

АВТОСАНОАТ КОРХОНАЛАРИДА ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГ ТИЗИМИДАН  
Фойдаланиш имкониятлари

*Шарипов Конгратбой Авезимбетович -  
ТДИУ ректори, профессор  
Шокамолов Шохжахон Шомахмудович -  
Турин политехника университети талабаси*

**Аннотация.** Автосаноат корхоналарида инновацион маркетинг тизимидан фойдаланиш имкониятларига боғлиқ таклифлар, йўналишлар берилган. Автосаноат корхоналари инновацион фаолиятини ташкил этишининг умумий методикаси ўрганилган.

**Калит сўзлар:** автосаноат, бозор, инфратузилма, маркетинг, савдо, ишлаб чиқариш, сотиш, экспорт, импорт.

**Аннотация.** Даны предложения и направления использования инновационных маркетинговых систем в автомобильной промышленности. Изучена общая методология организации инновационной деятельности автомобильной промышленности.

**Ключевые слова:** автомобили, рынок, инфраструктура, маркетинг, торговля, производство, продажа, экспорт, импорт.

**Annotation.** Suggestions and directions for the use of innovative marketing systems in the automotive industry are given. The general methodology of the organization of innovative activity of the automobile industry is studied.

**Key words:** automotive, market, infrastructure, marketing, trade, manufacturing, sales, export, import.

**Кириш.** Иқтисодиётни модернизациялаш, ишлаб чиқаришни техник ва технологик жиҳатдан янгилаш мамлакатимиз иқтисодиётига ва унинг корхоналарига иқтисодий фаолиятни янада ривожлантиришни талаб қилмоқда. Бунга саноат корхоналарида маркетинг фаолиятини ташкил этиш ва унинг самарасини орттириш орқали эришиш мумкин.

Иқтисодий жиҳатдан ривожланган илғор давлатларнинг йирик фирмалари тажрибаси шуни кўрсатадики, маркетинг фаолияти корхона ва ташкилотларнинг узоқ вақт яшаб қолишига ва унумдорлигини орттириб боришига имконият яратади. Маркетинг фаолиятини амалга ошириш маркетинг назарияси ва амалиётининг равнақига боғлиқдир. Маркетинг назарияси ва амалиётининг равнақи бевосита маркетинг изланишлари ва тадқиқотлари йўналишларига боғлиқ. Ҳар бир саноат корхонаси ўзининг турли фаолиятлари қаторида маркетинг фаолиятига катта эътибор қаратиши керак ва уни мунтазам равишда такомиллаштириб бориши лозим.

Мамлакатимизда автомобиль саноати фаолиятини тубдан такомиллаштириш билан боғлиқ ислохотлар самарадорлиги соҳанинг иш ва бозор фаоллигини оширишни талаб этади. Соҳанинг иш ва бозор фаоллиги бевосита инвестицион жараён, унинг самарадорлиги ва сиғимига боғлиқ ҳисобланиб, автосаноат корхоналари таркибига кирувчи акциядорлик жамияти акцияларини маҳаллий ва халқаро фонд бозорларида оммавий жойлаштириш орқали намоён бўлади.

Автосаноат корхоналарининг бозор фаоллиги ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш ва сифат жиҳатидан такомиллаштириш, корхоналарнинг экспорт салоҳиятини ошириш, бозорга йўналтирилган маркетинг стратегиясидан фойдаланиш орқали халқаро ва миллий бозорлардаги рақобатбардошлигини оширишни талаб этади.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Автосаноат корхоналарининг фаолият йўналишларини такомиллаштириш, саноат корхоналарининг иш ва бозор фаоллигини ошириш доирасидаги кенг кўламли илмий тадқиқотлар хорижлик иқтисодчи олимлар А.Банкин, Г.Беквит, С.Н.Бердышев, С.Божук, М.Горштейн, А.Карасев, Р.Фатхудинов, Г.Хардинг, В.Шкардунлар ва бошқалар томонидан амалга оширилган[1].

Мамлакатимиз саноат корхоналарининг бозор фаолиятини тадқиқ этишда бозор иштирокчилари ва харидорлар билан боғлиқ муносабатлар, автосаноат корхоналарида инновацион маркетинг тизимидан фойдаланиш имкониятлари, саноат корхоналарининг маркетинг стратегиясини шакллантиришда ички ва ташқи маркетинг муҳитининг ўрни билан боғлиқ муносабатларнинг илмий-назарий асослари иқтисодчи олимлардан Ш.Эргашходжаева, У.Шарифхўжаев, М.Икрамов, Л.Т.Абдухалилова, Н.М.Набиева, С.А.Салимов, Т.А.Акрамов, Г.Б.Муминова[2] ва бошқалар томонидан маълум даражада тадқиқ этилган.

