

BUXORO VILOYATI MISOLIDA SANOAT KORXONALARINING BARQAROR RIVOJLANISHINI TA'MINLASHDA MARKETING MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya. Mazkur maqolada Buxoro viloyati misolida sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishini ta'minlashda marketing mexanizmlarini takomillashtirish masalasi empirik tahlil asosida yoritildi. Tadqiqot 2010–2024 yillar statistik ma'lumotlari hamda 2025 yil yanvar–sentabr davri dastlabki ko'rsatkichlariga tayandi. Natijalar sanoat mahsuloti hajmi nominal ko'rsatkichlarda keskin oshganini, real o'sish esa 2022 yildan boshlab taxminan 6 foiz atrofida barqarorlashganini ko'rsatdi. Tarkibiy tahlil qayta ishlovchi sanoatning ustunligini aniqlab, qo'shimcha qiymat va eksport salohiyatini kengaytirishda marketing instrumentlari rolini asoslaydi. Maqolada muammoli nuqtalar sifatida narx omiliga sezgirlik, bozor diversifikatsiyasining yetarli emasligi hamda standartlar va ishonch kapitalining ahamiyati ajratildi. Shuningdek, marketing mexanizmlarini takomillashtirishning oltita blokdan iborat modeli taklif etildi: segmentatsiya va portfel boshqaruvi, raqamli marketing va CRM, eksport marketingi, yashil marketing va eko innovatsiya, brend va hududiy sanoat imiji, KPI monitoring.

Аннотация: В статье рассматривается совершенствование маркетинговых механизмов как фактор обеспечения устойчивого развития промышленных предприятий на примере Бухарской области. Исследование опирается на официальные статистические данные за 2010–2024 годы и предварительные показатели за январь–сентябрь 2025 года. Результаты показывают резкий рост объёма промышленного производства в номинальном выражении при стабилизации реального роста на уровне около 6 процентов с 2022 года. Структурный анализ подтверждает доминирование обрабатывающей промышленности, что усиливает обоснованность применения маркетинговых инструментов для создания добавленной стоимости и расширения экспортного потенциала. К ключевым проблемам отнесены чувствительность к ценовым факторам, недостаточная диверсификация рынков, а также возрастающая роль стандартов и доверительного капитала. Предложена шестиблочная модель совершенствования маркетинговых механизмов: сегментация и управление портфелем, цифровой маркетинг и CRM, экспортный маркетинг, зелёный маркетинг и эко инновации, брендинг и региональный промышленный имидж, KPI мониторинг.

Abstract: This article examines how improving marketing mechanisms can support the sustainable development of industrial enterprises, using the Bukhara region as a case study. The study relies on official statistics for 2010–2024 and preliminary indicators for January–September 2025. The results show a sharp increase in industrial output in nominal terms, while real growth has stabilized at around 6 percent since 2022. Structural analysis confirms the dominance of manufacturing, which strengthens the rationale for marketing instruments aimed at creating value added and expanding export potential. Key challenges include sensitivity to price factors, insufficient market diversification, and the growing role of standards and trust capital. The paper proposes a six block model for upgrading marketing mechanisms: segmentation and portfolio management, digital marketing and CRM, export marketing, green marketing and eco innovation, branding and regional industrial image, and KPI based monitoring.

Kalit so'zlar: Buxoro viloyati, sanoat korxonalari, barqaror rivojlanish, marketing mexanizmi, qayta ishlash sanoati, real o'sish indeksi, CAGR, bozor segmentatsiyasi, diversifikatsiya, eksport marketingi, raqamli marketing, CRM, yashil marketing, eko innovatsiya, ISO 14001, brend kapitali, KPI monitoring, ESG.

Ключевые слова: Бухарская область, промышленные предприятия, устойчивое развитие, маркетинговый механизм, обрабатывающая промышленность, индекс реального роста, CAGR, сегментация рынка, диверсификация, экспортный маркетинг, цифровой маркетинг, CRM, зелёный маркетинг, эко инновации, ISO 14001, брендовый капитал, KPI мониторинг, ESG.

Keywords: Bukhara region, industrial enterprises, sustainable development, marketing mechanism, manufacturing industry, real growth index, CAGR, market segmentation, diversification, export marketing, digital marketing, CRM, green marketing, eco innovation, ISO 14001, brand equity, KPI monitoring, ESG.

