

AVTOMOBIL SANOATIDA EKSPORT HAJMINI OSHIRISHDA XALQARO MARKETING STRATEGIYASI AHAMIYATI

Akramov Tohir Abdirahmonovich

TDIU, Marketing kafedrası professori, i.f.d.

Annotatsiya

Ushbu maqolada avtomobil sanoatida eksport hajmini oshirishda xalqaro marketing strategiyasining oʻrni va ahamiyati tadqiq etilgan. Jahon avtomobil bozorining hozirgi holati, mintaqaviy ishlab chiqarish dinamikasi hamda yetakchi avtomobil ishlab chiqaruvchilarning xalqaro bozorlarga chiqish strategiyalari tahlil qilingan. Tadqiqot natijasida mahsulot, narx, taqsimot va ragʻbatlantirish strategiyalarining eksport samaradorligiga taʼsiri aniqlangan. Lokalizatsiya va raqamli marketing vositalarining zamonaviy ahamiyati ochib berilgan.

Kalit soʻzlar: avtomobil sanoati, eksport, xalqaro marketing, marketing strategiyasi, lokalizatsiya, raqamli marketing, global bozor.

Аннотация

В данной статье исследуется роль и значение международной маркетинговой стратегии в увеличении объема экспорта в автомобильной промышленности. Проанализировано текущее состояние мирового автомобильного рынка, региональная динамика производства, а также стратегии выхода на международные рынки ведущих автопроизводителей. В результате исследования выявлено влияние стратегий продукта, цены, распределения и стимулирования на эффективность экспорта. Также раскрыта современная значимость локализации и цифровых маркетинговых инструментов.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, экспорт, международный маркетинг, маркетинговая стратегия, локализация, цифровой маркетинг, глобальный рынок.

Abstract

This article explores the role and importance of international marketing strategy in increasing export volumes in the automotive industry. It analyzes the current state of the global automotive market, regional production dynamics, and the international market entry strategies of leading automakers. The study identifies the impact of product, pricing, distribution, and promotion strategies on export efficiency. Additionally, the modern relevance of localization and digital marketing tools is highlighted.

Keywords: automotive industry, export, international marketing, marketing strategy, localization, digital marketing, global market.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida avtomobil sanoati strategik ahamiyatga ega boʻlgan tarmoqlardan biri hisoblanadi. Ushbu sektorning global miqyosdagi hajmi 2024 yilda 2,8 trillion AQSh dollariga yetgan boʻlib, u millionlab ish oʻrinlarini taʼminlaydi hamda koʻplab mamlakatlar uchun asosiy eksport manbai vazifasini bajaradi [1]. Globallashuv jarayonlarining chuqurlashuvi sharoitida avtomobil ishlab chiqaruvchilar

nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro miqyosda ham raqobatbardosh bo‘lish zaruratiga duch kelmoqda.

Xalqaro bozorlarning o‘ziga xos xususiyatlari, iste‘molchi xatti-harakatlari, madaniy farqlar va tartibga solish muhitidagi tafovutlar avtomobil kompaniyalaridan moslashuvchan marketing yondashuvlarini talab etadi. Bu borada xalqaro marketing strategiyasi muhim vosita sifatida namoyon bo‘ladi. Xalqaro marketing strategiyasi korxonaning tashqi bozorlarga muvaffaqiyatli kirib borishi, mahalliy iste‘molchilar talablariga moslashishi va raqobatbardoshligini ta‘minlashda hal qiluvchi o‘rin tutadi [2].

Tadqiqotning maqsadi avtomobil sanoatida eksport hajmini oshirishda xalqaro marketing strategiyasining rolini nazariy va amaliy jihatdan o‘rganish, jahon tajribasini tahlil qilish hamda samarali strategik yondashuvlarni aniqlashdan iborat. Tadqiqot predmeti sifatida avtomobil eksporti va xalqaro marketing strategiyasi o‘rtasidagi bog‘liqlik tanlangan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Xalqaro marketing nazariyasi P. Kotler va G. Armstrong [3] tomonidan ishlab chiqilgan marketing aralashmasi (4P) konsepsiyasiga asoslanadi. Ushbu yondashuv mahsulot (Product), narx (Price), joy (Place) va rag‘batlantirish (Promotion) elementlarini o‘z ichiga oladi. Keyinchalik ushbu model 7P ga kengaytirilgan bo‘lib, xizmat ko‘rsatish sohasi uchun odamlar (People), jarayon (Process) va jismoniy dalillar (Physical evidence) qo‘shilgan.

