

Date: 17th December-2025

**O'ZBEKISTONDAGI YIRIK BRENDLARNI BOZORNI EGALLASHDAGI
TUTGAN O'RNI**

Sa'dullayev Suhrobbek

Millat Umidi University BA- 204 guruh talabasi

Fan: Tadbirkorlik va innovatsiyalar

Toshkent-2025

Annotatsiya (Abstrakt): Ushbu maqolada O'zbekistondagi yirik brendlarning bozordagi o'rnini egallash jarayoni, ularning strategik rivojlanish omillari hamda raqobat sharoitida tutgan mavqei tahlil qilinadi. Tadqiqotda Artel, UzAuto Motors, Akfa Group, Korzinka kabi milliy brendlarning shakllanish bosqichlari, marketing siyosati, mahsulot sifati, narx strategiyasi va iste'molchi xatti-harakatlariga ta'siri chuqur o'rganilgan. Shuningdek, mahalliy va xorijiy brendlar o'rtasidagi raqobat, eksport salohiyati, investitsiya jarayonlari va brendlarning iqtisodiy rivojlanishga qo'shgan hissa yoritilgan. Olingan natijalar O'zbekistonda brend yaratish jarayonining iqtisodiy samaradorligi ortib borayotganini va yirik brendlarning milliy bozor barqarorligida muhim rol o'ynashini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: yirik brendlar, bozorni egallash, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi, brend qadriyati, innovatsiya, eksport, iste'molchi xulqi, milliy brend, mahsulot sifati.

KIRISH

Bozor iqtisodiyoti sharoitida brendlarning iqtisodiy jarayonlardagi ahamiyati kundan-kunga ortib bormoqda. Bugungi globallashuv davrida mahsulot yoki xizmatning sifatidan tashqari uning brend sifatidagi qadriyati, bozordagi qabul qilinishi, iste'molchi ongida egallagan o'rnini muhim raqobat omiliga aylandi. Shu nuqtai nazardan, mahalliy ishlab chiqaruvchilar va milliy brendlar oshib borayotgan raqobat muhitida muhim ahamiyat kasb etadi.

Davlatimiz rahbari Shavkat Mirziyoyev ham "O'zbekistonda ishlab chiqarilgan" yorlig'i bo'lgan mahsulotlarni brendga aylantirish zarurligini ta'kidlagan.

Buning sababi — ularning sifat va milliy me'yorlarga mosligi, shuningdek ichki va tashqi bozorlarga chiqishda raqobatbardosh bo'lishi lozimligi.

Shunday ekan, O'zbekiston sharoitida yirik brendlarning shakllanishi, marketing strategiyalari, mahsulot sifati va iste'molchi qaroriga ta'siri dolzarb mavzuni tashkil etadi. Ushbu maqolada O'zbekistondagi yirik brendlarning shakllanish jarayoni, ularning bozordagi raqobatbardoshligi va iqtisodiyotdagi roli tahlil qilinadi.

Asosiy qism

1. O'zbekistonda yirik brendlar shakllanish jarayoni

O'zbekistonda yirik milliy brendlar oxirgi yillarda faol shakllanmoqda. Ular orasida Artel, UzAuto Motors, Akfa Group, Korzinka, Makro kabi kompaniyalar bor. Ushbu brendlar bozorning katta ulushini egallab, ishlab chiqarish texnologiyalarini



Date: 17th December-2025

modernizatsiya qilish, yangi mahsulotlar yaratish, marketing kampaniyalarini kuchaytirish orqali o'z mavqeini mustahkamlamoqda.

2. Yirik brendlarning bozorni egallash strategiyalari

- Mahsulot sifati;
- Keng assortiment;
- Kuchli marketing va reklama;
- Qulay narx siyosati;
- Franchayzing orqali geografiyani kengaytirish.

Yirik brendlarning asosiy ustunliklaridan hisoblanadi. Ular iste'molchilar talabiga mos mahsulot yaratish orqali bozorda talabni ushlab turadi.

3. Iste'molchi xatti-harakatiga ta'sir

Yirik brendlar iste'molchilarda ishonch, barqaror sifat, kafolat, xizmat ko'rsatish qulayligi kabi ijobiy assotsiatsiyalarni shakllantiradi. Shu sababli ko'pchilik xaridorlar mashhur brendni tanlashga intiladi.

