

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

Қўлёзма ҳуқуқида

УДК: 659.1

ОДИЛОВА СИТОРА САЙФИТДИН ҚИЗИ

**МЕВА ШАРБАТЛАРИ БРЕНДИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ
МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ**

08.00.11 – “Маркетинг”

**иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)
илмий даражасини олиш учун ёзилган
ДИССЕРТАЦИЯ**

Илмий раҳбар: и.ф.д., проф. А.Ш. Бекмуродов

Тошкент-2022

МУНДАРИЖА

КИРИШ.....	3
I-БОБ. МЕВА ШАРБАТЛАРИ БРЕНДИНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШНИНГ НАЗАРИЙ ВА УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ	13
1.1. Бренд яратиш бўйича маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишнинг назарий асослари.....	13
1.2. Мева шарбатлари брендини шакллантиришда маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишнинг услубий жиҳатлари	24
1.3. Мева шарбатлари брендини шакллантириш бўйича глобал бренд компанияларининг тажрибаси ва улардан Ўзбекистон маҳаллий корхоналарида фойдаланиш йўллари	41
Биринчи боб бўйича хулоса	51
II-БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА МЕВА ШАРБАТЛАРИ БРЕНДИНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ ҲОЛАТИ ТАҲЛИЛИ	53
2.1. Ўзбекистонда мева шарбатлари ва унинг ривожланиши	53
2.2. Мева шарбатлари маҳаллий бозорида шаклланган брендлар рақобатбардошлиги таҳлили	72
2.3. Мева шарбатлари бозорида шаклланган маҳаллий брендларнинг маркетинг стратегиялари тавсифи	83
Иккинчи боб бўйича хулосалар	88
III-БОБ ЎЗБЕКИСТОНДА МЕВА ШАРБАТЛАРИ БРЕНДИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ ВА УЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ.....	90
3.1. Мева шарбатлари маҳаллий брендини яратиш стратегиясини ишлаб чиқиш	90
3.2. Мева шарбатлари брендинг амалиётида қадоклаш усулларини такомиллаштириш.....	99
3.3. Маҳаллий мева шарбатлари бозорида брендингдан фойдаланиш самарадорлигини ошириш йўллари	124
Учинчи боб бўйича хулоса	130
Хулоса	132
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	135
Иловалар.....	143

КИРИШ

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳон бозорида истеъмол товарларининг брендини шакллантиришда маркетинг стратегияларидан фойдаланиш тобора кенг тус олмоқда. Маркетинг стратегиялари миллий компанияларнинг халқаро бренд даражасига кўтарилишига қулай имконият яратиб, глобал рақобатда устунликка эришишнинг асосий воситасига айланмоқда. «2020 йилда глобал COVID-19 пандемияси юз беришига қарамай, топ 100 таликка кирган энг яхши глобал брендларнинг қиймати 9 фоизга, умумий товар қиймати эса 2 трлн. доллардан ошган»¹. Истеъмолчиларнинг соғлом овқатланиши ва турмуш тарзини таъминлашга бўлган талабининг ошиши жаҳон мева ва сабзавот шарбатлари брендини шакллантиришнинг маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишни тақозо этмоқда.

Жаҳонда истеъмол товарлари бозорида корхоналарнинг самарали брендинг сиёсатини шакллантириш ва амалга ошириш орқали халқаро миқёсда рақобат устунлигига эришишга эътибор қаратилмоқда. Бунда товарлар брендини яратишга оид назарияларни такомиллаштириш, глобал бозордаги тенденциялар таъсирида юзага келаётган брендинг стратегиясининг модификациялашган шакллари синтез қилиш, бизнеснинг бошқарувига таъсир йўналишларини аниқлаш, жумладан, мева шарбатлари бозорида бренд бўйича хабардорлик, мижозлар содиқлигини таъминлаш, истеъмолчиларни шахсий афзал кўриш қобилиятларига кучли ва самарали бренд воситаси орқали таъсир кўрсатиш кабилар асосий тадқиқот йўналишларидан ҳисобланади.

Ўзбекистонда амалга оширилаётган озиқ-овқат саноатини техник жиҳатдан янгилаш ва модернизациялаш сиёсати натижасида мева шарбатлари бозори жадал тарзда кенгайиб, ишлаб чиқарувчилар сонининг сезиларли даражада ошиб бориши рақобатнинг кучайишига олиб келмоқда. 2022-2026

¹ Манба: Interbrand. Best Global Brand 2020 Report.

йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясинида «2026 йилга бориб озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини 7,4 млн. тоннага, қайта ишлаш даражасини сут бўйича 32 фоиз, гўшт - 25 фоиз, мева-сабзавот бўйича- 28 фоизга етказиш»² вазифаси озиқ-овқат саноатининг мева шарбатлари ишлаб чиқариш салоҳиятидан самарали фойдаланиш, миллий бозордаги ички эҳтиёжларни тўлиқ ва сифатли кондириш билан бир каторда, ташқи бозорларда ҳам мустаҳам давқага эга бўлиб боришни кўзда тутди. Бу эса мева шарбати маҳсулотлари миллий брендлари таркибини кенгайтириш, компанияларнинг самарали нарх сиёсатини шакллантириш, маркетинг коммуникацияси харажатларини тежаш ва самарадорлигини ошириш, мева шарбатлари брендини шакллантириш бўйича маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишнинг илмий-услубий асосларини такомиллаштиришни тақозо этади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сон «2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида», 2018 йил 16 январдаги ПФ-5303-сон «Мамлакатнинг озиқ-овқат хавфсизлигини янада таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисидаги фармонига ўзгартиришлар киритиш тўғрисида», 2018 йил 13 декабрдаги ПФ-5598-сон «Ўзбекистон Республикаси давлат бошқарувига рақамли иқтисодиёт, электрон ҳукумат ҳақида ахборот тизимларини жорий этиш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида», 2018 йил 24 ноябрдаги ПФ-5583-сон «Тадбиркорлик ва инновациялар соҳаларидаги лойиҳаларни молиялаштириш механизмларини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги фармонлари, 2020 йил 11 ноябрдаги ПҚ-4887-сон «Аҳолининг соғлом овқатланишини таъминлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида», 2019 йил 29 июлдаги ПҚ-4406-сон «Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чуқур қайта ишлаш ва озиқ-овқат саноатини янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарорлари, Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 4

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг «2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида» ги ПФ-60-сон Фармони. 2022 йил 28 январь. – www.lex.uz