Avtomobil sanoatida xalqaro marketing strategiyalari bo‘yicha tadqiqotlar orasida Toyota kompaniyasining global kengayish tajribasi alohida o‘rin tutadi. Nkomo [4] ta’kidlashicha, Toyota kompaniyasi dastlab eksport strategiyasidan foydalangan, keyinchalik qo‘shma korxonalar tashkil etgan va nihoyat mahalliy ishlab chiqarish zavodlarini barpo etgan. Bunday bosqichma-bosqich yondashuv kompaniyaga turli mintaqalarda mustahkam pozitsiyalarni egallash imkonini bergan.

Muharram va boshqalar [5] avtomobil sanoatida marketing strategiyalarini tahlil qilib, raqamli texnologiyalarning ortib borayotgan ahamiyatini qayd etishgan. Ularning fikricha, zamonaviy avtomobil kompaniyalari raqobatbardoshligini saqlash uchun mahsulot innovatsiyalari, eksport bozorlarini kengaytirish va raqamli marketing vositalarini faol qo‘llashi zarur.

Lokalizatsiya strategiyasi bo‘yicha Phrase [6] tadqiqoti avtomobil sanoatida mahalliyashtirish jarayonini chuqur o‘rgangan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, lokalizatsiya nafaqat tilni tarjima qilish, balki mahsulotlarni, xizmatlarni va marketing sa’y-harakatlarini maqsadli bozorning o‘ziga xos ehtiyojlari, afzalliklari va tartibga solish talablariga moslashtirish jarayonini o‘z ichiga oladi.

Morgan va boshqalar [7] eksport marketing imkoniyatlarini uch guruhga bo‘lishgan: arxitektura marketing imkoniyatlari, ixtisoslashtirilgan marketing imkoniyatlari va dinamik marketing imkoniyatlari. Ushbu tasnif korxonalariga o‘z eksport strategiyalarini tizimli ravishda ishlab chiqish va amalga oshirish imkonini beradi.

AlixPartners [8] ma'lumotlariga ko'ra, 2030 yilga kelib Xitoy brendlari jahon avtomobil bozorining 33 foizini egallashi kutilmoqda. Bu ko'rsatkich xitoylik ishlab chiqaruvchilarning agressiv xalqaro kengayish strategiyasi samaradorligini ko'rsatadi. Xitoy kompaniyalarining muvaffaqiyati xarajatlar bo'yicha ustunlik, mahalliyashtirish strategiyalari va texnologik innovatsiyalarga asoslanadi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv va ilmiy umumlashtirish metodlari qo'llanilgan. Qiyosiy tahlil metodi turli mamlakatlar va kompaniyalarning xalqaro marketing strategiyalarini solishtirish imkonini berdi. Tizimli yondashuv eksport samaradorligi va marketing strategiyasi elementlari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlashga xizmat qildi.

Ma'lumotlar bazasi sifatida Xalqaro Avtomobil Ishlab Chiqaruvchilar Tashkiloti (OICA), Yevropa Avtomobil Ishlab Chiqaruvchilar Assotsiatsiyasi (ACEA), Canalys va AlixPartners analitik kompaniyalari hisobotlari ishlatilgan. Tadqiqot davrini 2020-2024 yillar tashkil etadi, bu esa pandemiyadan keyingi tiklanish va hozirgi bozor holatini tahlil qilish imkonini berdi.

Xalqaro marketing strategiyasi konseptual modeli P. Kotler [3] tomonidan ishlab chiqilgan 4P modeliga asoslanib, avtomobil sanoatiga moslashtirilgan. Modelda mahsulot strategiyasi, narx strategiyasi, taqsimot kanallari, rag'batlantirish strategiyasi, lokalizatsiya strategiyasi va raqamli marketing kabi elementlar ajratib ko'rsatilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Jahon avtomobil bozorining hozirgi holati. OICA ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yilda jahonda taxminan 92,5 million avtomobil ishlab chiqarilgan [9]. Bu 2023 yildagi 93,5 million birlikka nisbatan 1,1 foizga pasayishni ko'rsatadi. Shunga qaramay, bu ko'rsatkich pandemiyadan oldingi 2019 yildagi 91,8 million birlikdan yuqori bo'lib, sanoatning tiklanganligini bildiradi.