Kirish. Sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishi zamonaviy iqtisodiyotda faqat ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish yoki moliyaviy natijalarni oshirish bilan cheklanmaydi. Barqarorlik tushunchasi iqtisodiy samaradorlik, bozor moslashuvchanligi, resurslardan oqilona foydalanish, ijtimoiy mas'uliyat, hamda ekologik talablarga muvofiqlik kabi yo'nalishlarni birlashtirgan kompleks kategoriya sifatida qaraladi. Jahon miqyosida sanoat siyosati yangi bosqichga kirib, yashil transformatsiya, raqamlashtirish va qiymat zanjirlarida raqobat ustunligini ta'minlash asosiy ustuvorlikka aylanmoqda. UNIDOning «Industrial Development Report 2024» hisobotida sanoat sektori barqaror yechimlarni ta'minlashda hal qiluvchi rol o'ynashi, sanoat siyosati esa yashil va inkluziv maqsadlar bilan uyg'unlashishi zarurligi ta'kidlanadi¹.

Ushbu sharoitda marketing mexanizmlari sanoat korxonasining bozor bilan bog'lanishini, talabni shakllantirishni, mahsulot qiymatini asoslashni, brend va ishonch kapitalini yaratishni, eksport va kooperatsiya kanallarini ochishni ta'minlaydigan boshqaruv tizimi sifatida qayta talqin etilmoqda. Barqaror rivojlanish kontekstida marketing endilikda faqat sotuvni oshirish instrumenti emas, balki korxona strategiyasi, innovatsiya portfeli, mahsulot va xizmat dizayni, hamkorlar tarmog'i hamda ESG talablariga javob beruvchi bozor signallari bilan uzviy bog'langan mexanizm sifatida namoyon bo'ladi. Masalan, ISO 14001 kabi ekologik menejment standartlari bozor uchun signal bo'lib, innovatsiya jarayonlari va bozor muvaffaqiyatiga ta'sir ko'rsatishi empirik tadqiqotlarda qayd etilgan².

O'zbekiston sanoati ham oxirgi yillarda tarkibiy yangilanish va ishlab chiqarish hajmlarining o'sishi bilan tavsiflanadi. Milliy statistika ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yil yakunlarida ishlab chiqarish tuzilmasida qayta ishlash sanoatining ulushi yuqori bo'lib, ishlab chiqarilgan mahsulotlar qiymati va tarkibiy nisbatlar sanoatning modernizatsiya yo'nalishlarini ko'rsatadi³. Shu bilan birga, barqaror o'sish uchun hududiy sanoat rivojlanishining bozor talabi bilan uyg'unligi, ishlab chiqarishning real o'sishi, raqobatbardoshlik, eksportga chiqish, hamda korxonalarning marketing boshqaruvi yetukligi masalalari dolzarbligicha qolmoqda.

Mazkur maqolaning maqsadi Buxoro viloyati sanoatining asosiy statistik ko'rsatkichlari asosida sanoat rivojlanishining barqarorlik xususiyatlarini empirik tahlil qilish, so'ngra ushbu natijalar asosida sanoat korxonalarida marketing mexanizmlarini takomillashtirishning konseptual va amaliy yo'nalishlarini asoslab berishdan iborat. Tadqiqot savollari quyidagicha shakllantiriladi.

Birinchidan, Buxoro viloyatida sanoat ishlab chiqarish hajmining o'sishi qanchalik barqaror va real o'sish indeksi qanday dinamikani ko'rsatadi.

Ikkinchidan, viloyat sanoatining tarkibiy tuzilmasida qayta ishlash va qazib olish yo'nalishlarining ulushi qanday va bu barqaror rivojlanishning bozor strategiyalariga qanday talab qo'yadi.

Uchinchidan, aniqlangan empirik holat marketing mexanizmlarini qaysi instrumentlar orqali takomillashtirish zarurligini ko'rsatadi.

¹ United Nations Industrial Development Organization. Industrial Development Report 2024: Turning Challenges into Sustainable Solutions: The New Era of Industrial Policy. Vienna: UNIDO, 2024.

² Riillo, C. A. F. ISO 14001 and innovation: Environmental management system and signal // Technological Forecasting and Social Change. 2025.

