

**KORXONALARDA EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHDA
INNOVATSION MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN
SAMARALI FOYDALANISH**

Qulliyev Oxunjon Anvar o'g'li
Buxoro davlat universiteti
iqtisodiyot kafedrasida o'qituvchisi
Ahmadova Azizabonu Asqad qizi
Buxoro davlat universiteti
Iqtisodiyot va turizm fakulteti 1-bosqich talabasi

Annotatsiya: Innovatsion marketing hozirgi kunda tadbirkorlar o'rtasida raqobat muhitini yanada oshirish hamda davlatlararo eksport salohiyatini samarali oshirishda qo'llaniladigan, yangiliklarga bo'lgan ehtiyojni qondirish orqali foyda olishga yo'naltirilgan inson faoliyatidir.

Kalit so'zlar: innovatsiya, marketing, innovatsion marketing, bozor, raqobat, innovatsiya davri, bozor, sikli eksport, eksport salohiyati, brending.

“Har bir korxonada ishlab chiqaruvchilar(tadbirkorlar) mahsulotini qay darajada sifatli va hamyonbop qilib ishlab chiqarmasin, agarda tovar yetarli darajada reklama qilinmagan bo'lsa, tadbirkor yaqin oradagi bankrotlikka tayyor tursin”.

Yuqorida aytib o'tilgan fikr mantiqqa to'g'ri kelmasligi mumkin ammo quyida aytilajak innovatsion marketingning, tovar xaridorgir bo'lishidagi o'rni va ahamiyati bu fikrni yanada oydinlashtiradi. Innovatsion marketing bu faoliyat yangiliklarga ehtiyojni aniqlashdan tortib, ularni yaratish, bozorga kirib boorish, hayotiylik davri, amaliyotda qo'llash, xaridorlarni ularni sotib olishga qiziqishini orttirish, yangiliklarga bo'lgan talabni va ularni yaratilish istiqbollarini aniqlash kabilargacha bo'lgan funksiyalarni o'z ichiga oladi.

Innovatsion marketing bu-yangi tovarlar yoki xizmatlar yaratish, kengaytirish va qo'llab-quvvatlashga yo'naltirilgan marketing texnologiyalari majmuidir. Innovatsion marketing texnologiyalarining o'ziga xos jihati shundaki, ular jismoniy jihatdan mavjud bo'lgan mahsulot bilan emas, balki uning ishlab chiqilayotgan konsepsiyasi bilan ishlaydilar. Bu esa ananaviy marketingdan farqli ravishda, marketing tadqiqotlari o'tkazishda katta qiyinchiliklarni yuzaga keltiradi.

Ko'pchilik olimlar yangilik (innovatsiya)-aniq ijtimoiy ehtiyojlarni qanoatlantiruvchi va qator (iqtisodiy, ilmiy-texnikaviy, ijtimoiy, ekologik) samaralar beruvchi, asosan yangi yoki modifikatsiyalashtirilgan mablag' (yangi kiritilgan mablag'lar) ni yaratish va o'zlashtirish (tatbiq etish)ning yakuniy natijasidir, degan fikr tarafdoridirlar.

Innovatsion marketing faoliyati:

1) innovatsiya davri (g'oyalar generatsiyasi, yangi mahsulotni yaratish konsepsiyasi, tajribasi, namunalarining prototipini ishlab chiqish, konstruksiyalash va tayyorlash, strategik sherik va investorni izlash, korxonani tayyorlash va innovatsion mahsulotni chiqarish)ni;

2) bozor sikli (tovarni bozorga chiqarish, bozor potensialini baholash, ishlab chiqarishning o'sishi, servis tashkil etish, yangi mahsulotni bozorda sotish, innovatsiyani zaruriy siklini yakunlash)ni o'z ichiga oladi.

Innovatsion marketing faoliyat bosqichi ilmining tadqiqot o'tkazish va ishlab chiqish; ishlab chiqarishni tugal tayyorlash va tashkil etish; xodimlarni tayyorlash, ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish; yangi mahsulotlarni marketingi; moddiy tusga kelmagan texnologiyala (patent, litsenziya, va boshqalar) ni sotish (sotib olish); moddiy tusga kirgan innovatsion mahsulotlarni sotishdan iborat. Innovatsion faoliyatni amalga oshiruvchi yuridik shaxslar... va innovatsion faoliyatda ishtirok etuvchi jismoniy shaxslar ishtirokchilar va innovatsion faoliyat sub'ektlari hisoblanadi. Innovatsion marketing faoliyatiga yordam ko'rsatuvchi innovatsion infratuzilma korxonalari, investorlar, ilmiy tadqiqot institutlari, maorif muassasalari, davlat hokimiyat organlari sub'etklardir.