1-jadval.

Jahon avtomobil ishlab chiqarishi dinamikasi (2020-2024)¹

Yil	Ishlab chiqarish (mln dona)	O'sish sur'ati (foizda)
2020	77,6	-16,0
2021	80,1	+3,2
2022	85,0	+6,1
2023	93,5	+10,0
2024	92,5	-1,1

Mintaqaviy taqsimot bo'yicha Osiyo-Tinch okeani mintaqasi yetakchi pozitsiyani saqlab qolmoqda. 2024 yilda ushbu mintaqada 53,8 million avtomobil ishlab chiqarilgan bo'lib, bu jahon ishlab chiqarishining 58,2 foizini tashkil etadi [10]. Xitoy yakka o'zi 31,3 million birlik ishlab chiqarib, jahon yetakchisi maqomini

¹ Manba: OICA (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers), 2025 [9]

mustahkamlagan. Yevropa 17,2 million birlik bilan ikkinchi o‘rinda, AQSh esa 10,5 million birlik bilan uchinchi o‘rinda turadi.

2-jadval.

2024 yilda mintaqalar bo‘yicha avtomobil ishlab chiqarish ulushi¹

Mintaqa	Ishlab chiqarish (mln)	Ulushi (foizda)
Osiyo-Tinch okeani	53,8	58,2
Yevropa	17,2	18,6
Shimoliy Amerika	14,6	15,8
Janubiy Amerika	3,9	4,2
Boshqa mintaqalar	3,0	3,2

Xalqaro marketing strategiyasining asosiy elementlari. Avtomobil sanoatida eksport hajmini oshirishda xalqaro marketing strategiyasining quyidagi asosiy elementlari hal qiluvchi ahamiyatga ega:

3-jadval.

Xalqaro marketing strategiyasining asosiy elementlari va ularning eksportga ta’siri²

Strategiya elementi	Asosiy xususiyatlari	Eksportga ta’siri
Mahsulot strategiyasi	Mahalliy bozor talablariga moslashtirilgan model va jihozlar	Yuqori
Narx strategiyasi	Raqobatbardosh narxlash, mahalliy xarid qobiliyatini hisobga olish	Yuqori
Taqsimot strategiyasi	Dilerlik tarmoqlari, logistika infratuzilmasi	O‘rta
Rag‘batlantirish	Mahalliy madaniyatga mos reklama kampaniyalari	Yuqori
Lokalizatsiya	Mahalliy ishlab chiqarish, qo‘shma korxonalar	Juda yuqori
Raqamli marketing	Onlayn platformalar, ijtimoiy tarmoqlar, SEO	Yuqori

Yuqoridagi jadvalda keltirilgan marketing strategiyasi elementlari o‘zaro bog‘liq tizimni tashkil etadi. Har bir element eksport hajmiga bevosita yoki bilvosita ta’sir ko‘rsatadi. Lokalizatsiya strategiyasi eng yuqori ta’sir darajasiga ega bo‘lib, u tariflar va savdo to‘siqlarini chetlab o‘tish, mahalliy iste’molchilar ishonchini qozonish va xarajatlarni kamaytirish imkonini beradi.

Yetakchi kompaniyalar tajribasi. Toyota kompaniyasining xalqaro kengayish strategiyasi e’tiborga loyiq namuna hisoblanadi. Kompaniya 1960-yillarda milliy darajadagi strategiyadan boshlagan va keyinchalik global yondashuvga o‘tgan [4]. Toyota eksport faoliyatini 1947 yilda Misr qiroliga avtomobil yetkazib berish bilan boshlagan. Keyinchalik kompaniya qo‘shma korxonalar tashkil etish va mahalliy ishlab chiqarish zavodlarini barpo etish strategiyasiga o‘tgan.