³ O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. Industrial production of the Republic of Uzbekistan for January–December 2024: Press release. Toshkent, 2025.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishini ta'minlashda marketing mexanizmlarining o'rni so'nggi yillarda iqtisodiy va boshqaruv adabiyotlarida keng yoritilmoqda. Xalqaro tadqiqotlarda barqaror rivojlanish sanoat korxonalarida faqat ishlab chiqarish samaradorligi bilan emas, balki bozor moslashuvchanligi, qiymat taklifini shakllantirish va uzoq muddatli mijozlar aloqalarini boshqarish bilan chambarchas bog'liq ekani ta'kidlanadi. Kotler va Keller marketingni korxonaning strategik boshqaruv tizimining ajralmas qismi sifatida talqin qilib, aynan segmentatsiya, pozitsiyalash va brend kapitali barqaror raqobat ustunligini shakllantirishini asoslab bergan. Porter tomonidan ishlab chiqilgan qiymat zanjiri yondashuvi sanoat korxonalarida qo'shimcha qiymat yaratishda marketing va logistika funksiyalarining rolini ochib beradi. UNIDO va OECD hisobotlarida qayta ishlash sanoatida eksport marketingi, sifat va ekologik standartlarga moslashuv, shuningdek yashil marketing instrumentlari sanoatning uzoq muddatli barqarorligini ta'minlovchi muhim omillar sifatida ko'rsatiladi. Jahon banki va boshqa xalqaro moliyaviy institutlar tadqiqotlarida esa rivojlanayotgan mamlakatlarda sanoat o'sishining sifat bosqichiga o'tishi marketing mexanizmlarining institutsionallashuvi, raqamli marketing va CRM tizimlarining joriy etilishi bilan bevosita bog'lanadi. O'zbekiston va hududiy iqtisodiyotga oid mahalliy tadqiqotlarda ham sanoatni modernizatsiya qilish, eksport salohiyatini oshirish va hududiy raqobatbardoshlikni kuchaytirishda marketing mexanizmlarining ahamiyati qayd etilgan bo'lib, bu maqolada Buxoro viloyati misolida olingan empirik natijalar mazkur ilmiy yondashuvlarning amaliy tasdig'i sifatida namoyon bo'ladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda empirik baza sifatida Buxoro viloyatining sanoat ko'rsatkichlari bo'yicha rasmiy statistik ma'lumotlari qo'llanildi. Ma'lumotlar davri 2010 yil dan 2024 yilgacha bo'lgan yillik ko'rsatkichlarni qamrab oladi hamda 2025 yil yanvar sentabr oylariga oid dastlabki ma'lumotlar mavjud. Ko'rsatkichlar uch blokda tahlil qilindi.

Birinchi blok umumiy sanoat mahsuloti hajmi bo'yicha nominal qiymatlar mln so'mda.

Ikkinchi blok sanoat mahsuloti ishlab chiqarishning o'sish sur'ati o'tgan yilga nisbatan foizda, ya'ni real o'sish indeksiga yaqin indikator sifatida talqin qilindi.

Uchinchi blok tarkibiy ko'rsatkichlar, ya'ni qazib oluvchi sanoat va qayta ishlovchi sanoat bo'yicha ishlab chiqarish hajmlari mln so'mda.

Empirik tahlil quyidagi usullar asosida amalga oshirildi.

Dinamik tahlil usuli. Asosiy yillarning nominal hajm o'zgarishi va real o'sish indeksleri ketma ketligi ko'rib chiqildi.

O'sish koeffitsientlari. Murakkab yillik o'sish sur'ati CAGR hisoblandi. Hisoblash formulasi quyidagicha ishlatildi. $CAGR = (V_t / V_0)^{1/n} - 1$ daraja 1 n minus 1. Bu yerda V_0 bazaviy yil hajmi, V_t yakuniy yil hajmi, n esa yillar soni.

Tarkibiy ulushlar. 2024 yil bo'yicha qazib olish va qayta ishlash sanoatining umumiy sanoat hajmidagi ulushi hisoblandi.

Makro kontekst bilan uyg'unlashtirish. Respublika miqyosidagi sanoat dinamikasi va sanoat siyosati yo'nalishlari bo'yicha eng so'nggi ochiq rasmiy va xalqaro tahliliy manbalar bilan solishtirma izohlar berildi. Xususan, O'zbekiston bo'yicha 2024 yil sanoat tuzilmasi haqidagi press reliz ma'lumotlari, 2025 yilning birinchi yarmidagi sanoat o'sishi bo'yicha tezkor statistika, hamda sanoat va xususiy sektor rivojlanishiga doir xalqaro tahliliy hujjatlar ishlatildi¹.

Marketing mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha konseptual qismda ilmiy adabiyotlar tahlili qo'llandi. Bu yerda yashil marketing, eko innovatsiya, sertifikatlar va bozor signallari, hamda sanoat korxonalarining barqaror natijalari o'rtasidagi bog'liqlikni yorituvchi empirik tadqiqot natijalaridan foydalanildi².

Tahlil va natijalar. Empirik ma'lumotlar Buxoro viloyatida sanoat ishlab chiqarish hajmi uzoq muddatli davrda sezilarli kengayganini ko'rsatadi. Jumladan, 2010 yilda sanoat mahsuloti

¹ UzDaily. Uzbekistan's Industrial Output Grows by 6.6% in the First Half of 2025. 22.07.2025.

² Chen, G.; Sabir, A.; Rasheed, M. F.; Belascu, L.; Su, C.-W. Green marketing horizon: Industry sustainability through marketing and innovation // Journal of Innovation & Knowledge. 2024. Article 100606. DOI: 10.1016/j.jik.2024.100606.

hajmi 1 674 754.3 mln so'mni tashkil etgan bo'lsa, 2024 yil yakuniga kelib 42 243 683.1 mln so'mga yetgan. Ushbu o'sish sanoat ishlab chiqarishining nominal qiymatlarda ko'p martalab oshganini bildiradi va viloyatning sanoat salohiyati izchil kuchayib borayotganini ko'rsatadi. Biroq nominal hajm dinamikasini talqin qilishda narx omili, inflyatsiya, hisob kitob metodologiyasidagi yangilanishlar va tarmoq tarkibidagi siljishlar kabi omillar ham muhim ekanini alohida qayd etish lozim.