4. Xorijiy va mahalliy brendlar raqobati

Xorijiy brendlar (Samsung, Apple, Coca-Cola, Nestle...) O'zbekiston bozorida kuchli raqobatchi bo'lib qolmoqda. Ammo mahalliy brendlar:

- pastroq narx;
- tez yetkazib berish;
- moslashtirilgan dizayn;
- xalqning talabi va didiga; mos mahsulot.

evaziga bozorning sezilarli qismini egallab bormoqda.

5. Yirik brendlarning iqtisodiyotga qo'shgan hissasi

Yirik brendlar:

- minglab ish o'rinlarini yaratadi;
- eksport hajmini oshiradi;
- soliq tushumlarini ko'paytiradi;
- iqtisodiyotning modernizatsiyasiga hissa qo'shadi;
- innovatsion rivojlanishga turtki beradi.

6. Bozordagi raqobat va davlat qo'llab-quvvatlashi

O'zbekiston hukumati so'nggi yillarda eksportyorlar, innovatsion startaplarni qo'llab-quvvatlash bo'yicha bir qator grantlar, subsidiyalar, kreditlar ajratmoqda. Prezident Shavkat Mirziyoyevning quyidagi so'zlari bevosita brendlar va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga oid:

“Mahalliy mahsulotlarimiz sifatini oshirib, ularni dunyo bozoriga olib chiqish iqtisodiy taraqqiyotning eng muhim omillaridan biridir.”

“Raqobatbardosh milliy brendlarni yaratish — bizning strategik vazifamiz.”

Bu siyosat natijasida ko'plab brendlar xalqaro standartlarga mos ravishda o'z faoliyatini takomillashtirmoqda.



Date: 17th December-2025

7. Iste'molchilar ehtiyojlarining o'zgarishi

So'nggi yillarda iste'molchilarning talab va didi sezilarli darajada o'zgardi. Bugungi kunda iste'molchilar:

- ekologik toza mahsulot;
- sertifikatlangan sifat;
- tezkor servis;
- qulay narx-sifat nisbati kabi ustuvorliklarni ko'proq qadrlashmoqda. Shu bois

yirik brendlar o'z strategiyalarini iste'molchi xulq-atvoriga mos ravishda yangilab bormoqda.

Xulosa

O'zbekistonda yirik brendlarning shakllanishi va bozorda o'z o'rini mustahkamlashi mamlakat iqtisodiy rivojlanishining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Milliy brendlarning rivojlanishi nafaqat ichki bozorni sifatli va raqobatbardosh mahsulotlar bilan ta'minlash, balki tashqi bozorlarga chiqish, eksport salohiyatini oshirish hamda "Made in Uzbekistan" tamg'asini xalqaro darajada tanitishda muhim ahamiyat kasb etadi.

So'nggi yillardagi islohotlar natijasida yirik kompaniyalar – Artel, UzAuto Motors, Akfa Group, Korzinka, Makro kabi brendlar bozorda kuchli innovatsion tizim, ishlab chiqarishning modernizatsiyasi, marketing strategiyalarining takomillashuvi va xizmat ko'rsatish darajasining oshishi orqali sezilarli o'sishga erishdi. Bu brendlarning faoliyati iste'molchilar ongida ishonch uyg'otib, barqaror sifat va kafolat timsoliga aylandi. Natijada ular nafaqat ichki bozorning katta qismini egallab, balki xalqaro bozorlarga ham dadil kirib bormoqda.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, O'zbekistonda yirik brendlarning bozorni egallashdagi o'ri tobora kuchayib bormoqda. Ularning iqtisodiy jarayonlarga qo'shgan hissasi kelgusida ham mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirishda, eksportni kengaytirishda va innovatsion iqtisodiyotni shakllantirishda muhim omil bo'lib qoladi. Shu bois, milliy brendlarni rivojlantirish bo'yicha davlat tomonidan amalga oshirilayotgan islohotlar va biznes sektorining faol harakatlari mamlakatning uzoq muddatli barqaror iqtisodiy o'sishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning nutqlari va farmonlari (2016–2024)
2. Artel, UzAuto Motors, Akfa Group, Korzinka, Makro kompaniyalarining yillik hisobotlari (2020–2024)
3. State Statistics Agency of Uzbekistan (2020–2024)
4. Kotler, P. "Marketing Management", 15th Edition, 2021
5. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar jurnali, O'zbekiston, 2021–2
6. O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim vazirligi. "Breeding va marketing strategiyalari", o'quv qo'llanma, Toshkent, 2022