¹ Manba: OICA ma’lumotlari asosida muallif tomonidan hisoblangan, 2025 [9, 10]

² Manba: Muallif tomonidan tuzilgan

4-jadval.

Yetakchi avtomobil eksport qiluvchi mamlakatlar (2024)¹

O‘rin	Mamlakat	Eksport hajmi (mln)	Asosiy strategiya
1	Xitoy	6,41	To‘liq sanoat zanjiri eksporti
2	Yaponiya	4,42	Sifat va ishonchlilik strategiyasi
3	Germaniya	3,10	Premium segment strategiyasi
4	Janubiy Koreya	2,30	Innovatsion texnologiyalar
5	Meksika	1,80	Mintaqaviy integratsiya

BYD kompaniyasining xalqaro kengayish strategiyasi zamonaviy yondashuvning yorqin namunasi hisoblanadi. Kompaniya 2024 yilda 407 700 birlik avtomobil eksport qilgan bo‘lib, bu yillik o‘shish sur‘ati 71 foizni tashkil etgan [11]. BYD texnologiya, kapital va mahsulotlarni eksport qilish orqali "to‘liq sanoat zanjiri" strategiyasini amalga oshirmoqda. Kompaniya Vengriya, Braziliya va Tailandda mahalliy ishlab chiqarish zavodlarini barpo etish orqali tariflar va savdo to‘siqlarini chetlab o‘tish strategiyasini qo‘llamoqda [12].

Raqamli marketing vositalari. Zamonaviy avtomobil sanoatida raqamli marketing vositalari muhim ahamiyat kasb etmoqda. Tadqiqotlar ko‘rsatishicha, potentsial xaridorlarning 92 foizi avtomobil sotib olishdan oldin onlayn tadqiqot o‘tkazadi [13]. Raqamli marketing imkoniyatlari quyidagilarni o‘z ichiga oladi: qidiruv tizimlarini optimallashtirish (SEO), ijtimoiy tarmoqlarda marketing, video kontent yaratish va ta‘sir etuvchi shaxslar bilan hamkorlik. 2024 yilda avtomobil sohasi qidiruv reklamalarining konversiya darajasi 6,49 foizni tashkil etgan [14].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, xalqaro marketing strategiyasi avtomobil sanoatida eksport hajmini oshirishning hal qiluvchi omili hisoblanadi. Marketing aralashmasi elementlari: mahsulot, narx, taqsimot va rag‘batlantirish strategiyalarining samarali kombinatsiyasi eksport muvaffaqiyatini ta‘minlaydi. Xitoy, Yaponiya va Germaniya kabi yetakchi eksportchilarning tajribasi shuni ko‘rsatadiki, lokalizatsiya strategiyasi va raqamli marketing vositalari eksport samaradorligini sezilarli darajada oshiradi.

Tadqiqot asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Birinchiidan, avtomobil ishlab chiqaruvchilar maqsadli bozorlarning o‘ziga xos xususiyatlarini chuqur o‘rganishi va mahsulotlarini mahalliy talablarga moslashtirilishi zarur. Bu jarayon nafaqat texnik xarakteristikalarini, balki dizayn va jihozlarni ham qamrab olishi kerak.

Ikkinchiidan, raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish muhim ahamiyatga ega. Ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlarini optimallashtirish va video kontent yaratish orqali maqsadli auditoriyaga samarali yetib borish mumkin.

Uchinchiidan, lokalizatsiya strategiyasini qo‘llash, ya‘ni maqsadli bozorlarda mahalliy ishlab chiqarish zavodlarini barpo etish yoki qo‘shma korxonalar tashkil etish tariflar va savdo to‘siqlarini chetlab o‘tish, xarajatlarni kamaytirish va mahalliy iste‘molchilar ishonchini qozonish imkonini beradi.