Sanoat ishlab chiqarish hajmining uzoq muddatli trendini baholash uchun murakkab yillik o'sish sur'ati CAGR hisoblandi. Hisob kitoblarga ko'ra, 2010 yildan 2024 yilgacha bo'lgan davrda nominal CAGR taxminan 25.9 foizni tashkil etadi. Bu natija sanoat hajmining barqaror o'sish trayektoriyasiga ega ekanini ko'rsatadi, ya'ni o'sish bir martalik sakrashlar bilan emas, balki umumiy trend sifatida shakllangan. Shu bilan birga, bu ko'rsatkichni real ishlab chiqarish samaradorligi sifatida emas, balki iqtisodiy miqyos kengayishi va qiymat ifodasining oshishi sifatida talqin qilish maqsadga muvofiq.

So'nggi besh yillik kesimda, ya'ni 2020 yildan 2024 yilgacha, sanoat mahsuloti hajmi 17 574 436.9 mln so'mdan 42 243 683.1 mln so'mga oshgan. Ushbu davr uchun nominal CAGR taxminan 24.5 foizga teng bo'lib, uzoq muddatli ko'rsatkichga juda yaqin. Demak, so'nggi yillarda ham o'sish sur'atlari saqlanib qolgan, bu esa viloyatda sanoat ishlab chiqarishining institutsional va bozor omillari hisobiga kengayish jarayoni davom etayotganini anglatadi.

2025 yil yanvar-sentabr oylarida sanoat mahsuloti hajmi 35 863 634.0 mln so'mni tashkil etgan. Mazkur qiymat yil yakunidagi ko'rsatkich bilan bevosita taqqoslanmaydi, chunki davr oralig'i to'liq yilni qamrab olmaydi. Shunga qaramay, ushbu ko'rsatkich joriy yil davomida sanoat ishlab chiqarish faolligi yuqori bo'lishi ehtimolini ko'rsatadi va dinamika monitoringi uchun muhim signal vazifasini bajaradi.

Nominal o'sish bilan bog'liq natijalar barqaror rivojlanish nuqtayi nazaridan ikki xil xulosaga olib keladi. Birinchidan, sanoatning iqtisodiy masshtabi oshgani, bozor imkoniyatlari va sanoat infratuzilmasining kengayganidan dalolat beradi. Ikkinchidan, ushbu o'sishni barqaror rivojlanish darajasida mustahkamlash uchun real o'sish, tarmoq tarkibi va bozor diversifikatsiyasi indikatorlarini ham birgalikda tahlil qilish zarur bo'ladi.

Nominal o'sishdan farqli ravishda real o'sish indeksleri sanoat ishlab chiqarishining fizik hajmda qanchalik kengayayotganini baholash imkonini beradi. Buxoro viloyatida sanoat ishlab chiqarishning o'tgan yilga nisbatan o'sish sur'ati quyidagicha shakllangan: 2020 yilda 101.5 foiz, 2021 yilda 100.1 foiz, 2022 yilda 106.0 foiz, 2023 yilda 106.3 foiz, 2024 yilda 106.4 foiz. 2025 yil yanvar sentabr davri uchun real o'sish indeksi 107.3 foiz sifatida keltirilgan.

Mazkur natijalar asosida uchta empirik xulosa olinadi. Birinchi xulosa shundan iboratki, 2021 yilda real o'sish deyarli nolga teng bo'lgan, ya'ni fizik hajm jihatidan ishlab chiqarish sezilarli kengaymagan. Biroq shu davrda nominal hajm o'sgani kuzatiladi. Bu holat sanoat qiymatida narx omili va xarajatlar dinamikasi rolini kuchaytirgan bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi. Ikkinchi xulosa, 2022 yildan 2024 yilgacha real o'sish qariyb 6 foiz atrofida barqarorlashgan. Bu sanoat ishlab chiqarishida fizik hajmning izchil kengayishi shakllanganini, ya'ni o'sish trendi qisqa muddatli sikllar bilan cheklanmay, barqaror fazaga kirganini bildiradi. Uchinchi xulosa, 2025 yil yanvar-sentabr oylari bo'yicha real o'sish indeksining 107.3 foiz bo'lishi joriy yilda real o'sish nisbatan yuqoriroq bo'lishi ehtimolini ko'rsatadi, biroq bu ko'rsatkich dastlabki ekanini va davr oralig'i to'liq yil bilan mos emasligini e'tiborga olish lozim.