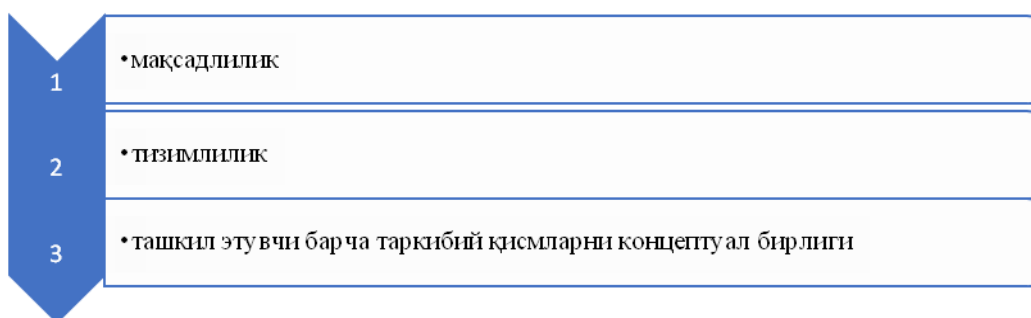
**Таҳлил ва натижалар.** Инновацион фаолиятни бошқариш механизми у ёки бу субъектнинг инновацион ривожланиш мақсадларидан келиб чиқиб, ўзида турли хил усул ва во-

ситалар йиғиндисини мужассамлаштиради. Инновацион соҳадаги бошқарув қарорларининг натижавий тайёр маҳсулотга айланишини таъминловчи самарали механизмни ишлаб чиқиши миллий корхоналаримиз олдида турган бугунги кундаги долзарб масалаларидан бири. Айни пайтда мазкур механизмнинг муҳим таркибий элементларини шакллантиришнинг методологик асосларини шакллантирмай туриб, мазкур масалани ижобий ҳал қилиш мумкин эмас. Аслида инновацион соҳага тегишли тушунчалар ҳали тўла шакллантирилмаган. Шунинг учун инновацион фаолиятнинг табиати ва мазмун-моҳиятига турлича қарашлар мавжуд бўлган бир пайтда хўжалик субъектлари мав-

жуд имконият ва чекланишларни ҳисобга олган ҳолда, ушбу соҳада самаралироқ сиёсат ишлаб чиқишга имкон берувчи аниқ таклифларга эҳтиёж сезади. Шу нуқтаи назардан, автосаноат корхоналарининг инновацион фаолият методикасини ишлаб чиқиш масаласи алоҳида аҳамият касб этади.

Фикримизча, автосаноат корхоналарининг инновацион фаолиятини ташкил этишнинг умумий методикаси қуйидаги тамойилларга асосланади: (1-расм).

- мақсадлилиқ;
- тизимлилиқ;
- ташкил этувчи барча таркибий қисмларни концептуал бирлиги.



**1-расм. Автосаноат корхоналарининг инновацион фаолиятини ташкил этишнинг умумий методикаси**

Мазкур методикани ишлаб чиқишнинг асосий мақсади автосаноат корхоналарининг инновацион фаолиятини ташкил этиш бўйича маълум дастур яратишдан иборат ҳисобланади. Ушбу мақсаддан келиб чиқиб қўйилган вазифалар қуйидагилардан иборат:

- автосаноат корхоналарининг инновацион фаолиятни ташкил этиш ишларини мазмуни ва мантиқий изчиллигини таъминлаш;
- автосаноат корхоналарида инновацияларни яратилиши ва тарқалиши бўйича барча бўғинлари ҳамда хизмат бўлимлари фао-

лиятининг мувофиқлигини таъминловчи мос ташкилий тузилмани ишлаб чиқиш;

- автосаноат корхоналарининг инновацион фаолиятини муайян жиҳатлари бўйича методик тавсиялар ишлаб чиқиш;
- автосаноат корхоналарининг инновацион фаолиятни мақсадлилиги ва тизимлилигини таъминлаш;
- автосаноат корхоналарида инновацион фаолиятни илмий асосда ташкил этиш.

Ушбу методика қуйидаги асосий таркибий қисмлардан ташкил топади:



**2-расм. Умумий методиканинг таркибий қисмлари**

1. Автосаноат корхоналарида инновация тушунчасини ҳамда инновацион фаолиятнинг мазмунини аниқлаштириб олиш.