To‘rtinchiidan, strategik sherikliklar va alyanslar o‘rnatish, mahalliy distribyutorlar va dilerlik tarmoqlari bilan hamkorlik qilish eksport faoliyatini muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun zarur shart-sharoit hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. ICAEW. Global automotive manufacturing: industry profile. 2025.
<https://www.icaew.com/library/industry-profiles/automotive-manufacturing>

¹ Manba: OICA, AutoCango News, 2025 [9, 11]

2. Gliga G., Evers N. International dynamic marketing capabilities: developments and a research agenda // International Marketing Review. 2024. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/imr-10-2023-0283/full/html>
3. Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing. 18th ed. Pearson, 2024.
4. Nkomo T. Analysis of Toyota Motor Corporation. Harvard University. https://scholar.harvard.edu/files/tnkomo/files/analysis_of_toyota.pdf
5. Muharram A.R., Febriansyah F., Azmy A. Strategic Marketing Approaches For Automotive Industries: A Literature Review Study // Dinasti International Journal of Education Management And Social Science. 2024. Vol. 6(2). P. 928-934. <https://dinastipub.org/DIJEMSS/article/view/3551>
6. Phrase. Harnessing the Potential of Automotive Localization for Global Expansion: 10 Best Practices. 2025. <https://phrase.com/blog/posts/automotive-localization/>
7. Morgan N.A., Katsikeas C.S., Vorhies D.W. Export marketing strategy implementation, export marketing capabilities, and export venture performance // Journal of the Academy of Marketing Science. 2012. Vol. 40(2). P. 271-289.
8. AlixPartners. 2024 AlixPartners Global Automotive Outlook. 2024. <https://www.alixpartners.com/newsroom/2024-alixpartners-global-automotive-outlook/>
9. OICA. Production Statistics. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. 2025. <https://oica.net/production-statistics/>
10. Bosson Research. Key Data of Global Auto Market in 2024. 2025. <https://bossonresearch.com/productinfo/3586424.html>
11. AutoCango News. World No. 1: China Exports 6.41 Million Vehicles in 2024. 2025. <https://www.autocango.com/news-detail/china-auto-exports-2024-full-chain-strategy>
12. AInvest. BYD's Strategic Shift to Global Markets. 2025. <https://www.ainvest.com/news/byd-strategic-shift-global-markets-growth-engine-domestic-slowdown-2512/>
13. KORTX. 12 Automotive Marketing Trends to Watch in 2025. 2025. <https://kortx.io/news/automotive-marketing-trends/>
14. Taboola. Automotive Marketing Trends 2025: Global Shifts Marketers Should Know Of. 2025. <https://www.taboola.com/marketing-hub/automotive-marketing-trends/>
15. ACEA. Economic and Market Report: Global and EU auto industry — Full year 2024. 2025. <https://www.acea.auto/publication/economic-and-market-report-global-and-eu-auto-industry-full-year-2024/>
16. Canalys. Chinese-owned brands' passenger vehicle exports expected to reach 4.5 million in 2024. 2024. <https://canalys.com/newsroom/china-vehicle-export-in-2024>
17. TechNode. The Path to Globalization of China's Automotive Industry. 2024. <https://technode.com/2024/09/11/the-path-to-globalization-of-chinas-automotive-industry-2024/>
18. MBA Knowledge Base. Case Study of Toyota: International Entry Strategies. 2024. <https://www.mbaknol.com/management-case-studies/case-study-of-toyota-international-entry-strategies/>
19. Driftrock. 10 Automotive Marketing Trends That Will Rule 2024. 2024. <https://www.driftrock.com/blog/10-automotive-marketing-trends-that-will-rule-2024>
20. KPMG. Navigating the Future of Localization in Automotive. 2025. <https://kpmg.com/us/en/articles/2025/navigating-future-of-localization-automotive.html>
21. NielsenIQ. Global automotive trends to watch 2024. 2024. <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/global-automotive-trends-to-watch-2024/>
22. Statista. Motor vehicle production worldwide by type. 2024. <https://www.statista.com/statistics/1097293/worldwide-motor-vehicle-production-by-type/>
23. CleanTechnica. Unpacking The BYD Plan To Become A Global Company. 2024. <https://cleantechnica.com/2024/10/17/unpacking-the-byd-plan-to-become-a-global-company/>
24. MarkLines. Chinese OEM Overseas Expansion Activities: BYD, Geely. 2024. https://www.marklines.com/en/report/rep2722_202408
25. Promodo. Automotive Industry Digital Marketing Guide. 2024. <https://www.promodo.com/blog/the-complete-guide-to-digital-marketing-for-the-automotive-industry>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhah:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, iyul, 7-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOST 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**