Makro kontekstda, respublika miqyosida 2025 yil yanvar-iyun davrida sanoat ishlab chiqarishning fizik hajm indeksi 2024 yilning mos davriga nisbatan 106.6 foiz bo'lgani qayd etilgan. Bu natija Buxoro viloyatida kuzatilayotgan 2022-2024 yillardagi real o'sish sur'atlari respublika trendiga yaqin ekanini, viloyat sanoati umumiy makro dinamikadan uzilmagan holda rivojlanayotganini anglatadi. Shu bilan birga, real o'sish 6 foiz atrofida shakllangan sharoitda barqaror rivojlanishning keyingi bosqichi o'sishning sifat omillari, xususan bozor kengayishi, eksport kanallari, mahsulot differensiasiyasi va brend kapitalini oshirish kabi marketing yo'nalishlari bilan mustahkamlanishi zarurligini ko'rsatadi.

Buxoro viloyati sanoatining tarkibiy tahlili 2024 yilda qayta ishlovchi sanoatning ustunligini yaqqol namoyon etadi. 2024 yilda qazib oluvchi sanoat hajmi 343 417.7 mln so'mni, qayta ishlovchi sanoat hajmi esa 39 962 577.0 mln so'mni tashkil etgan. Umumiy sanoat mahsuloti 42 243 683.1 mln so'm bo'lganini hisobga olganda, qazib oluvchi sanoatning ulushi taxminan 0.81 foizga, qayta ishlovchi sanoat ulushi esa taxminan 94.6 foizga teng. Qolgan qism ushbu jadvalda alohida ko'rsatilmagan boshqa sanoat faoliyati turlari yoki statistik tasnifdagi farqlar bilan izohlanadi.

Tarkibiy siljishlarni chuqurroq ko'rsatish maqsadida 2019 yil va 2024 yil ko'rsatkichlari taqqoslandi. 2019 yilda qazib oluvchi sanoat hajmi 1 266 716.3 mln so'm bo'lib, ulushi 8.56 foizni tashkil etgan, 2024 yilga kelib esa ulush 0.81 foizgacha pasaygan. Bu keskin kamayish viloyat sanoati tarkibida qazib olish yo'nalishining nisbatan cheklangan rolga tushib qolganini ko'rsatadi. Aksincha, qayta ishlovchi sanoat 2019 yilda 13 040 542.2 mln so'm bo'lgan bo'lsa, 2024 yilda 39 962 577.0 mln so'mga yetib, umumiy tarkibda yanada kuchliroq dominanta sifatida namoyon bo'lgan. Mazkur natija Buxoro viloyati sanoati qo'shimcha qiymat yaratish imkoniyatlari yuqori bo'lgan qayta ishlash bazasiga tayanganini bildiradi.

1-jadval

Buxoro viloyati sanoatining tarkibiy tuzilmasi qazib olish va qayta ishlash ulushi¹

Ko'rsatkich	2019 mln. s	2024 mln. s	2019 ulush foiz	2024 ulush foiz
Qazib oluvchi sanoat	1 266 716.3	343 417.7	8.56	0.81
Qayta ishlovchi sanoat	13 040 542.2	39 962 577.0	88.12	94.60
Umumiy sanoat mahsuloti	14 798 198.6	42 243 683.1	100.00	100.00

1-jadvaldan ko'rinadiki, viloyat sanoatida qayta ishlovchi yo'nalish ustun bo'lib, uning ulushi vaqt o'tishi bilan yanada kuchaygan. Bu holat barqaror rivojlanishni ta'minlashda marketing mexanizmlarini aynan qo'shimcha qiymat, mahsulot portfeli boshqaruvi, bozor segmentatsiyasi, mahsulot differensiasiyasi, eksport marketingi va brend instrumentlari orqali kuchaytirish zaruratini asoslaydi. Qayta ishlashning yuqori ulushi korxonalar uchun mahsulotni bozorga moslashtirish, sifat standartlari, yetkazib berish zanjiri ishonchliligi, hamda uzoq muddatli mijozlar aloqalarini boshqarish masalalarini keskinlashtiradi. Boshqacha aytganda, ishlab chiqarish bazasining kuchayishi avtomatik ravishda barqarorlikni kafolatlamaydi, barqarorlik bozor tomonidan qabul qilinadigan qiymat taklifiga aylantirilgandagina mustahkamlanadi.

Respublika miqyosida ham 2024 yilda qayta ishlash sanoatining ulushi yuqori ekanligi va ishlab chiqarish tarkibidagi modernizatsion tendensiyalar qayd etiladi. Buxoro viloyatidagi tarkibiy yo'nalish ushbu umumiy tendensiya bilan uyg'un bo'lib, viloyat sanoati aynan qayta ishlash orqali bozor qiymatini yaratishga ko'proq yo'naltirilganini ko'rsatadi. Shu sababli, keyingi muhokama bosqichida marketing mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha takliflar aynan qayta ishlovchi sanoatning bozor risklari va imkoniyatlari, eksportga chiqish talablari, hamda raqamli marketing va CRM kabi instrumentlar bilan bog'langan holda asoslanishi metodik jihatdan to'g'ri hisoblanadi.