Ҳозирги пайтда “инновация” тушунчасини аниқлаб берувчи, шу жумладан, дунё мамлакатлари қонунчилигида турли хилдаги изоҳлар мавжуд. Хусусан, Россия Федерациясининг инновациялар тўғрисидаги қонунида инновация амалдаги қонунчиликка кўра интеллектуал мулк сифатида тан олинган, илмий, илмий-тадқиқот ёки илмий-техник фаолият натижаси сифатида тавсифланган. Россия Федерациясининг амалдаги расмий статистикаси инновацияга “инновация бу – инновацион фаолиятнинг пировард натижаси сифатида бозорга чиқарилган янги ёки мукаммаллаштирилган маҳсулот ёки хизматлар ҳамда амалиётда фойдаланишга жорий этилган янги ёки мукаммаллаштирилган технологик жараён ёки ишлаб чиқариш (хизмат) усуллари”, дея таъриф берилган. Инновация фақатгина бозорга чиқарилганда ёки ишлаб чиқариш жараёнига қабул қилингандагина намоён бўлади. Ўз-ўзидан маълум бўладиги, корхонанинг инновацион фаолияти расмий статистикада қайд этилиши билангина амалга ошган ҳисобланмайди.

Ташкилий-бошқарув соҳасида (айнан маркетинг соҳасида) инновацияларсиз корхонанинг самарали инновацион ривожланишини таъминлаб бўлмайди. Шунинг учун, ушбу методик тавсиямизда “инновация” тушунчасини турли ўринларда, айнан, давлатнинг тартибга солиш функциясидан келиб чиқувчи талаблари, статистика ва корхона талаблари нуқтаи назардан акс эттириш мақсадга мувофиқ деб ўйлаймиз.

2. Автосаноат корхоналарида инновацион фаолиятнинг ташкилий тузилишини ишлаб чиқиш.

Автосаноат корхоналарида инновацион фаолият танлаб олингандан кейин унинг, мақсадли йўналиши инновацион вазифаларнинг тузилишини аниқлаб беради. Бунда корхонанинг ҳажми, ўзига хос хусусиятлари, ишлаб чиқараётган маҳсулотининг ҳажми ва номенклатураси каби турли омиллар юқори аҳамият касб этади. Шунинг учун, инновацион фаолиятни бошқариш ҳар бир турдаги корхона учун алоҳида характерга эга. Бунда эътибор қаратилиши лозим бўлган умумий жиҳат шундан иборатки, у бутун ташкилий тузилмага узвий боғлиқ бўлиши лозим. Бундан ташқари, турлича даражаларда бошқарув қарорларини шакллантирувчи турли бўғинлар фаолиятини мувофиқлигини таъминланиши ҳам зарурий шартлардан бири ҳисобланади. Чунки, алоҳида маҳсулот тури бўйича ҳам, бутунлигича барча йўналишлар бўйича ҳам инновацион лойиҳа ва

дастурларни амалга ошириш корхона учун бир хил даражада муҳим аҳамиятлидир.

3. Автосаноат корхоналарининг инновацион стратегияни ишлаб чиқиш.

Корхонанинг инновацион стратегияси агрессивлик (хужумкорлик) даражасига кўра турлича фарқланиши ёки ўзида мудофаа хусусиятини касб этиши мумкин. Стратегик менежментда агрессивлик тушунчаси корхонанинг ўз технологияси, маҳсулотлари турлари ва маркетинг стратегиясига ўзгариш киритишининг тезлиги ва радикалиги даражасини акс эттиради. Инновацион менежментга мос ҳолда таъкидлаб ўтиш жоизки, автосаноат корхоналарининг инновацион стратегиясидаги агрессивлик, биринчи ўринда, ишлаб чиқилган ва жорий этилаётган янгиликнинг радикаллик даражасига боғлиқ. Корхонанинг инновацион агрессивлигини белгилашда инновацияларни яратиш частотаси, жорий этиш тезлиги, инновацион-инвестицион фаолиятни молиялаштириш кўлами кенглиги ва инновациянинг бозор маркетинги интенсивлиги ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Автосаноат корхоналарида инновацион стратегияни танлашда амалга оширилаётган инновацион фаолиятнинг ноаниқликлари ва таваккалчиликлари каби бир қанча кўрсаткичларни эътиборга олувчи кўпқиррали модель асос қилиб олиниши лозим.

4. Автосаноат корхоналарининг инновацион фаолият самарадорлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш методикаси.

