O’ZBEKISTON RESPUBLIKASIDAGI AVTOTRANSPORT VOSITALARI EXPORT HAJMINI OSHIRISH

Ravshanbek Adhamov Ulug’bek o’g’li
Baxodir Komilovich Saliev
Toshkent Moliya Instituti

Annotatsiya: Ushbu maqolada O’zbekiston Respublikasidagi avtotransport sohasidagi export hajimini oshirish muhokama qilinadi.Ushbu maqolada shuningdek avtotransport sohasidagi export hajimini oshirish bo’yicha qanday usullar qo’llanishi va reklamalarning ahamiyati haqida ham muhokama qilamiz.Avtotransport sohasidagi export miqdorini oshirish uchun turli xil ko’rinishdagi reklamalar foyda beradi.Ushbu tur xil usullardagi reklamalardan foydalanish export hajimini oshiradi va shuningdek avtotransportga oid turli xil usullardagi reklamalardan foydalanish keltirib o’tilgan.

Kalit so’zlar: Target, Reklama, Export, Youtube, Instagramm, Telegramm, Facebook, Avtotransport

Ma’lumki O’zbekiston Respublikasida Mashinalarni ishlab chiqarishni dastlabki bosqichi 1992-yilda Janubiy Koreaning DaewooMotors kompaniyasi bilan tuzilgan manfatli shartnomadan boshlangan, o'sha davrlarda O‘zbekistonning Avtoqishxo‘jamash va Daewoo kompaniyasi 50 % ga 50 % ulushli shartnoma imzolangan va manashu shartnoma Avtomobilsozlikda juda katta burilish yasadi. 1993-yilda UzDaewooAvto kompaniyasi davlat ro‘yhatiga olindi va Andijon viloyatining Asaka shahrida korxona qurish ishlari boshlandi va uning umumiy summasi 658 mln dollarni tashkil etgan edi[1]. Shu davrdan boshlab Respublikada Avtotranport sohasidagi savdo hajimi asta sekin yuqorilab bordi, hozirgi kunga kelib Mamalakatimizda keng qamrovli tadbirkorlik sohasiga oid islohotlar o’tkazilayotgan bir davrda O’zbekiston respublikasidagi avtotransport hajmini oshirish bo’yicha

[1] https://uz.wikipedia.org/wiki/O%CA%BBzbekiston_avtomobilsozlik_sanoati ma’lumotlaridan olindi

O’ZBEKISTON RESPUBLIKASI PRIZIDENTINING 2022-yil 28-yanvar sanasidagi PF-60 sonli farmoninig “2022-2026-YILLARGA MO’JALLANGAN YANGI O’ZBEKISTONNING TARAQQIYOT STRATEGIYASI” nomli 1-ilovasining 28-maqsadida keltirilganidek “Avtotransport vositalari exportini 3 barobarga oshirish va 1 milliard AQSH dollariga yetkazish” bo’yicha maqsad belgilangan. Shu munosabat bilan O’zbekiston respublikasidagi Avtotrasnport sohasida export hajimi oshirish O’zbekiston respublikasidagi Avtotransport sohasidagi savdoni rivojlantirishga hissa qo’shadi.

Uzavtojobs.uz saytidagi ma’lumotlarga qaraganda “ O’zbekiston Respublikasi Mustaqillik davrida O’zbekiston Respublikasi birinchi Prizidenti Islom Abdug’aniyevich Karimovning tashabbusi va boshchiligida tashkil etilgan “O’zavtosanoat” Aksiyadorlik Kompaniyasi O’zbekiston Respublikasi iqtisodiyotining bunyodkorlik salohiyatining ramziga aylandi. Nufuzli kompaniyalar bilan teng va o’zaro manfaatli munosabatlarni o’rnatishga asoslangan ilgari odimlash strategiyasi raqobatdosh mahsulotlarni dunyo standartlari darajasida ishlab chiqarishga qaratilgan.

2004-yilda “O’zavtosanoat” Assosatsiyasi ishlab chiqarish boshqaruvi samaradorligini oshirish maqsadida aktsiyadorlik kompaniyaga aylantirildi.

Hozirgi kunda u o’nlab katta va o’rta korxonalar bilan bir qatorda Korea respublikasi, Italiya, Germaniya, AQSH kabi xorijiy mamlakatlar kapitali bilan birgalikda tashkil etilgan kompaniyalarni birlashtiradi”[2]

Shuni ta’kidlash joizki O’zbekiston republikasidagi Avtotransport exportining hajimini oshirish uchun Respublikamizda ishlab chiqarilayotgan Avtotransportlarni ijtimoiy tarmoqlardagi reklamasini kuchaytirish hamda rivojlantirish juda muhum masala xisoblanadi, sababi O’zbekiston Respublikasida ishlab chiqarilayotgan avtotransportlarini online ya’ni masofadan turib harid qilishlari uchun bu usul juda ham qulay ravishda mos keladi shu bilan birga boshqa mamlakatlardagi korxonalarning transport exportini oshirish uchun tashkil qilinayotgan reklamalar O’zbekiston Respublikasidagi transport sohasi reklamalari bilan raqobatdosh bo’lishi

