

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



MARKETING
INNOVATSIYA
BRENDING
SAVDO
RAQAMLI
TADQIQOT
BIZNES



№ 6 - SON

2025-YIL, IYUN

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621



OPEN ACCESS





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

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

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

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

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdirahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti "Menejment va marketing" kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Elektron nashr 316 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 30-iyunda ruxsat etildi

MUNDARIJA

LOYIHALASHTIRISH TASHKILOTLARIDA SIFATNI BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHNING ILMIY-USLUBIY ASOSLARI.....	6
Buriyev Xakim Toshimovich, Usmonov Ilxom Achilovich, Murodov Rustam Toxir o‘g‘li	
XARIDORLAR QAROR QABUL QILISH JARAYONIDA NAFLILIK OMILINING ROLI: SMARTFONLAR BOZORI MISOLIDA MARKETING TADQIQOTI.....	14
Ergashxodjaeva Shaxnoza Djasurovna, Ro‘zmamatov Abbos Tolibjon o‘g‘li	
O‘ZBEKISTONDA IQTISODIY O‘SISHNI TA’MINLASHDA QISHLOQ XO‘JALIGI TARMOQLARIGA INVESTITSİYALARNI JALB ETISH BO‘YICHA XORIJIY TAJRIBALARNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	21
Sirojiddin Yangiboev Juramurodovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARINI QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORI ORQALI MOLIYALASHTIRISH	31
Berdaliyev Javohir Jahongir o‘g‘li	
XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASIDA HUDUDIY MARKETINGNING RIVOJLANISH MODELI	42
Boltayev Jasurbek G‘ulomovich	
OLIY TA’LIM MUASSASALARIDA KADRLARNI TANLASH VA SARALASH MEXANIZMLARINING SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH VA UNING TA’LIM SIFATIGA TA’SIRI.....	51
Ibragimova Sevara Kabildjanovna	
KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INVESTITSIYA FAOLIYATI SHAKLLANISH JARAYONLARI TAHLILI.....	58
Jurayev Elyorbek Sobirjon o‘g‘li	
IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISHDA HUDUDIY BOSHQARUV TIZIMINI SHAKLLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY OMILLARI.....	65
Mahmudov Bahriddin Jo‘rayevich	
O‘ZBEKISTON MINTAQALARINING IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANISHINI BAHOLASHGA ILMIY VA NAZARIY YONDASHUVLAR.....	74
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturboyevich	
IQTISODIY RIVOJLANISHNING IKKI OMILI: YASHIL IQTISODIYOT VA MAKROIQTISODIY BARQARORLIK.....	84
Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, Qurbonova Aziza Shavkatovna	
SERVIS LOGISTIKASI TASNIFI VA UNI BAHOLASHGA YONDASHUVLAR	90
Rajabov Orzujon Mamasoliyevich	
TEMIR YO‘L TRANSPORTINING IQTISODIY KO‘RSATKICHLARI: TAHLIL VA BAHOLASH	100
Raximov Xasan Shukurjonovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYAGA YO‘NALTIRILGAN ERP TIZIMLARINI JORIY ETISH ORQALI RAQAMLI IMKONIYATLARNI KENGAYTIRISH	109
Azizov Abdulla Abdisalamovich	

DEVELOPMENT TRENDS OF YOUTH TOURISM IN UZBEKISTAN: PROBLEMS AND PROSPECTS.....	116
Samiyev Siroj Saitovich, Umurzoqova Shakhnoza Shukhrat kizi	
MINTAQA RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHDA INVESTITSIYA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	122
Sapayeva Fazilat Norbayevna	
AVTOMOBILSOZLIKDA MAHALLIYLASHTIRISH: YAGONA RIVOJLANISH YO'LI	128
Qobilov Rustam Shuhrat o'g'li	
MADANIYAT SOHASI MUASSASALARINI BUXGALTERIYA HISOBINING O'ZIGA XOS JIHATLARI.....	138
Annayev Abdurasul Abdurashidovich	
YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARINING XORIJ TAJRIBALARI.....	144
Narzullayeva Ozoda Qahramon qizi	
ONLAYN SAVDO MAYDONCHALARIDA TOVARLAR SAVDOSINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH.....	150
Baxromov Xudoyor Xabibullo o'g'li	
АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	156
Икрамов Акбар Фарход угли	
TIJORAT BANKLARIDA REBRENDING VOSITASIDA MARKETING INNOVATSIYALARINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI	165
Mirzajonova Maftunaxon Jaxongir qizi	
ИННОВАЦИОННЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРОВ: ИНТЕГРАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ГЛОБАЛЬНУЮ ИННОВАЦИОННУЮ СЕТЬ	172
Усманова Нозимахон Икрам кизи	
NAMANGAN VILOYATIDA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI RIVOJLANISHI YO'LLARI.....	178
Alimatova Shoxsanam Abdumalik qizi	
АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В УЗБЕКИСТАНЕ	184
Алимова Шахноза Октямовна	
HUDUDLARNING TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA XORIJIY TAJRIBALARDAN FOYDALANISH.....	194
Maksumov Azizxon Nodir o'g'li	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ	203
Захарова Ирина Борисовна, Непейвода Андрей Николаевич	