2-jadval

Sanoat hajmining o'sish ko'rsatkichlari CAGR²

Davr	Boshlang'ich hajm mln. so'm	Yakuniy hajm mln. so'm	CAGR foizda
2010 dan 2024 gacha	1 674 754.3	42 243 683.1	25.9
2020 dan 2024 gacha	17 574 436.9	42 243 683.1	24.5

¹ O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan hisoblangan

² O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan hisoblangan

Yuqoridagi jadval va tahlillar natijasida Buxoro viloyati sanoatining empirik profili quyidagicha umumlashtiriladi. Birinchidan, nominal ko'rsatkichlarda yuqori o'sish mavjud, bu sanoat miqyosining kengayganini ko'rsatadi. Ikkinchidan, real o'sish 2022-2024 yillarda 6 foiz atrofida barqarorlashgan, bu o'sishning fizik asosga ega ekanini bildiradi, biroq o'sishni jadallashtirish uchun bozor instrumentlari zarur. Uchinchidan, tarkibiy jihatdan qayta ishlash sanoati mutlaq ustun bo'lib, barqaror rivojlanishning keyingi bosqichida marketing mexanizmlarini eksport, brend, segmentatsiya, qiymat taklifi va raqamli boshqaruv orqali tizimli takomillashtirish talab etiladi.

Olingan empirik natijalar Buxoro viloyati sanoatida 2020 yildan 2024 yilgacha nominal hajmning yuqori o'sishi kuzatilganini, real o'sish esa 2022 yildan boshlab taxminan 6 foiz atrofida barqarorlashganini ko'rsatadi. Mazkur holat ikki yo'nalishda talqin qilinadi. Birinchidan, ishlab chiqarish bazasi va sanoat miqyosi kengaymoqda, bu investitsiya faolligi, ishlab chiqarish quvvatlarining ishga tushishi hamda qayta ishlash yo'nalishlarining kengayishi bilan izohlanadi. Ikkinchidan, real o'sishning mo'tadil darajasi barqarorlikni faqat hajmiy o'sish emas, balki sifat omillari, bozor moslashuvchanligi va raqobat ustunligi bilan mustahkamlash zaruratini yuzaga keltiradi. Shunday sharoitda marketing mexanizmlari sanoat korxonasining bozor signallarini o'qishi, talabni shakllantirishi, qiymat taklifini asoslab berishi va risklarni kamaytirishi uchun strategik boshqaruv instrumentiga aylanadi.

Birinchi muammoli nuqta narx omilining ta'siri bilan bog'liq. 2021 yildagi real o'sishning pastligi fonida nominal hajmning oshishi ishlab chiqarish qiymatida narxlar dinamikasi, xarajatlar tarkibi va ta'minot zanjiridagi o'zgarishlar ulushi yuqori bo'lishi mumkinligini anglatadi. Bunday sharoitda korxona barqarorligi rentabellikning real unumdorlik bilan bog'lanish darajasiga bevosita bog'liq bo'ladi. Marketing mexanizmi bu yerda narxni asoslash, xaridor uchun qiymatni izohlash, mahsulot differensiasiyasi orqali narx premiumini shakllantirish, segmentlar kesimida elastiklikni baholash hamda pozitsiyalashni aniqlashtirish orqali foyda barqarorligini kuchaytiradi. Ya'ni, bozor va narx tebranishlari sharoitida marketing faqat sotuv kanali emas, balki risklarni boshqarish mexanizmi sifatida ishlaydi.

Ikkinchi muammoli nuqta bozor diversifikatsiyasi bilan izohlanadi. Viloyatda qayta ishlash sanoatining ulushi yuqori bo'lgani sababli ishlab chiqarish natijalari talab shoklari, import raqobati, logistika cheklovlari va hamkorlar konsentratsiyasiga nisbatan sezgir bo'lishi mumkin. Shu bois, korxonalar mijozlar portfelini, geografik bozorlarni, kanallar arxitekturasini va mahsulot portfelini diversifikatsiya qilishi zarur. Diversifikatsiya faqat yangi bozorlarga kirish emas, balki mavjud bozorlarda mahsulot toifalarini kengaytirish, servis paketini boyitish, shartnoma muddatlarini uzaytirish hamda qayta xarid koeffitsientini oshirishni ham qamrab oladi.