Innovatsion marketing bilan shug'ullanuvchi firma tijoratdan samara olish uchun istemolchini mo'ljallashi ishlab chiqarish mumkin bo'lgan (marketingning asosiy tamoyili) yangilikni emas, balki istemolchiga haqiqatdan ham zarur bo'lgan yangilikni taklif etishi lozim. Shundan keyin kiritilgan yangilikka unga qo'yilgan konsepsiya nuqtayi nazardan yondashishni ko'rib chiqish taqozo etiladi.

Bozor raqobati sharoitida ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarini samarali rivojlanishini taminlovchi innovatsion faoliyatni boshqarishga alohida etibor qaratishni talab qilmoqda.

Innovatsion faoliyat bozor munosabatlari sharoitida tadbirkorlikning ilg'or shakli bo'lib hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti ilmiy-texnika taraqqiyotini rivojlanishi uchun real imkoniyatlar yaratadi. Mamlakatimizda iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili bo'lgan innovatsiyalarga ustuvor yo'nalish sifatida etibor qaratilmoqda. Raqobatbardosh iqtisodiyotni shakllanmasdan turib, raqobatbardosh mamlakatni barpo etish, tarmoqni, tovarni yaratish bir muncha mushkuldir.

O'zbekiston sanoat ishlab chiqarishi AQSH, Yaponiya va Germaniya singari mamlakatlarga nisbatan, ancha orqada ekanligi yangi texnikaning qo'llanilishi bilan bog'liq ekan degan fikrga endilikda uzil kesil kelindi. Hozirgi sharoitda korxonalar uchun oyoqqa turib olish yoki hattoki kelgusidagi texnikaviy yangilanishda shoshilinch ravishda kiritilgan yangiliklarni qo'llash hayotiy muhim masaladir.

XXI asrning boshlarida sotuvchi va xaridor (istemolchi) o'rtasida uzoq muddatli hamkorlik munosabatlarini shakllantirish raqobatli ustunlikka aylandi. 2017-yil 7-

fevraldagi davlatimiz rahbarining farmoni bilan tasdiqlangan 2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasida samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish bo‘yicha, “...iqtisodiyot tarmoqlari uchun samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish hamda mahsulot va xizmatlar bozorida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirish”ni ifodalovchi ustuvor yo‘nalishi raqobat muhitini shakllantirish va rivojlantirishda katta ahamiyatga egadir. Raqobat kurashi sotuvni rag‘batlantirish, marketing sohasiga, yani istemolchi bilan to‘laqonli ishlashga o‘tdi. Bunda innovatsion marketingdan samarali foydalanish talab etiladi.

Bozor sharoitida innovatsion faoliyatning tubdan farq qiluvchi tomoni, bu ishlab chiqaruvchilar ehtiyojiga emas, balki istemolchilar ehtiyojlariga yo‘naltirilganlik hisoblanadi.

Umumiy holda ijtimoiy yo‘naltirilgan bozorni, maqsadi jamiyatning ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish bo‘lgan ishlab chiqaruvchi va istemolchining o‘zaro munosabatlariga asoslangan ijtimoiy mahsulotni sotish tizimi sifatida qarash mumkin.

Iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlarda yangi mahsulotlar va texnologiyalarni ishlab chiqish bitta yoki bir nechta firmalar miqqiyosiga jamlangandir. Innovatsiyalarga yo‘naltirilmagan korxonalarini yangi dinamik muhitga kirishida, tabiiyki, malum bir mojarolar yuzaga keladi. Ushbu mojarolar yoki doimo tezkor tarzda real sharoitlarga moslashishni, yoki kelgusi o‘zgarishlarni prognozlashtirish imkonini beruvchi o‘ziga xos boshqarish mexanizmlarini shakllantirish va ularga muqobil bo‘lgan harakat usullarini yani, innovatsiyalarni boshqarish mexanizmlarini ishlab chiqish zaruriyatini keltirib chiqaradi.