MOYLI EKINLAR YETISHTIRUVCHI FERMER XO‘JALIKLARIDA MARKETING TADQIQOTLARIDAN FOYDALANISHNING USLUBIY JIHATLARI.....	211
Valiyeva Aziza Anvar qizi	
MINTAQALARDA SANOAT TARMOG‘I SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	219
Mirzayeva Intizor Ergashevna	
STRATEGIK MARKETING YONDASHUVLARI ASOSIDA MATBAA KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH	228
Xolmirzaeva Feruza Abdullaevna	
XUSUSIY TA‘LIM MUASSASALARINING IJOBIY IMIJINI BELGILOVCHI ASOSIY OMILLAR	235
Odilova Sitara Sayfitdin qizi	
SOLIQ MA‘MURCHILIGINI YANADA TAKOMILLASHTIRISH VA RAQAMLASHTIRISH YUZASIDAN 2026-YILDA SOLIQ SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISH YUZASIDAN ISHLAB CHIQLGAN TAHLIL VA TAKLIFLAR	243
Normurzayev Umid Xolmurzayevich	
QORAQALPOG‘ISTON RESPUBLIKASIDAGI QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARIDA BOSHQARUVNING ZAMONAVIY HOLATI	257
Fayzullayev Jonibek Mambetsaliy o‘g‘li, Ollayorov Behruzbek Sardor o‘g‘li	
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	264
Акрамов Бурибек Фахриддин угли	
OLIY TA‘LIM MUASSASALARI UCHUN DUAL TA‘LIMNING AFZALLIKLARI	272
Karimov Muzaffar Abdumalik o‘g‘li	
SANOAT ISHLAB CHIQRISHIDA SUN‘IY INTELLEKT ASOSIDA JARAYONLARNI OPTIMALLASHTIRISH	278
Rixsiboyev Nozimbek Abdurasul o‘g‘li	
KICHIK BIZNES EKSPORT SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISH BAHOLASH MODELINING ILMIY ASOSLARI VA HUDUDIY AMALIYOTI.....	287
Mamadjanova Tuyg‘unoy Axmadjanovna	
MINTAQADA INVESTITSION SALOHIYATNI OSHIRISHNING XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASI	297
Qobilov Anvar Eshpo‘lotovich	
HUDUDIY INNOVATSION SIYOSATNI TAKOMILLASHTIRISHDA XORIJ TAJRIBALARINI INSTITUTSIONAL ADAPTATSIYA QILISH IMKONIYATLARI	305
G‘aniyev Sanjar Poziljon o‘g‘li	

AVTOMOBILSOZLIKDA MAHALLIYLASHTIRISH: YAGONA RIVOJLANISH YO‘LI

Qobilov Rustam Shuhrat o‘g‘li

“O‘zavtosanoat” AJ Mahalliyashtirish va kooperatsiya
aloqalarini rivojlantirish boshqarmasi bosh mutaxassisi,
Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti mustaqil izlanuvchisi

ORCID: 0009-0008-1532-6878

Email: r.kobilov95@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada joriy sanoat siyosati va texnologik transformatsiyalar jarayonida O‘zbekiston avtomobilsozlik sanoatida butlovchi qismlarini mahalliyashtirishni rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari ko‘rib chiqiladi. Mahalliyashtirishni rag‘batlantirish bo‘yicha turli yondashuvlarga ega uch mamlakat — Turkiya (kooperatsiyaga asoslangan), Braziliya (davlat qo‘llab quvvatlashiga asoslangan) va Janubiy Koreya (eksport-innovatsion) tajribasining qiyosiy tahlili o‘tkazildi. Bunda davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash vositalari, mahalliy yetkazib beruvchilarni qo‘shimcha qiymat zanjiriga jalb qilish muammolari, qo‘shma korxonalarning roli va mahalliyashtirish loyihalarini moliyalashtirish masalalari ko‘rib chiqiladi. O‘zbekistonda avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirishning asosiy muammolari, jumladan, kooperatsiya imkoniyatlari cheklanganligi, ikkinchi darajali yetkazib beruvchilarning zaif rivojlanishi va yuqori texnologiyali butlovchi qismlar importiga bog‘liqligi aniqlangan. Maqolada O‘zbekistonning avtomobilsozlik sanoatini iqtisodiy va institutsional sharoitlariga moslashtirilgan xalqaro tajribaga asoslangan barqaror mahalliyashtirish modelini shakllantirish bo‘yicha tavsiyalar berilgan.

Kalit so‘zlar: mahalliyashtirish, avtomobil butlovchi qismlari, avtomobilsozlik, davlat sanoat siyosati, Turkiya, Braziliya, Janubiy Koreya.

Аннотация

В статье рассматриваются особенности развития локализации автокомпонентов в автомобильной промышленности Узбекистана в контексте современной промышленной политики и технологических преобразований. Проведен сравнительный анализ опыта трёх стран с разными подходами к содействию локализации — Турции (кооперационный), Бразилии (основанный на государственной поддержке) и Южной Кореи (экспортно-инновационный): рассматриваются инструменты государственной поддержки, проблемы привлечения местных поставщиков в цепочку создания добавленной стоимости, роль совместных предприятий и вопросы финансирования проектов локализации. Выявлены основные проблемы локализации автокомпонентов в Узбекистане, включая ограниченные возможности кооперации, слабое развитие вторичных поставщиков и зависимость от импорта высокотехнологичных комплектующих. В статье даны рекомендации по формированию устойчивой модели локализации на основе международного опыта, адаптированной к экономическим и институциональным условиям Узбекистана.