Uchinchii muammoli nuqta standartlar va ishonch kapitali bilan bog'liq. Barqaror rivojlanish talablarining kuchayishi sharoitida sertifikatlar, ekologik menejment, shaffoflik va ijtimoiy mas'uliyat elementlari bozor signali sifatida ishlaydi. Xususan, ISO 14001 kabi ekologik menejment standartlari korxonaning innovatsiya jarayonlari va bozor muvaffaqiyatiga ta'sir qilishi bo'yicha empirik dalillar mavjud. Shu sababli korxona marketingi sertifikat va standartlarni faqat muvofiqlik hujjati sifatida emas, balki ishonch kapitalini yaratadigan va eksport bozorlarida kirish to'siqlarini pasaytiradigan reputatsion aktiv sifatida boshqarishi lozim.

Empirik natijalar asosida Buxoro viloyati sanoat korxonalari uchun marketing mexanizmlarini takomillashtirishni oltita blokda tizimli amalga oshirish maqsadga muvofiq.

Birinchi blok bozor segmentatsiyasi va portfel boshqaruvidir. Korxona mahsulotlari bo'yicha sanoat B2B segmentlari, davlat xaridlari segmenti, eksport segmentlari va iste'molchi bozorlariga yo'naltirilgan yo'nalishlar ajratiladi. Har bir segment uchun qiymat taklifi, narx arxitekturasini, servis paketi va kommunikatsiya xabarlarini alohida ishlab chiqiladi. Segmentatsiya natijasida resurslar eng yuqori rentabellik va barqaror talabga ega segmentlarga yo'naltiriladi.

Ikkinchi blok raqamli marketing va CRM boshqaruvidir. Qayta ishlash sanoati ustun hududda uzoq muddatli kontraktlar, shartnoma intizomi, servis modeli va mijozlar sodiqligi muhim bo'ladi. CRM, lead management, dilerlar tarmog'ini raqamlashtirish, sotuv voronkasi

indikatorlari orqali marketing samaradorligi o'lganadi va boshqariladi. Natijada sotuv prognozi, takroriy xarid va shartnomalar portfeli barqarorlashadi.

Uchinchi blok eksport marketingi va bozorga kirish mexanizmlaridir. Eksport uchun mahsulot sertifikatsiyasi, bozor standartlari, logistika xarajatlari, distribyutor tarmog'i va bojxona tartiblari bo'yicha marketing xaritasi tuziladi. Jahon bozorida raqobat kuchayib borayotgan sharoitda sanoat siyosatining yangi davri va yashil o'tish bilan bog'liq talablar kuchaygani UNIDO tahliliy materiallarida urg'ulanadi. Shu bois eksport marketingi ekologik va sifat standartlari bilan uyg'un olib borilishi lozim.

To'rtinchi blok yashil marketing va eko innovatsiyadir. Yashil marketing amaliyotlari eko innovatsiya orqali korxonaning barqaror natijalarini yaxshilashi mumkinligi sanoat korxonalarida o'rganilgan. Buxoro viloyatida qayta ishlash ulushi yuqori bo'lgani sababli energiya samaradorligi, resurs tejankor texnologiyalar, chiqindi boshqaruvi va mahsulotning ekologik xususiyatlarini bozor qiymatiga aylantirish dolzarb yo'nalish hisoblanadi.

Beshinchi blok brend va hududiy sanoat imijidir. Hududiy sanoat brendi, sanoat parklarining investitsion pozitsiyalashi hamda korxonalarning birlashgan kommunikatsiya platformalari Buxoro viloyatining sanoat imijini kuchaytiradi. Bu investorlar va hamkorlar uchun axborot nomutanosibligini pasaytiradi, transaksion xarajatlarni kamaytiradi va hamkorlik tezligini oshiradi.

Oltinchi blok KPI va monitoring tizimidir. Bir tomondan marketing indikatorlari, bozor ulushi, eksport ulushi, yangi mijozlar ulushi, takroriy xarid koeffitsienti, kontraktlarning o'rtacha muddati, narx premium ko'rsatkichi, brend xabardorligi kuzatiladi. Ikkinchi tomondan barqarorlik indikatorlari, real ishlab chiqarish o'sishi, mehnat unumdorligi, energiya sarfi intensivligi, chiqindilar ulushi, xodimlar aylanishi, mehnat xavfsizligi va sertifikatlar ulushi monitoring qilinadi. Bunday ikki qatlamli indikator tizimi marketing instrumentlari va sanoat barqarorligi o'rtasidagi bog'liqlikni empirik kuzatish va boshqaruv qarorlarini tezkor moslashtirish imkonini beradi.