Инновацион фаолият таҳлили қуйидаги йўналишларни ўзида мужассамлаштиради:

- автосаноат корхонасининг ўз бўш пул маблағлари ва умумий молиявий ҳолати таҳлили;

- автосаноат корхонасининг инновацион лойиҳалар учун харажатлар таҳлили;

- корхонада қўриб чиқиляётган, жорий этишга қабул қилинган, жорий этилаётган, жорий этилган ва рад этилган лойиҳаларнинг тузилмавий таҳлили;

- автосаноат корхонасининг инновацион лойиҳаларни жорий этиш ва уларнинг самарадорлигини баҳолашни ҳисобга олиш тизимини тадқиқ этиш;

- жорий этилган инновацион лойиҳаларнинг бутун хўжалик фаолияти натижаларига таъсирини баҳолаш;

- автосаноат корхонасининг моддий ресурслари ва кадрлар базаси салоҳиятини инновацион фаолиятни амалга оширишга тайёрлиги таҳлили;

- автосаноат корхонасининг инновацион фаолиятини амалга ошириш самарадорлигининг интеграл кўрсаткичлари;

- автосаноат корхонасининг инновацион ривожланишига ташқи муҳит таъсири таҳлили.

5. Автосаноат корхонасининг инновациялар маркетинги методикаси.

Автосаноат корхонасининг маркетинг фаолияти ўзида бозорни комплекс тадқиқ қилиш, инновацияларни яратишни режалаштириш, уларнинг рақобатбардошлиги, нарх сиёсати, силжитиш, сотувини ташкил этиш ҳамда сервис хизмат кўрсатишни тезлаштиришни назарда тутди. Мос равишда, кўрсатиб ўтилган барча йўналишлар бўйича алоҳида методикалар ишлаб чиқиши мумкин.

Жаҳон иқтисодиёти ривожининг ҳозирги босқичида автосаноат корхоналарининг миллий ва халқаро рақобатбардошлиги уларнинг инновацион ривожланиш даражасига боғлиқ.

Ўзбекистонда иқтисодиётини инновацион ривожлантириш мақсадларида амалга оширилаётган стратегия натижалари бозор субъектлари фаолиятини сезиларли даражада ўзгартиришни, уларни бозор талабларига мослаштириш вазифасини белгилаб бермоқда.

Мамлакатимизда ҳам иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омили бўлган инновацияларга устувор йўналиш сифатида эътибор қаралмоқда. Ўзбекистон Республикасини 2017-2021 йилларда ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш, шу асосда ички ва ташқи бозорларда миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш” муҳим йўналишлардан бири сифатида кўрсатилган.

Жаҳон амалиётида маркетинг инновацияларини ишлаб чиқиш ва унинг шаклланиш жараёнларини ўрганиш борасида бир қатор илмий тадқиқотлар амалга оширилган. Уларнинг асосийлари инновациялар турларининг ўзаро боғлиқлигини илмий асослашга қаратилган. Аксарият корхоналарнинг инновацион фаолияти маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнларини ташкил этишга қаратилади ва ишлаб чиқаришдаги инновациялар орқали корхонанинг харажатлари қисқартириб, рақобатбардошлиги таъминланади. Умуман олганда, корхоналарда амалга ошириладиган ҳар қандай инновацияларнинг синергия самараси кузатилади.

Инновациялар, биринчи навбатда, ишлаб чиқариш жараёни билан боғлиқ бўлиб, кейинги навбатда инновацион маҳсулотларга қаратилинади. Автосаноат корхоналарининг фаолиятига доир кўплаб тадқиқотларда бу икки инновация билан бирга ташкилий ва бошқариш билан боғлиқ инновациялар ҳам ажратиб кўрсатилади. Мамлакатимизда амалга оширилаётган тадқиқотларда айнан ташкилий жараёнлар бўйича инновациялар кўп ҳолларда муҳим тадқиқот

сифатида қаралмайди ва бу борада уларни корхона самарадорлигига таъсири етарлича инобатга олинмайди.

Маркетинг инновациялари бўйича илк илмий янгилик 1960 йилда Теодор Левитт (Theodore Levitt) томонидан киритилиб, унинг корхона фаолияти самарадорлигига таъсир кўрсатиши асослаб берилган. Маркетинг инновацияларидан қатъи назар, ҳозирда кўплаб корхоналар маҳсулот ва жараёнлар бўйича инновацияларга алоҳида эътибор қаратмоқда.

Автосаноат корхоналари ишлаб чиқариш жараёнига инновацияларни жорий этиш, шунингдек, янги ва янги маҳсулотлар ишлаб чиқаришдан ташқари маркетингда инновацион технологияларни жорий этиш орқали кўриладиган самарадорликни ҳам алоҳида ҳисобга олиш ва уларни яратишга ажойиб тарзда ҳаракат қилинмоқда”. Левиттнинг фикрича, маркетинг инновацияларига корхоналар томонидан эътибордан четда қоладиган ва ўз-ўзидан пайдо бўладиган ёки қандайдир тасодиф туфайли юзага келадиган жараён сифатида қаралади.