Ключевые слова: локализация, автокомпоненты, автомобильная промышленность, государственная промышленная политика, Турция, Бразилия, Южная Корея.

Abstract

The article examines the features of the development of localization of auto components in the automotive industry of Uzbekistan in the context of modern industrial policy and technological transformations. A comparative analysis of the experience of three countries with different approaches to promoting localization is carried out — Turkey (cooperative), Brazil (state-supported), and South Korea (export-innovative). The instruments of state support, problems of integrating local suppliers into the value chain, the role of joint ventures, and issues of financing localization projects are considered. The main problems of auto component localization in Uzbekistan are identified, including limited opportunities for cooperation, weak development of secondary suppliers, and dependence on imports of high-tech components. The article provides recommendations for the formation of a sustainable localization model based on international experience, adapted to the economic and institutional conditions of Uzbekistan.

Keywords: localization, auto components, automotive industry, state industrial policy, Turkey, Brazil, South Korea.

KIRISH

So‘nggi yillarda O‘zbekistonni sanoat salohiyatini oshirish va ishlab chiqarish sanoatini rivojlantirish yo‘lida faol ishlar amalga oshirilmoqda. Mazkur strategiya yirik yetakchi yo‘nalishi — iqtisodiy o‘rnatish, yangi ish o‘rinlari yaratish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va eksport salohiyatini rivojlantirishning muhim omili bo‘lgan avtomobilsozlik sanoatidir. Avtotransport vositalariga ichki talab ortib borayotgani, modellar assortimentini kengaytirish va xorijiy investitsiyalarni jalb etish sharoitida soha oldida strategik vazifa — butlovchi qismlarni yanada chuqur mahalliyashtirishga o‘tish vazifasi turibdi.

O‘zbekistonda avtomobilsozlik sohasida bir qancha yirik korxonalar mavjud bo‘lib, bular yillik 450,0 ming avtomobil ishlab chiqarish quvvatiga ega [1] “UzAuto Motors” AJ, faol rivojlanayotgan “ADM JIZZAKH” MChJ hamda 2024-yilda ishga tushirilgan va “gibrid modellar” ishlab chiqarishga ixtisoslashgan “BYD Uzbekistan Factory” MChJ qo‘shma korxonasidir. Shu bilan birga, avtomobil ishlab chiqarishning miqdoriy o‘rnatishiga hamda kattagina mahalliy yetkazib beruvchilar bazasi mavjudligiga qaramay, butlovchi qismlarni mahalliyashtirish darajasi umumiy holda baland emas, ayniqsa texnologik jihatdan murakkab qismlar — elektronika, xavfsizlik, tormoz va boshqaruv tizimlari importdan kelishda davom etmoqda.

Jahonda global muammolar — logistikadagi uzilishlar, import qilinadigan butlovchi qismlar narxining oshishi, geosiyosiy beqarorlik, shuningdek, O‘zbekistonning tashqi ta‘minotga qaramlikni kamaytirish va sanoat suverenitetini kuchaytirishga intilishi sharoitida yanada kuchaymoqda. Avtomobil komponentlarini mahalliyashtirishni rivojlantirish barqaror ishlab chiqarish ekotizimini shakllantirish,

mamlakat ichida qo'shimcha qiymat yaratish va milliy muhandislik maktabini mustahkamlash imkonini beradi.

Ushbu maqolaning maqsadi — O'zbekistonda avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirish jarayonining o'ziga xos xususiyatlarini tahlil qilish, tarkibiy va tashkiliy to'siqlarni aniqlash, shuningdek, avtomobil sanoatida mahalliy ishlab chiqarishni chuqurlashtirishga yordam beradigan yo'nalishlarni aniqlashdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari quyidagilardan iborat:

- Avtomobilsozlikda butlovchi qismlarni mahalliyashtirish bo'yicha yuqori natijalarga erishib kelayotgan davlatlar tajribasini tahlil qilish va O'zbekiston avtomobilsozlik siyosati bilan solishtirish.
- Avtomobil butlovchi qismlarini ishlab chiqarishni rivojlantirishga to'sqinlik qilayotgan asosiy muammolarni tahlil qilish.
- O'zbekistonda mahalliyashtirish loyihalarini amalga oshirishning o'ziga xos jihatlarini tahlil qilish.
- Milliy sanoat siyosati doirasida mahalliyashtirishni rag'batlantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqish.

ADABIYOTLAR SHARHI

Sanoatda, xususan, avtomobilsozlikda mahalliyashtirish muammosi ham mahalliy, ham xorijiy ilmiy tadqiqotlarda o'z ifodasini topgan. Adabiyotlarda mahalliyashtirish importga qaramlikni kamaytirish, sanoat kooperatsiyasini rivojlantirish va qo'shilgan qiymatni oshirishga qaratilgan milliy sanoat siyosatining eng muhim vositasi sifatida qaraladi.

S. S. Gulyamov [2] va I. X. Alimov [3] O'zbekistonda mashinasozlikni rivojlantirishda mahalliyashtirishning strategik rolini ta'kidlaydilar. Mualliflar institutsional cheklovlar, mahalliy yetkazib beruvchilarni rag'batlantirish zarurati va texnologik modernizatsiya muhimligi masalalarini ko'taradi. Ularning tadqiqotlari O'zbekistonda so'nggi yillar ichida avtomobilsozlik sanoatining o'zgarishi tahliliga asoslangan.