Marketing korxonalariga istemolchilar ehtiyojlarini oldindan ko‘ra bilish va istemolchilar ehtiyojlarini qondirish imkonini beradi. Shunday ekan har bir tadbirkor ishlab chiqargan mahsuloti uchun marketing texnologiyalaridan samarali foydalanishi muhimdir. Qolaversa O‘zbekiston Respublikasi prezidenti ham innovatsion marketing texnologiyalardan foydalanish va bu bilan savdoni oshirish to‘g‘risidagi bir qancha qonunlar joriy etganlar. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 30-oktyabrdagi PF-5564-sonli “Tovar bozorlarida savdoni yanada erkinlashtirish va raqobatni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi farmonida ko‘rsatilishicha, “ulgurji savdoning rivojlanishi, keyinchalik qayta ishlash uchun yarim tayyor mahsulotlarni va sanoat mahsulotlarini, “biznes uchun-biznes”(V2V) tamoyili bo‘yicha boshqa tovarlarni yetkazib berish tizimi darajasining pastligi xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar transaksiyasi xarajatlarining oshishiga va ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning raqobatbardoshligini pasayishiga olib kelmoqda”.

Mamlakatimizning barcha hududlarida sanoat korxonalarini tashkil etish, xususiyy tadbirkorlik sub’ektlarining mahsulotlarini eksport qilishni qo‘llab-quvvatlash, ularga har tomonlama ko‘mak berish, mahsulotlarini eksportga yo‘naltirish,

qo‘shimcha ish o‘rinlarini yaratish borasida olib borilayotgan keng ko‘lamli ishlar iqtisodiyotning barqaror sur‘atlar bilan o‘shishiga, mamlakatimizning eksport salohiyati izchil yuksalishiga xizmat qilayotir.

Darhaqiqat, “Made in Uzbekistan” yorlig‘i tushirilgan mahsulotlarimiz dunyo bozorlaridan mustahkam joy olmoqda. Korxonalarimiz jahonga qariyb barcha turdagi tovarlarni – oziq-ovqat mahsulotlari, kiyim-kechak, qurilish materiallaridan tortib yuqori texnologiyali zamonaviy texnikalgacha taklif etmoqda. Xalqaro andozalar asosida ishlab chiqarilayotgan bu mahsulotlar yuksak sifati bilan xorijlik iste‘molchilarga manzur bo‘lmoqda.

Ushbu sohadagi ishlarni yanada rivojlantirish, mamlakatimiz korxonalarini eksport faoliyatiga jalb etish, ularning mahsulotlarini tashqi bozorlarga yo‘naltirish, milliy mahsulotlar eksporti salohiyatini yuksaltirishda Prezidentimiz tashabbusi bilan O‘zbekiston Tashqi iqtisodiy faoliyat milliy banki huzurida tashkil etilgan Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub‘ektlarining eksportini qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi alohida ahamiyat kasb etmoqda.

Mamlakatimizning barcha hududlarida o‘z filiallariga ega bo‘lgan mazkur jamg‘arma tadbirkorlarning xalqaro ko‘rgazma va yarmarkalarda, biznes-forum va kooperatsion birjalarda ishtirok etishi, chet ellik hamkorlar topishi va shartnomalar tuzishi, xorijiy davlatlar qonunchiligiga muvofiq litsenziya va sertifikatlar, boshqa ruxsatnomalar olishida huquqiy, moliyaviy va tashkiliy ko‘mak ko‘rsatmoqda. Jamg‘arma tomonidan yuzdan ortiq xorijiy tashkilot bilan hamkorlik aloqalari o‘rnatilgani kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub‘ektlari o‘z mahsulotlarini eksport qilishida muhim ahamiyat kasb etayotir.

Yuqoridagilardan kelib chiqib shuni aytish mumkinki, mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalarda, chakana va ulgurji savdo korxonalarida, xizmat ko‘rsatish korxonalarida innovatsion marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish bu faqat korxonada ishni tashkil etish va uni boshqarish emas, balki tovarlar yoki xizmatlar raqobatbardoshligini oshirishga keng imkoniyatlar yaratadi.