Ҳозирги кўплаб тадқиқотларда эса маҳсулот инновацияларидан ташқарига чиқиш, яъни фақат унга боғланиб қолиш орқали иқтисодий самарадорликка эришиб бўлмастик ҳолатлари борлиги таъкидланмоқда.

Умуман олганда, автосаноат корхоналарида маркетинг инновацияларини кенг доирада тадбиқ этилиши бу борада тизимли ёндашувларни ишлаб чиқишни талаб этади. Ушбу концептуал ёндашувларда автосаноат корхонаси инновацион маркетинг фаолиятини кенг қамровда таҳлил қилиш ва уни маркетинг соҳаси сифатида ўрганиш муҳим аҳамиятга эга.

Автосаноат корхонасининг маркетинг инновацияларини шакллантиришнинг методологик жиҳатларини ўрганишда қуйидаги саволларга жавоб топиш лозим:

– маркетинг инновациялари ўзи нима ва улар саноатнинг ҳаётийлик цикли давомида қандай ўзгаришларга учрайди;

– автосаноат корхонасининг рақобатбардошлиги ва бозорда етакчилигини оширишга маркетинг инновацияларини қандай таъсири мавжуд;

– автосаноат корхонасида маркетинг инновацияларини жорий этилишидан қандай синергия самараси кузатилинади.

Ушбу масалалар автосаноат корхонасининг маркетинг инновацияларини англаш, унинг ривожланишининг динамиклик хусусиятларини, саноатнинг ўсишига нисбатан частоталарини белгилаш, маҳсулот ёки ишлаб чиқариш жараёни инновацияларини маркетинг инновациялари билан таққослаб, уларнинг ўза-

ро боғлиқ ривожланиши ва ўзгаришини аниқлашни талаб этади.

Кейинги жараёнда эса маркетинг инновацияларининг корхона ривожланишига таъсири ўрганилади ҳамда маҳсулот бўйича технологик ва ташкилий инновацияларни маркетинг инновацияларига таъсири баҳоланади. Маҳсулот бўйича инновациялар билан узвий равишда доимо маркетинг инновацияларини жорий этиш долзарб масала ҳисобланади, чунки янги маҳсулотлар билан бозорга киришда эски усуллар етарлича самара бермайди. Янги маҳсулот билан бозорга киришда эски маркетинг усулларини қўллаш эса янги товарнинг сотув ҳажмини етарли даражада таъминлаш имконини бермайди.

Маркетинг инновацияларини қўллаш қўшилган қийматни ошириш, харажатларни камайтириш, янги маҳсулот ва хизматларнинг истеъмол қийматини оширишга имкониятлар яратади.

Умуман олганда, маркетинг инновацияларига корхонанинг маркетинг фаолиятини ташкил қилиш, мулоқот қилиш, қиймат яратиш, мижозлар билан муносабатларни бошқа-

риш жараёни сифатида ёндашиш мақсадга мувофиқ.

Юқорида келтириб ўтилганидек, маркетинг инновацияларида динамиклик қонуниятини амал қилади. Ушбу динамика уч босқичли бўлиб (қуйи, ўсиш даври ва махсус), бу босқичларда инновациялар маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнига нисбатан радикал ва қарама-қарши ҳолатлар бўйича ўзгариши мумкин.

Автосаноат корхонасининг инновацион фаолиятида, аввало, товар инновацияларининг устунлиги кузатилади. Бироқ инновацион ривожланишнинг кейинги босқичларида маркетинг инновациялари бўйича иқтисодий ривожланиш ёки маркетинг инновацияларининг жадаллик билан ўсишини кўриш мумкин. Аксарият ҳолатларда автосаноат корхонасининг асосий эътибори маҳсулот инновацияларига қаратилади ва маркетинг инновацияларига жиддий эътибор қаратиш камайдди. Бироқ бозордаги рақобатнинг кучайиши натижалари маркетинг инновациялари кўпайишига ва автосаноат корхонасини ушбу инновацияларни амалга оширишга мажбурлайди.