Osiyo taraqqiyot banki (OTB) hisobotida [4] mahalliyashtirish rivojlanayotgan mamlakatlarda barqaror iqtisodiy o'sish strategiyasining bir qismi sifatida ko'rib chiqilib, davlat organlari, investorlar va ta'lim muassasalari o'rtasida muvofiqlashtirish zarurligi ta'kidlaydi. Hujjatda O'zbekistonning Hindiston, Turkiya va Vyetnam bilan qiyosiy tahlili keltirilgan bo'lib, ularda avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirish milliy sanoatlashtirishning drayveriga aylangan.

H. Kim va J. Park [5] maqolasida jahon avtomobil ishlab chiqaruvchilarining Markaziy Osiyoda ishlab chiqarishni joylashtirish strategiyalari tahlil qilingan. Tadqiqotda qayd etilishicha, faqatgina yig'ish yo'li bilan mahalliyashtirish yetarli emas: texnologik qayta ishlash chuqurligi va mahalliy korxonalarning yetkazib berish zanjiridagi ishtiroki muhim ahamiyatga ega.

Manbalar orasida "UzAuto Motors" AJ ning [6] yillik hisobotlari diqqatga sazovor bo'lib, ularda avtomobil modellari bo'yicha mahalliyashtirilgan qismlar, shuningdek, ishlab chiqarish quvvatlari va import o'rnini bosish rejalari to'g'risidagi

ma'lumotlar mavjud. Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi [7] materiallarida sanoat o'sishining asosiy ko'rsatkichlari, shu jumladan avtomobilsozlik sohasi va avtomobil butlovchi qismlarini ishlab chiqarish hajmi bo'yicha ma'lumotlar e'lon qilinadi.

Bir qator nazariy va amaliy tadqiqotlarning mavjudligiga qaramay, iqtisodiy model va kooperatsiya mexanizmlari nuqtai nazaridan butlovchi qismlarni mahalliyashtirish mavzusi yetarlicha ishlab chiqilmaganligini ta'kidlash joiz.

Shunday qilib, mavjud adabiyotlarni umumlashtirganda, O'zbekistonning zamonaviy sanoat siyosati sharoitida avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirishni chuqur tahlil qilish dolzarbligi va zarurligi ma'lum bo'ladi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi tizimli tahlil, qiyosiy yondashuv, shuningdek, statistik va tartibga soluvchi manbalar, soha hisobotlari hamda ekspert baholaridan foydalanish tamoyillariga asoslanadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Avvalambor, mahalliyashtirish bo'yicha yuqori natijalarga erishgan davlatlar avtomobilsozligini tahlil qilib chiqsak. Ushbu tahlil uchun Janubiy Koreya, Braziliya va Turkiya avtomobil sanoati tanlab olindi.

Janubiy Koreyada [8–10] avtomobilsozlik YAIMning 3,5–4 foizini tashkil qilib, uning mamlakat eksportidagi ulushi 13–15 foiz atrofida. 300,0 mingdan ortiq aholi to'g'ridan-to'g'ri avtomobil zavodlarida, 1,7 million nafargacha butlovchi qism va xizmatlar yetkazib beruvchi korxonalarda faoliyat yuritadi. Janubiy Koreya avtomobil ishlab chiqarish bo'yicha dunyoda top-5 likka kiradi.

Koreya avtomobilsozligi boshlanishi tarixi asosan o'tgan asrning 60–70-yillariga to'g'ri keladi. Bu davrda mahalliy kompaniyalar (Hyundai, KIA, Daewoo) xorijiy litsenziyalar asosida avtomobil yig'ishni boshlagan bo'lsa, 1990-yillarga kelib to'liq ishlab chiqarish sikliga o'tgan. Bunda, avtomobilda mahalliy butlovchi qismlar ulushi yuqori darajaga ko'tarilgan. Hozirgi kunda, ommaviy ishlab chiqariladigan modellarda mahalliyashtirish darajasi 95–98 foizgacha yetgan. Mamlakatda yetkazib beruvchilarning keng qamrovli tuzilmasi shakllangan: Tier 1 (Hyundai Mobis, Mando) — birinchi darajali yetkazib beruvchilardan (avtomobil zavodiga to'g'ridan-to'g'ri sotuvchi) tortib, Tier 2 va Tier 3 korxonalari tomonidan transmissiya qismlaridan boshlab, elektronika va dasturiy ta'minotgacha bo'lgan qismlarni qamrab olingan.

Braziliyada [11–13] avtomobilsozlik sanoati YAIMning 2,0–2,5 foizini, eksportda esa 3,0 foizini tashkil qiladi. To'g'ridan-to'g'ri avtomobil zavodlarida 120,0–130,0 ming kishi, butlovchi qism yetkazib beruvchilari bilan hisoblaganda 1,0 milliondan ortiq aholi avtomobilsozlikda faoliyat yuritadi.

Braziliyada mahalliyashtirish ichki bozorni himoya qilish vositasi sifatida foydalanilgan. Braziliyaning avtomobilsozlik sanoati XX asr boshlaridan rivojlanishni boshlab, 1990-yillargacha tayyor avtomobil importi uchun deyarli yopiq bo'lgan. 2000-yillarga kelib ommaviy modellarda (Volkswagen, Fiat, GM) mahalliyashtirish darajasi 60–80 foizga yetkazilgan. Asosiy yirik uzellar va qismlar: kuzov, dvigatel,

transmissiya, shassi qismlari, plastik detallar mahalliyashtirilgan, ammo yuqori texnologiyali modullar va elektronika importligicha qolgan.