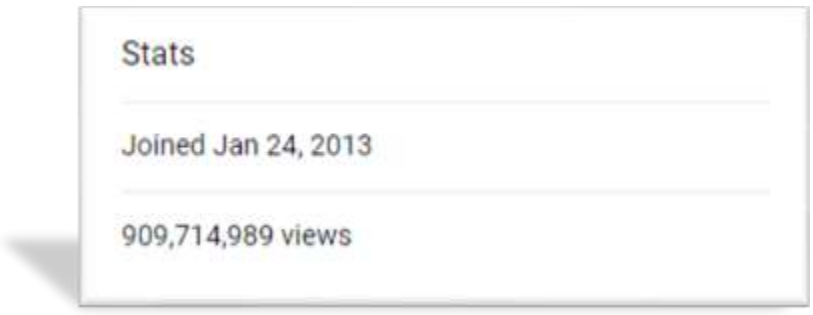
[2] https://uzautojobs.uz/cms/about-us

kerak, sababi bunday ko’rinishdagi raqobatlar ham reklama qilish saviyasini oshiradi ham transport savdosini rivojlantiradi. Buning uchun avvalo to’gri strategiya talaba qilandi. Shu bilan birga reklama olamida hozirgi kunda matnli reklamalardan ko’ra ko’proq video reklamalar rivojlanib bormoqda.

Reelnreel.com saytining ma’lumotlariga qaraganda “Agarda bironbir shaxs transport xizmatlarini sotish yo'llarini izlayotgan bo'lsa, videodan foydalanish yaxshi tanlov bo'lishi mumkin. Biz ko'plab texnologik yutuqlarga ega onlayn dunyoda yashayotganimiz sababli, bugungi kunda videolar matndan ko'ra ko'proq va mashhur bo'lib qoldi.[3]

Shu bilan birga shuni ta’kidlash joizki avtomobillar reklamasini ijtimoiy tarmoqlarga joylash orqali ko’plab insonlar bu reklamalarni offline ko’rishgandan ko’ra ancha sezilarli darajada tomosha qilishadi va ularning sotib olish darajasi ham ko’payadi. Shu jumladan You tube ijtimoiy tarmog’ida reklama qilinayotgan avtomobillarning ko’rish darajasi ancha yuqori masalan:

DailyDrivenExotics (DDE) Youtube ijitmoiy tarmog’ida 909 714 989ta ko’rishlar soni mavjud



[4]

Engineering Explained Youtube ijtimoiy tarmog;ida 631 638 118 ta



[3] https://reelnreel.com/video-marketing-ideas-for-transportation/#:~:text=You%20can%20directly%20promote%20your,the%20best%20ways%20to%20advertise.
[4] https://www.youtube.com/@DailyDrivenExotics/about

Ko’rishlar berilgan[5]

O’zbekiston Respublikasida tayyorlanayotgan transport visitalarining ham chet el mamlakatlari ko’proq tomosha qilishlari lozim,shundagina transport sohasidagi exportning miqdori yuqori pog’onalarga ko’tarilishi mumkin.

Ho’sh buning uchun nima qilish kerak?

1.O’zbekiston Respublikasida tayyorlanayotgan avtotransport vositlarini ishlab chiqilayotgan jarayonlarini tasvirga, sur’atga olish.

2.Uzavtomotors kompaniyasidagi xodimlarni ishlash jarayonlarini hamda avtomobillarni tayyorlash jarayonlari bilan batafsil tanishtirib chiqishni yuqori sifat hamda a’lo darajada tasvirga olish.

3.Tayyorlangan avtomobilning funksiyalarini hamda vazifalarini alohida video shaklda tushuntirish (tezligi,ot kuchi va boshqalar).

4.Tayyorlangan reklamalarni ijtimoiy tarmoqlar orqali ya’ni Instagramm, Facebook, Google, Telegram ijtimoiy tarmoqlari orqali reklamalarni hamda e’lonlarni joylashtirish hamda sotish ko’zda tutilgan davlatlarga target (mo’ljal qilish) orqali yo’naltirish.

Xulosa:

Ushbu maqolada biz O’zbekiston respublikasi va yevropa mamlakatlaridagi avtotransport sohasidagi reklamalarni o’rganib chiqdik, shuningdek biz qanday qilib avtotransport sohasidagi reklamalalarni hamda tayyorlagan video shaklidagi reklamalarni qanday qilib ijtimoiy tarmoqlar orqali target qilishni o’rgandik. Avtotransport sohasidagi reklamalar orqali ushbu O’zbekiston Respublikasidagi avtotransport sohasidagi ko’plab savdolarni amalga oshirish mumkin. Bu maqola yordamida biz avtotransport sohasidagi export hajimini oshrishni o’rgandik.

Ushbu keltirib o’tilgan jarayonlarni amalga oshirishdan oldin albatta maxsus marketing jamoa tuzub olish zarur bo’ladi hamda jamoa tuzulganidan so’ng kunlik,haftalik,oylik hamda yillik rejalar hamda maqsadlar asosida ish olib borish maqsadga muvofiq bo’ladi.

[5] https://www.youtube.com/@EngineeringExplained/about

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. https://uz.wikipedia.org/wiki/O%CA%BBzbekiston_avtomobilsozlik_sanoati

2. https://uzautojobs.uz/cms/about-us

3.https://reelnreel.com/video-marketing-ideas-for-transportation/#:~:text=You%20can%20directly%20promote%20your,the%20best%20ways%20to%20advertise.

4.https://www.youtube.com/@DailyDrivenExotics/about

5.https://www.youtube.com/@EngineeringExplained/about