Yangiliklarni joriy etish iqtisodiy hayotdagi yanada muhim holat bo‘lib bormoqda. Hozirgi tez o‘zgaruvchan sharoitda korxonalar texnik o‘zgarishlar bilan bir qatorda yoki ilgari bo‘lishlari va yangiliklarni muvaffaqiyatli tadbiq etishlari shart va zarurdir.

ADABIYOTLAR:

1. Qulliyev O. ISHLAB CHIQRISH IMKONIYATLARI CHIZIG'I //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 1. – №. 1.
2. Qulliyev O., Abduqahhorov B. ECONOMIC GLOBALIZATION //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 2. – №. 2.

3. Qulliyev O. PUL MABLAG’LARI HISOBİ: IQTISODIYOTDAGI O’RNI VA ULARNING ASOSIY VAZIFALARI //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 2. – №. 2.
4. Qulliyev O. ЛИНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОИЗВОДСТВА //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 2. – №. 2.
5. Qulliyev O. Covid-19 и экономика Узбекистана //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 2. – №. 2.
6. Qulliyev O. ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МНОГОСТОРОННИХ БАНКОВ //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 2. – №. 2.
7. Qulliyev O., Jiyanov L. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ПОДХОД К СЕЛЬСКОМУ ХОЗЯЙСТВУ //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 2. – №. 2.
8. Anvarovich Q. A. et al. THE ECONOMIC MODERNIZATION OF UZBEKISTAN //ResearchJet Journal of Analysis and Inventions. – 2021. – Т. 2. – №. 05. – С. 332-339.
9. Qulliyev Oxunjon Anvar o’g’li. Covid-19 va O’zbekiston iqtisodiyoti JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH AND STABILITY (JARS)
10. BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR Volume: 01 Issue: 05| 2021
11. Rasulovich K. A., Ulugbekovich K. A. SECTION: ECONOMICS //POLISH SCIENCE JOURNAL. – 2020. – С. 25.
12. Rasulovich K. A. THE ROLE OF AGRO-TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF SOCIO-ECONOMIC INFRASTRUCTURE IN RURAL AREAS //Наука и образование сегодня. – 2021. – №. 3 (62). – С. 13-14.
13. Khodjayev A. R. et al. EFFICIENCY OF USING MODERN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN SMALL BUSINESS //World science: problems and innovations. – 2021. – С. 130-132.
14. Xodjayev A. et al. THE ROLE OF SMM MARKETING IN SMALL BUSINESS DEVELOPMENT DURING A PANDEMIC //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 1. – №. 1.
15. Qulliyev Oxunjon Anvar o’g’li CHOVACHILIK TARMOG’INI RIVOJLANTIRISH VA AQLLI FERMADA ZAMONAVIY SENSORLI TEXNOLOGIYALARNING RIVOJLANISHI Toshkent davlat iqtisodiyot unuversiteti konferensiyasi 2021-y. 186-192-betlar.
16. Anvar o’g’li, Qulliyev Oxunjon. “Functioning Principles and Main Activities of Multilateral Development Banks.” International Journal of Culture and Modernity 15 (2022): 83-86.

17. Qulliyev Oxunjon Anvar o'g'li, Bobomurodov Qayimjon Homidovich, O'ZBEKISTONDA KAMBAG'ALLIK DARAJASINI QASQARTIRISH, O'ZBEKISTONDA FANALARARO INNOVATSIYALAR VA ILMIY TADQIQOTLAR JURNALI ISSN: 2181-3302 SJIF:5,963 23-SON 20.10.2023

https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/11154

271-273-betlar

18. Qulliyev Oxunjon Anvar o'g'li, Normurodov Jamshit Baxshibek o'g'li, THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION AND PROMISING

OPPORTUNITIES TO INCREASE IT IN UZBEKISTAN O'ZBEKISTONDA FANALARARO INNOVATSIYALAR VA ILMIY TADQIQOTLAR JURNALI ISSN: 2181-3302 SJIF:5,963 23-SON 20.10.2023

https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/11153 370-

374- betlar

19. Qulliyev Oxunjon Anvar o'g'li, Normurodov Jamshit Baxshibek o'g'li, THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION AND PROMISING

OPPORTUNITIES TO INCREASE IT IN UZBEKISTAN European Journal of Business Startups and Open Society| ISSN: 2795-9228 Vol. 3 No. 12 (Dec - 2023):

<https://inovatus.es/index.php/ejbsos/article/view/2150/2090> 58-61- betlar