Turkiyada avtomobilsozlik sanoati YAIMning 2,5–3,0 foizini, eksportda esa 13–16 foizini (eksport sohasida 1-o‘rinda) tashkil qiladi. 500,0 mingdan ortiq aholi to‘g‘ridan-to‘g‘ri va yondosh sohalarda faoliyat yuritadi [14–17].

Turkiyada butlovchi qismlarni mahalliyashtirish asosan eksportga va Yevropa Ittifoqi (YI) bilan kooperatsiyaga asoslanib rivojlangan. Mahalliy avtomobilsozlik Turkiyada o‘tgan asrning 60-yillaridan asosan xorijiy avtomobil konsernlari bilan ochilgan qo‘shma korxonalar (Ford Otosan, Oyak Renault, Tofash-Fiat) orqali faol o‘rishni boshladi. 1996-yildan YI Bojxona ittifoqiga a‘zo bo‘lishi Turkiya ishlab chiqaruvchilari uchun Yevropa bozorini ochdi, ammo shu bilan birga, mahsulot sifati uchun juda baland talablar qo‘yilishiga sabab bo‘ldi. O‘rtacha mahalliyashtirish darajasi ommaviy modellarda 55–65 foizni tashkil qiladi. Mamlakat avtomobil butlovchi qismlarini ishlab chiqarishni rivojlantirishning “klaster” zonalarini tashkil qilish yo‘lidan borgan. Masalan, Bursa va Ko‘jaeli (Kocaeli) shaharlarida maxsus iqtisodiy zonalar tashkil qilingan va Tier 1 ishlab chiqaruvchilarning katta bazasi yaratilgan. 2023-yilda milliy elektromobil ishlab chiqaruvchi “TOGG” zavodi o‘z faoliyatini boshladi.

1-jadval

Janubiy Koreya, Braziliya hamda Turkiya avtomobilsozligi mahalliyashtirishi bo‘yicha qiyosiy tahlili¹

Davlat	Mahalliyashtirish darajasi	Kuchli taraflar	Kuchsiz taraflari	Davlat siyosati
Janubiy Koreya	95–98%	To‘liq sikldagi ishlab chiqarish, eksport, ilmiy-tadqiqot (R&D)	O‘z brendlariga qaramligi	1. Avtomobillar importi cheklanishi (1960-1980-yillar); 2. Majburiy litsenziyalash tartibi va butlovchi qismlarni mahalliy korxonalardan sotib olish majburiyati; 3. Kuchli xoldinglarning yaratilishi (Hyundai, Daewoo); 4. R&D va texnologiyalarning davlat tomonidan moliyalashtirilishi; 5. Soliqlarga imtiyozlar va arzon kreditlar uchun imkoniyatlar yaratilishi; 6. Eksportni qo‘llab-quvvatlash.
Braziliya	60–80%	Asosiy uzellarni ishlab chiqarish imkoniyati	Eksportga majburiyat kam, elektronik modullar importiga qaramligi	1. Import cheklanishi (1950-1990-yillar); 2. Majburiy mahalliyashtirish programmalari (Inovar-Auto); 3. Ishchilarni o‘qitish va mahalliy dastgohlar xaridi uchun subsidiyalar; 4. Davlat xizmatlari uchun mahalliy avtomobillarni sotib olish majburiyati;
Turkiya	55–65%	Klasterlar	Elektronik modullar importiga qaramligi	1. Global brendlar bilan qo‘shma korxonalar (1960-yillarda); 2. Avtomobil butlovchi qismlar uchun klaster – erkin-iqtisodiy zonalar; 3. Birinchi va ikkinchi darajali yetkazib beruvchilar uchun davlat grantlari va kreditlari; 4. YI bilan bojxona ittifoqi (1996-yildan); 5. TOGG — “milliy avtomobili” davlat dasturi.

¹ Muallif ishlanmasi

Demak, umumlashtirgan holda tahlil qilsak:

- Janubiy Koreya — oʻz brendlari, ilmiy-tadqiqot ishlari va eksportga yoʻnalishini rivojlantirish orqali chuqur mahalliyashtirishning yaqqol misoli;
- Braziliya — barqaror texnologik rivojlanishsiz, maʼmuriy bosim orqali mahalliyashtirishga misol boʻladi;
- Turkiya — mahalliyashtirishning kooperatsiya va eksportga asoslangan “gibrid” modeli.

Endi, Oʻzbekiston avtomobilsozlik sanoatiga yuzlansak [18–21].

Soʻnggi manbalarga koʻra, bugungi kunda avtomobilsozlik sanoati Oʻzbekiston YAIMning 2,5–3,0 foizini beradi. Sohada toʻgʻridan-toʻgʻri 30,0 ming nafardan ortiq, turdosh yoʻnalishlarda esa 200,0 mingga yaqin odam faoliyat yuritmoqda. “Osiyo Taraqqiyot Banki” maʼlumotlariga koʻra, “avtomobil sanoati Oʻzbekistonning barcha sanoat mahsulotlarining taxminan 10 foizini tashkil etadi” va uning eksporti 2023-yilda 0,455 milliard dollarga yetgan.