**1-жадвал**

**Самарали маркетинг хизматларини ташкил этишнинг асосий жиҳатлари**

Самарали маркетинг хизматларини ташкил этишнинг асосий жиҳатлари	
1	автосаноат корхонасининг бозор учун хизмат қилувчи маркетинг-консалтинг фирмалари сонини ошириш, улар билан sanoat корхоналарининг самарали интеграциясини жорий этиш
2	автосаноат корхоналарида таълим муассасалари билан ҳамкорликдаги инновацион марказлар, инновацион инкубаторлар ташкил этиш ва мавжудларида маркетинг инновациялари билан шуғулланувчи алоҳида бўлимлар ташкил этиш
3	хорижий компаниялар томонидан ишлаб чиқилган ва ўзларининг фаолиятида самарали қўлланилаётган инновацион маркетинг технологияларини миллий хусусиятларга мувофиқлаштирган ҳолда қўллаш ва бу борада бенчмаркингдан самарали фойдаланиш
4	автосаноат корхонасининг маҳсулот инновацияси билан бирга уни бозорга самарали киритишга қаратилган инновацион маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш
5	автосаноат корхоналарида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 29 ноябрдаги фармони билан ташкил этилган Инновацион ривожланиш вазирлигининг маркетинг инновацияларини ривожлантиришга қаратилган махсус бўлимларини ташкил этиш

Автосаноат корхонасида самарали маркетинг инновацияларининг жорий этилиши мамлакатимиз автосаноати олдида турган асосий масалалардан бири ҳисобланиб, бу борада куйидагиларга аҳамият қаратилиниши мақсадга мувофиқ;

- автосаноат корхонасининг бозор учун хизмат қилувчи маркетинг-консалтинг фирмалари сонини ошириш, улар билан sanoat корхоналарининг самарали интеграциясини жорий этиш;

- автосаноат корхоналарида таълим муассасалари билан ҳамкорликдаги инновацион марказлар, инновацион инкубаторлар ташкил этиш ва мавжудларида маркетинг инновация-

лари билан шуғулланувчи алоҳида бўлимлар ташкил этиш;

- хорижий компаниялар томонидан ишлаб чиқилган ва ўзларининг фаолиятида самарали қўлланилаётган инновацион маркетинг технологияларини миллий хусусиятларга мувофиқлаштирган ҳолда қўллаш ва бу борада бенчмаркингдан самарали фойдаланиш;

- автосаноат корхонасининг маҳсулот инновацияси билан бирга уни бозорга самарали киритишга қаратилган инновацион маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш;

- автосаноат корхоналарида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 29 ноябрдаги фармони билан ташкил этилган Инновацион ривожланиш вазирлигининг марке-



тинг инновацияларини ривожлантиришга қаратилган махсус бўлимларини ташкил этиш;

Бу каби қатор вазифалар автосаноат корхонасининг фаолият самарадорлигини ошириш орқали мамлакатимиз иқтисодиётини янада ривожлантириш, рақобатдош маҳсулотлар ишлаб чиқаришни кўпайтириш, маҳаллий брендларнинг жаҳон бозорларидаги нуфузини янада оширишни таъминлайди.

**Хулосалар ва таклифлар.** Истиқболда автомобиллар янги моделларини ягона унификациялашган платформа негизда ишлаб чиқаришни ташкил этиш, инвестиция жалб этишни назарда тутувчи манзилли дастурларни ишлаб чиқиш ва ишлаб чиқарилган автомобилларни маҳаллийлаштириш бўйича лойиҳаларни молиялаштириш учун хорижий банклар ва экспорт-кредит агентликларининг имтиёзли кредит линияларини жалб этиш билан бирга, соҳанинг маркетинг фаолиятини такомиллаштириш чора-тадбирларини тизимли тартибда амалга ошириш мақсадга мувофиқ.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда мамлакатимизда автосаноат корхоналари маркетинг тизимини такомиллаштириш учун куйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

1. автомобилларни эстетик мукамаллаштириш билан боғлиқ анъаналарни кучайтириш. Бу маркетинг анъанаси истеъмолчиларни машинага бўлган эстетик ҳолати орқали кўрилади: дизайн, шинамлиги, фойдаланишга қулайлиги ва бошқалар. Ҳозирги пайтда маркетинг соҳасидаги изланишларда дизайн асосий аҳамият касб этади. Замонавий дизайнда бир нечта маркетинг асосий анъаналари ажралиб туради: синфларнинг бирлашуви (внедорожник ва универсал); интернетнинг кўп табақалиги (машина ичида ишлаш ва дам олишнинг уйғунлашуви); қўшимча қулайликлар ва шинамлилик (том люкининг кенглиги, эшикларнинг тепага кўтарилиши ва ҳ.к.);

2. автомобил бозорларида оралиқ сегмент деб аталувчи бутунлай янги сегментларни излаш ва ташкил этиш ишлари олиб борилмоқда. Бундай анъана айрим мамлакатлар автомобил бозоридаги автомобилсозлик компанияларининг индивидуаллик жараёнининг тезлашиши ва турли мамлакатлар автомобил бозорларидаги истеъмолчилар ўзига хослигини ҳисобга олган ҳолда турли маркетинг усулларини қўлловчи индивидуал маркетинг комплексидан фойдаланиш;

