotlar marketing strategiyalarini chuqur tahlil qilish, innovatsion marketing texnologiyalarini joriy etish hamda avtomobil sanoatida brend boshqaruvi tizimini takomillashtirishga qaratilishi maqsadga muvofiqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Hollensen, S. Marketing Management: A Relationship Approach. 3rd ed. Pearson Education Limited, 2015. – 824 p.
2. Kapferer, J. The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. 5th ed. London: Kogan Page, 2012. – 512 p.
3. European Automobile Manufacturers Association (ACEA). Economic and Market Report: Automotive Industry Trends. Brussels, 2024. – 110 p.
4. UzAuto Motors. Financial Statements UAM 1H-2025. Available at: <https://uzautomotors.com/documents/financial-statements-uam-1h-2025-with-signature-and-stamp.pdf>
5. Holt, D. How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding. Boston: Harvard Business School Press, 2004. – 256 p.
6. Ambler, T. Marketing and the Bottom Line: The Marketing Metrics to Pump Up Cash Flow. 2nd ed. London: Financial Times Prentice Hall, 2003. – 336 p.
7. Jobber, D., Ellis-Chadwick, F. Principles and Practice of Marketing. 8th ed. London: McGraw-Hill Education, 2016. – 896 p.
8. Wheeler, A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 5th ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2017. – 352 p.
9. Романов А., Корлюгов Ю. Маркетинг. Москва: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. – 560 с.
10. Карпова В. Маркетинговые коммуникации. Москва: Юрайт, 2015. – 304 с.
11. Голубков Е. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. Москва: Финпресс, 2010. – 496 с.
12. Abdullayev, Q. Marketing. Toshkent: Fan nashriyoti, 2016. – 356 b.
13. World Bank. Global Economic Prospects. Washington, DC: World Bank Publications, 2024. – 256 p.
14. Черенков В. Международный маркетинг. Санкт-Петербург: Питер, 2010. – 384 с.
15. McKinsey & Company. The Future of Mobility: Transforming the Automotive Industry. McKinsey Global Institute Report, 2023. – 150 p.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2026. № 4

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

Ei.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>