Agar yuqorida keltirilgan davlatlar bilan solishtirilsa, XX asr 90-yillarigacha umuman avtomobilsozlik sanoatiga ega boʻlmagan mamlakat uchun uning rivojlanish tarixi “standart” yoʻldan olib oʻtilgan. Yaʼni, avvalambor mahalliy ishlab chiqaruvchini qoʻllash, undan soʻng logistika boʻgʻinida xarajatlarni oshiruvchi va tayyor mahsulot tannarxiga salbiy taʼsir qiluvchi butlovchi qismlar — katta turdagi plastik (“UzKoram” MChJ) va shtamplangan detallar, avtomobil oʻrindiqlari (“OʻzTongHong” MChJ QK), interyer qismlari (“UzDongYang” MChJ QK), xavfsiz oynalar (“Avtooyina” MChJ) va boshqalarni ishlab chiqarish boʻyicha korxonalar tashkil qilingan. Bunda koʻpgina butlovchi qismlar ishlab chiqaruvchi birinchi darajali yetkazib beruvchilar (Tier 1) qoʻshma korxonalar sifatida xorijiy hamkorlar bilan barpo qilingani eʼtiborga molik. Bundan tashqari, ikkinchi darajali yetkazib beruvchilar (Tier 2) tarmogʻi shakllangan.

Avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirishda hozirgi kunda tarmoq oldida turgan bir necha muammoli masalalar mavjud:

Birinchi masala. Oʻzbekiston ishlab chiqaruvchi korxonalari oʻz brendiga ega emas va xorijiy brendlar litsenziyasi asosida avtomobil ishlab chiqaradi. Buning natijasida, butlovchi qismlarni mahalliyashtirish jarayonida mazkur xorijiy kompaniyalardan texnologik qaramlik mavjud. Yaʼni, chizmalar, muhandislik koʻmagi va boshqa xizmatlar “import” qilinadi.

Ikkinchi masala. Soʻnggi yillarda aholi turmush darajasi hamda xarid qobiliyati yaxshilanishi hisobiga avtomobil savdosi hajmi bir necha bor ortishiga qaramasdan, mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun yangi butlovchi qismlarni loyihalashtirish maqsadida ilmiy-tadqiqot boʻlimlarini moliyaviy jihatdan taʼminlash va ularning ishiga xorijiy ekspertlarni jalb qilish norentabel hisoblanadi. Oʻzbekistonning yillik yangi avtomobilga ichki talabi 400,0–450,0 ming donani tashkil qiladi. Bu bir necha segmentdagi modellar boʻlib, bir dona model uchun eng koʻpi bilan 100,0–150,0 ming dona talab borligini bildiradi. Ushbu modellar Janubiy Koreyada boʻlgani kabi har 3–4 yilda yangilanmasligini hisobga olsak, butlovchi qismlarni yangidan loyihalashtirish uchun talab pastligi maʼlum boʻladi. Natijada, yangi butlovchi qismlarni

loyihalashtirish uchun ilmiy-tadqiqot bo'limlari va laboratoriyalarini tashkil qilish, kadrlarni davomiy rivojlantirib borishni moliyalashtirish darajasi kamligicha qolmoqda.

Uchinchi masala. Avtomobilsozlik turdosh sohalarga va sanoatning bazaviy tarmoqlariga bog'liq soha hisoblanadi. Metallurgiya sanoatida po'lat prokatini, alyuminiy va magniy qotishmalarini, neft-kimyo sohasida moylarni, polimer mahsulotlarini, qurilish sohasida oyna va qoraytirilgan yassi oynalarni, charm sanoatida charm va sun'iy charm mahsulotlarini, yengil sanoatda o'rindiqlar va interyer qismi matolari, elektrotexnika sanoatida elektromotorlar, sensorlar va radiotexnika mahsulotlarini ishlab chiqarishni o'zlashtirmasdan avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirishni chuqurlashtirishning iloji yo'q. Misol uchun, kuzovni ishlab chiqarishda — 450–500 kg (metall va chiqindisi), shassi qismlari, o'rindiqlar va boshqa butlovchi qismlar konstruksiyalarini ishlab chiqarishda — 100–150 kg, 1 dona avtomobilga o'rtacha umumiy — 550–650 kg po'lat listlari ishlatilishi hisobga olinsa, yillik 400,0 ming dona avtomobil uchun umumiy metall prokatiga talab 220,0–260,0 ming tonnani tashkil qilishi ma'lum bo'ladi. 1 tonna qora metall narxi 1200 dollar bo'lsa, yillik po'lat prokati importi 264,0–312,0 mln. dollarga yetmoqda. Ushbu misol avtomobilsozlikda mahalliyashtirish darajasini oshirishning sanoatning bazaviy tarmoqlariga qanchalik qaramligini ko'rsatib beradi.

To'rtinchi masala. O'zbekistonning murakkab geografik joylashuvi, uning katta dengiz portlaridan uzoqligi uni dunyodagi arzon xomashyo bazasiga to'g'ridan-to'g'ri chiqish imkoniyatidan mahrum qiladi va transport-logistika xarajatlarining baland bo'lishiga olib keladi. Bu ayniqsa, xomashyo qismi mamlakatda mavjud bo'lmagan butlovchi qismlarni mahalliyashtirish jarayonida loyihalar moliyaviy jihatdan o'zini oqlashiga salbiy ta'sir qiladi. Masalan, biror-bir alyuminiy xomashyosidan ishlab chiqariladigan butlovchi qismlarni mahalliyashtirganda, alyuminiy qotishmasi importligicha qolaveradi. Og'ir bo'lganligi, bundan tashqari yomon ob-havo sharoiti, qo'shni davlatlardagi siyosiy keskinliklar ta'sirida importdan olib kelingan xomashyoning logistika xarajatlari bir necha bor oshib ketishi natijasida, mahalliyashtirish loyihasi boshlangan paytdagi rejalashtirilgan moliyaviy ko'rsatkichlarga erishish imkoniyati cheklanadi va ishlab chiqarish zararga kirishni boshlaydi.