3. Корхонада ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини ошириш акциядорлик корхонасида барча иқтисодий ресурслардан самарали фойдаланишни назарда тутати. Самарали фаолият учун маҳсулот сифатини яхшилаш, меҳнат умумдорлигини ошириш, фондлар сиғимини камайтириб, фондлар самарадорлигини ошириш ва бошқа иқтисодий кўрсаткичларни оптималлаш, корхонадаги ишлаб чиқариш ва иқтисодий фаолиятини, режалаштириш ва ташкил этиш жараёнини такомиллаштириш талаб этилади. Бироқ барча ҳолларда ҳам ишлаб чиқариш самарадорлигининг асосида корхона фойдасини максималлаштириш ва ишлаб чиқариш ҳаражатларини имкони борича камайтириш ётади.

4. Автосаноат корхоналарида маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишда корхонанинг имкониятлари, унинг бозордаги мавжуд ҳолати, риск шароитида ички ва ташқи муҳитга таъсир этувчи омилларни ҳисобга олувчи ривожланиш йўналишларини аниқлашни акс эттириши сабабли, маркетинг стратегиясини танлаш бўйича қарорни ҳар бир корхона учун алоҳида бўлиб, фақатгина умумий талаблар асосида эмас, балки аниқ корхона фаолиятининг ички ўзига хос параметрлари ёрдамида аниқлаш, ўзига хос аниқ маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш лозим.

### **Манба ва адабиётлар рўйхати:**

1. А.Банкин, *Контент-маркетинг для роста продаж.* – СПб: Питер, 2017. 272 с., Г.Беквит. *Четыре ключа к маркетингу услуг.* – М.: Альпина Паблицер, 2017. 252 с., С.Н.Бердышев. *Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие.* – М.: Дашков и К, 2018. 120 с., С.Божук *Маркетинговые исследования. Учебник.* – М.: Юрайт, 2017. 280 с., М.Горштейн. *Современный маркетинг.* – М.: Дашков и Ко, 2017. 404 с., А.Карасев. *Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Учебник и практикум для прикладного бакалавриата.* – М.: Юрайт, 2017. 315 с. Фатхудинов Р.А. *Стратегический маркетинг: Учебник для вузов, 5-е издание.* – СПб.: Питер, 2008. – 368 с.; Хардин Г. *Маркетинг промышленных товаров.* / Пер. с англ. М.: Сирин, 2002. 272 с.; Шкардун В.Д. *Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика: Монография.* – М.: Дело, 2005. – 376 с.;

2. Ш.Эргашходжаева, У.Шарифхўжаев. *Маркетингни бошқариш.* Дарслик.-Т.: TDIU, Iqtisodiyot, 2019.– 324 бет., М.Икрамов, Л.Т.Абдухалилова, Н.М.Набиева. *Маркетинг тадқиқотлари.* Ўқув қўлланма. -Т.: TDIU, 2017. – 145 б., С.А.Салимов. *Маркетингни бошқариш.* Дарслик.-Т.: «Aloqachi» 2010 й., 252 бет., Г.Б.Муминова, *Ахборот коммуникация хизматлари бозорини ривожлантиришда инновацион маркетинг стратегияларидан фойдаланиш.* 08.00.11 – *Маркетинг (иқтисодиёт фанлари).* Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. -Т.: «АКАДЕМИЯ НОШИРЛИК МАРКАЗИ», 2019 йил., 54 бет., Т.А.Акрамов. *Автомобиль саноати корхоналарида маркетинг стратегияларини такомиллаштириш.* 08.00.11 – *Маркетинг (иқтисодиёт фанлари)* Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (DSc) диссертацияси автореферати. -Т.: «АКАДЕМИЯ НОШИРЛИК МАРКАЗИ», 2019 йил., 80 бет.

3. Казанцев А.К. *Основы инновационного маркетинга. Теория и практика. Учебник для вузов. 2-е издание,*

переработанное и дополненное. – М.: Экономика, 2008 г., -356 с.

4. Абулқосимов Х.П. Корхонанинг халқаро маркетинг фаолияти. Монография. – Т.: Академия, 2002 й., - 114 б.

5. Акрамов Т.А. Корхоналар инновацион маркетинг стратегиясининг концептуал асосларини такомиллаштириш. Монография. – Т.: Молия, 2017 й. -141 б.

6. Саматов Г.А. и другие. Корпоративный менеджмент. – Т.: Консаудит Информ –нашр, 2006 г.– 231с.