O'zbekiston iqtisodiy transformatsiyasi xususiy sektorni rivojlantirish, sanoat samaradorligini oshirish va raqobat muhitini kuchaytirish masalalarini ilgari surmoqda. Jahon bankining O'zbekiston bo'yicha Country Economic Memorandum tahliliy hujjatlarida o'sishni jadallashtirish, xususiy sektor faolligini kengaytirish va samaradorlikni oshirish bilan bog'liq xulosalar berilgan. Ushbu kontekstda marketing mexanizmlarini takomillashtirish sanoat korxonalarining bozorga moslashuvchanligini va raqobatbardoshligini oshiradigan mikrodarajadagi yechim sifatida namoyon bo'ladi. Makro darajada sanoat o'sishi davom etayotgan bo'lsa ham, real o'sish ko'rsatkichlari korxonalardan innovatsiya, bozor qiymatini yaratish va standartlarga moslashish qobiliyatini talab qiladi. 2025 yilning birinchi yarmida sanoat ishlab chiqarishning fizik hajm indeksi 106.6 foiz bo'lgani real o'sish trendi saqlanayotganini ko'rsatadi. Bu trend Buxoro viloyati uchun ham mos, biroq uni uzoq muddatli barqarorlikka aylantirish marketing mexanizmlarining chuqur institutsionallashtirishini talab etadi.

Mazkur bo'limda keltirilgan xulosalar asosan statistik hajm ko'rsatkichlari va real o'sish indekslariga tayanadi. Kelgusida marketing mexanizmlarining bevosita ta'sirini aniqroq o'lchash uchun korxona darajasida qo'shimcha empirik tadqiqotlar zarur. Xususan, so'rovnoma asosida marketing yetukligi indeksi, eksport marketingi amaliyotlari, raqamli marketing KPIlari hamda ESG ko'rsatkichlari yig'ilib, keyinchalik panel regressiya yoki strukturaviy tenglamalar modeli yondashuvlarida sabab natija bog'liqligi tekshirilishi mumkin. Bu yondashuv taklif etilgan marketing mexanizmlarining barqaror rivojlanishga ta'sirini statistik jihatdan isbotlash imkonini beradi.

Xulosa. Buxoro viloyati sanoatining 2010 yil dan 2024 yilgacha bo'lgan statistik tahlili sanoat ishlab chiqarish hajmlarining yuqori nominal o'sishini va 2022 yil dan boshlab barqarorlashgan real o'sish trendini ko'rsatdi. Viloyat sanoati tarkibida qayta ishlovchi tarmoqlar ustun bo'lib, bu bozor qiymatini yaratish salohiyati yuqori ekanini bildiradi. Shu bilan birga, real o'sishning mo'tadil darajasi va bozor shoklariga sezgirlik ehtimoli marketing mexanizmlarini tizimli takomillashtirish zaruratini kuchaytiradi.

Marketing mexanizmlarini takomillashtirish segmentatsiya va portfel boshqaruvi, raqamli marketing va CRM, eksport marketingi, yashil marketing va eko innovatsiya, brend va hududiy sanoat imiji, hamda KPI monitoring bloklari orqali amalga oshirilishi maqsadga muvofiq. Ushbu yondashuv sanoat korxonalarining bozor moslashuvchanligini oshiradi, raqobatbardoshligini kuchaytiradi va barqaror rivojlanish natijalarini mustahkamlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. United Nations Industrial Development Organization. Industrial Development Report 2024: Turning Challenges into Sustainable Solutions: The New Era of Industrial Policy. Vienna: UNIDO, 2024. URL: <https://www.unido.org/sites/default/files/unido-publications/2024-06/Industrial%20Development%20Report%202024.pdf>.
2. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. Industrial production of the Republic of Uzbekistan for January–December 2024: Press release. Toshkent, 2025. URL: https://stat.uz/img/press-reliz-yanvar-dekabr-eng_p21196_p61469.pdf.
3. UzDaily. Uzbekistan's Industrial Output Grows by 6.6% in the First Half of 2025. 22.07.2025. URL: <https://www.uzdaily.uz/en/uzbekistans-industrial-output-grows-by-66-in-the-first-half-of-2025/>.
4. World Bank. Uzbekistan: Country Economic Memorandum (CEM 2025). Washington, DC: World Bank, 2025. URL:
5. World Bank. Uzbekistan – Country Economic Memorandum: Fostering Faster Growth by Improving the Functioning of Domestic Markets and Their Integration into International Markets. 2025. URL:
6. Chen, G.; Sabir, A.; Rasheed, M. F.; Belascu, L.; Su, C.-W. Green marketing horizon: Industry sustainability through marketing and innovation // Journal of Innovation & Knowledge. 2024. Article 100606. DOI: 10.1016/j.jik.2024.100606. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X24001458>.
7. Riillo, C. A. F. ISO 14001 and innovation: Environmental management system and signal // Technological Forecasting and Social Change. 2025. DOI: 10.1016/j.techfore.2025.124000. URL:
8. Kotler, P.; Keller, K. L.; Chernev, A. Marketing Management. 16th ed. Harlow: Pearson, 2021. 832 p.
9. Porter, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985. 557 p.