Beshinchi masala. Ko'p yillar davomida avtomobil ishlab chiqaruvchilari va ularga to'g'ridan-to'g'ri mahsulot yetkazib beruvchilar (Tier 1) texnologik rivojlanish yo'lidan borgan. Natijada, to'g'ridan-to'g'ri yetkazib beruvchi korxonaning ikkilamchi importi balandligicha qolgan. Ikkinchi va uchinchi darajali yetkazib beruvchilar soni ko'pligiga qaramasdan (300 dan ortiq), bugungi kunda ular texnologik tarafdin keyingi bosqichga chiqishda qiyinchiliklarga uchramoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Aniqlangan muammolar avtomobilsozlikda qayta ishlash sanoati, mashinasozlik, shu jumladan avtomobilsozlikka davlat tomonidan berilayotgan alohida e'tibor natijasida mahalliy bozorga yangi avtomobil ishlab chiqaruvchilari, butlovchi qismlarni mahalliyashtirish maqsadida xorijiy investitsiyalar kirib kelmoqda.

Bundan tashqari, “O‘zavtosanoat” AJ tomonidan “shatakka olish” mexanizmi yordamida yangi mahalliyashtirish loyihalarini mahalliy tadbirkorlar amalga oshirishlari uchun har tomonlama yordam berilmoqda. Ayniqsa, “O‘zavtosanoat” AJ tashkil qilgan “Mahalliyashtirishga ko‘maklashish markazi” ishlab chiqilayotgan mahalliyashtirish loyihalarining sifatini yanada yaxshilash, mahsulot qo‘shimcha qiymatini oshirish maqsadida kooperatsiya hisobiga loyiha boshidan chuqur mahalliyashtirish konsepsiyasini joriy qilish, mahalliy va xorijiy tadbirkorlarga avtomobil ishlab chiqaruvchisi talablarini tushuntirish va loyiha har bir bosqichida ko‘maklashish bo‘yicha olib borilayotgan ishlari o‘z natijasini bermoqda.

Shu bilan birga, avtomobilsozlik sanoati shakllanishi tarix yo‘li O‘zbekistonnikiga yaqin bo‘lgan (Turkiya, Braziliya) davlatlarning ijobiy va salbiy tajribasidan kelib chiqib, avtomobilsozlikda mahalliyashtirish bo‘yicha yagona rivojlanish yo‘lini ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

Bunda, birinchidan, xorijiy va mahalliy tadbirkorlarni mahalliyashtirish loyihalariga kengroq jalb qilishni nazarda tutuvchi maxsus moliyaviy instrumentlar yaratish maqsadida “Mahalliyashtirish fondi”ni tashkil qilish taklif qilinadi. “Mahalliyashtirish fondi”ni moliyalashtirish uchun avtomobil ishlab chiqaruvchi korxonalar sof foydasining bir qismini yo‘naltirish maqsadga muvofiq. Chunki, butlovchi qismlarni mahalliyashtirish, avvalambor, avtomobil ishlab chiqaruvchilarga foyda keltiradi. Mazkur fondan moliyalashtirish jalb qilish uchun loyihada butlovchi qismlarning mahalliyashtirish darajasi yuqoriligi, qo‘shilgan qiymat balandligi, kooperatsiya imkoniyatlaridan to‘liq foydalanilayotganligi va avtomatizatsiya darajasi yuqoriligi kabi kriteriyalar ishlab chiqish lozim.

Ikkinchidan, butlovchi qismlarni loyihalashtirish maqsadida ilmiy-tadqiqot markazlari (R&D) va laboratoriyalarni tashkil qilib, unga investitsiya kiritayotgan mahalliy korxonalarga qo‘shimcha imtiyozli moliyalashtirish jalb qilishga yordam berilishi kerak. Ilmiy-tadqiqot markazlari uzoq muddatda natija berishini hisobga olgan holda, ko‘p mahalliy korxonalar unga investitsiya kiritishni istamaydi. Qo‘shimcha imtiyozli moliyalashtirish ularni ilmiy-tadqiqot ishlarini rivojlantirishga undashi mumkin.

Uchinchidan, ikkinchi va uchinchi darajali (Tier 1, Tier 2) yetkazib beruvchilarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri yetkazib beruvchiga aylantirish, ishlab chiqarish hajmiga ko‘ra kichik korxonalarni o‘rtamiyona korxonalarga, o‘rtamiyona korxonalarni katta korxonalarga aylantirish bo‘yicha kompleks ish tashkil qilish taklif etiladi. Bunda “shatakka olish” mexanizmlaridan keng foydalanish maqsadga muvofiq.