7. Юлдашева О. У. Теория и методология формирования и развития маркетингового потенциала компании// под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Г.Л. Багиева. – Спб.: Изд-во Инфо-Да, 2005.-240 с.

8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: Инфра-М, 2000 г.– 312 с.

9. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник для вузов, 5-е издание. – Спб.: Питер, 2008. – 368 с.

10. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. - М.: ОАО «Типография «Новости», 2000 г.- 256 с.

11. Эргашходжаева Ш.Д. Халқаро рақобат. Ўқув қўлланма. - Т.: ТДИУ, 2013 й.-328 б.

12. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник для бизнес-школ. – М.: Норма, 2008 г. – 384 с.

13. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования: Практическое руководство. - М.: Вильямс, 2003 г. - 960 с.

### ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ИҚТИСОДИЁТИНИНГ РИВОЖЛАНИШИДА САНОАТНИНГ РОЛИ

**Тилляходжаев Азизхон Алохонович -  
иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа  
доктори (Phd), ЎзДЖТСУ**

**Аннотация:** Ўзбекистон саноатида амалга оширилаётган инновацион ғоялар самарадорлигини ошириш ва уларни бошқаришнинг замонавий методологик ёндашувлари ва уларнинг назарий жиҳатдан ўрганилган. Ўзбекистонда саноат корхоналарининг инновацион ғоялар фаолияти таҳлил этилиб, инновацион ғояларни бошқариш борасидаги асосий муаммолар аниқланган. Аниқланган муаммоларни ечиш мақсадида тўқимачилик саноатида амалга оширилаётган инновацион ғояларни бошқариш самарадорлигини ошириш имконини берувчи таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

**Калит сўзлар:** Саноат, диверсификациялаш, технологик янгилаш, инновацион ғоялар, инвестицияларни бошқариш, лойиҳалаш, ахборот технологиялари, дастурлар.

**Аннотация:** Современные методологические подходы к повышению эффективности и управления инновационными идеями, реализуемыми в промышленности Узбекистана, и их теоретическое исследование. Анализируется деятельность инновационных идей промышленных предприятий в Узбекистане и выявляются основные проблемы в управлении инновационными идеями. Для решения выявленных проблем разработаны предложения и рекомендации по повышению эффективности управления инновационными идеями, внедряемыми в текстильной промышленности.

**Ключевые слова:** промышленность, диверсификация, технологические инновации, инновационные идеи, управление инвестициями, дизайн, информационные технологии, программное обеспечение.

**Announcement:** Modern methodological approaches to improving the efficiency and management of innovative ideas implemented in the industry of Uzbekistan and their theoretical study. The activities of innovative ideas of industrial enterprises in Uzbekistan were analyzed and the main problems in the management of innovative ideas were identified. In order to solve the identified problems, proposals and recommendations have been developed that will increase the efficiency of management of innovative ideas implemented in the textile industry.

**Key words:** industry, diversification, technological innovation, innovative ideas, investment management, design, information technology, software.

Саноат – бу ҳар бир мамлакат иқтисодиётининг асосий қисми ҳисобланади. “Брокгауз ва Ефроннинг энциклопедик луғавий маъносидан” келиб чиқадиган бўлсак “саноат” тушунчаси кенгроқ маънода “инсоннинг хунармандчиликка йўналтирилган, моддий буюмларни яратиш, ўзгартириш ёки кўчиришга қаратилган хўжалик фаолияти”ни, тор маънода эса “бирон бир хом-ашёни истеъмол учун яроқли нарсага қайта ишлашни, айлантиришни” англатади.

Саноатнинг жамият ишлаб чиқаришда мустақил соҳа сифатида пайдо бўлиши, тарихий жиҳатдан қишлоқ хўжалигидан хунармандчиликни ажралиб чиқиш жараёни билан боғ-

лиқ. Бозор иқтисодиётининг ривожланиши саноатнинг жадал ўсишига ва саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг тубдан ўзгаришига, оддий кооперациянинг мануфактурага, кейин эса йирик машина индустриясига – фабрикаларга айланишига олиб келди.

Иқтисодиёт учун ривожланган саноат тармоғи катта аҳамиятга эга. Саноат ишлаб чиқаришининг ўсиш суръатлари қанчалик кўп бўлса, иқтисодиётда ўсиш шунчалик юқори бўлади, мамлакат хилма хил ва мураккаб саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришга қодир бўлсада, унинг фаровонлик даражаси ва мамлакат иқтисодиётининг истиқболдаги ривожланиши шунчалик юқори бўлади. Агарда ривожланган мам-