To‘rtinchidan, sanoatning bazaviy tarmoqlarini avtomobilsozlik uchun xomashyo yetkazib berishga bo‘lgan imkoniyatlarini kengaytirish maqsadida, ular tomonidan amalga oshirilayotgan yangi loyihalarda avtomobilsozlik ehtiyojlarini hisobga olish kerak. Ya‘ni, mahalliy avtomobilsozlikning bazaviy xomashyoga bo‘lgan talabi alohida investitsion loyiha uchun o‘zini moliyaviy oqlamasligi mumkin, ammo yangi ishlab chiqarish loyihasidagi umumiy portfeliyoda boshqa sohalar talabi bilan qo‘shib hisoblaganda ijobiy ko‘rsatkichga erishilishi mumkin.

Masalan, Qoraqalpog‘iston Respublikasida joylashgan “Uz-Kor Gas” MChJ qo‘shma korxonasi bazaviy polipropilen ishlab chiqaradigan zavodining yillik quvvati 83,0 ming tonna bo‘lsa, avtomobilsozlikda plastik qismlarni ishlab chiqarish uchun polimer kompaundlar yetkazib beruvchi korxonalar yillik 10,0–12,0 ming tonna bazaviy xomashyo sotib oladi. Ko‘rinib turibdiki, avtomobilsozlik uchun alohida bazaviy propilen zavodini tashkil qilish uchun investitsiya o‘zini oqlamas edi. Ammo boshqa sohalaridagi talab bilan qo‘shib hisoblaganda, bazaviy xomashyo ishlab chiqarishning imkoniyati yaratilgan.

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda hamda xorijiy ilg‘or davlatlar tajribasidan kelib chiqib, avtomobilsozlikda mahalliyashtirish bo‘yicha yagona rivojlanish yo‘lini ishlab chiqish, avtomobil ishlab chiqarishdagi qo‘shimcha qiymat yaratish zanjirini egallashda va yanada ko‘proq mahalliyashtirish loyihalarini amalga oshirish imkoniyatini yaratishda muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. <https://uzautomotors.com/companies>
2. S. S. Gulyamov. O‘zbekiston avtomobil sanoati: modernizatsiya va taraqqiyot. — Toshkent: “O‘zbekiston” nashriyoti, 2021. — 184 b.
3. I. X. Alimov. O‘zbekistonda industrial taraqqiyot va mahalliyashtirish siyosati // Iqtisodiyot va innovatsiya. — 2022. — 4-son. — B. 44–52.
4. Asian Development Bank. Uzbekistan Industry Outlook 2023. – ADB Publications, 2023. – 56 b.
5. Kim H., Park J. Localization Strategy in Emerging Markets: Case of Automotive Sector in Central Asia // Journal of Emerging Economies. – 2021. – Vol. 6(2). – P. 112–126.
6. UzAuto Motors. 2023-yil uchun yillik hisobot [elektron resurs]. — <https://uzautomotors.com>
7. O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va Moliya vazirligi. 2023-yil uchun sanoat va investitsiya ko‘rsatkichlari [elektron resurs]. — <https://mift.uz>
8. Lee, J. H. Industrial Policy and Development of the Automotive Industry in South Korea // Korean Journal of Industrial Studies. – 2020. – Vol. 38(2). – P. 101–116.
9. Hyundai Motor Group. Annual Sustainability Report 2023 [elektron resurs]. — <https://www.hyundai.com>
10. Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA). Auto Parts Industry in Korea: Structure and Investment Trends. – Seoul: KOTRA, 2022. – 48 p. — <https://www.kotra.or.kr>
11. Chaminade, C., De Fuentes, C. The Role of Local Innovation Capabilities in the Development of the Automotive Industry in Brazil // Science and Public Policy. – 2020. – Vol. 47(1). – P. 109–121.

12. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). Programa Inovar-Auto: Avaliação e Resultados [elektron resurs]. – Brasília, 2019. – <https://www.gov.br/mdic/>
13. IADB (Inter-American Development Bank). The Automotive Sector in Brazil: From Protectionism to Competitiveness. – IADB Technical Note, 2021. – <https://www.iadb.org>
14. Tiryakioğlu, M., Aydın, B. Localization Strategies in Turkish Automotive Industry: A Case Study on Supplier Networks // Journal of Industrial Economics and Management. – 2022. – Vol. 9(4). – P. 87–102.
15. Turkish Automotive Manufacturers Association (OSD). Annual Report 2023 [elektron resurs]. – <https://osd.org.tr>
16. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). Automotive Industry in Turkey: Competitiveness and Export Performance. – EBRD Sector Review, 2022. – <https://www.ebrd.com>
17. TOGG. Resmi internet sayfası. – <https://www.togg.com.tr>
18. O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va Moliya vazirligi. Promyshlennoe razvitie v 2023 godu: analiticheskiy obzor. – Toshkent, 2024. – <https://mift.uz>
19. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasi sanoat ishlab chiqarishining tarmoq ko‘rsatkichlari, yanvar–dekabr 2023-yil. – Toshkent, 2024. – <https://stat.uz>
20. UzAuto Motors. 2023-yil uchun yillik hisobot. – Toshkent: UzAuto Motors, 2024. – 52 b. – <https://uzautomotors.com>
21. Asian Development Bank (ADB). Uzbekistan Industrial Sector Outlook 2023. – Manila: ADB Publications, 2023. – 46 p. – <https://www.adb.org/publications>
22. Asian Development Bank (ADB). Uzbekistan Plans to Increase Automotive Industry Exports. – Manila: ADB Publications, 2024. – <https://news.cn/2024/>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, iyun, 6-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. GOCT 7.56-2002** "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlato standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**