

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA ICHKI BOZORNI MILLIY TOVARLAR BILAN TO'LDIRISHDA ZAMONAVIY MARKETING KONSEPSIYASIDAN FOYDALANISH

Nematjanova Shahrinoza Isroiljon qizi

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti 1 kurs talabasi

Sogukpinar Dilorom Alimovna

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti kata o'qituvchisi

Shahrinoza23@cloud.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada milliy tovarlarimizni ichki bozorni to'ldirishda marketing konsepsiyasidan foydalanish va raqamli iqtisodiyot to'g'risida ma'lumotlar keltirilgan.

Kalit so'zlar: Marketing, mahsulot, xizmat, raqamli iqtisodiyot, eksport, raqobat, bozor.

Аннотация: В данной статье представлена информация об использовании концепции маркетинга и цифровой экономики в наполнении внутреннего рынка наших национальных товаров.

Ключевые слова: Маркетинг, товар, услуга, цифровая экономика, экспорт, конкуренция, рынок.

Abstract: This article provides information about the use of the marketing concept and the digital economy in filling the domestic market of our national goods.

Keywords: Marketing, product, service, digital economy, export, competition, market.

Bugungi kunda jadal rivojlanib kelayotgan sohalardan biri bu raqamli iqtisodiyot va marketing sohasidir. 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida innovasion iqtisodiyotni shakllantirish asosiy maqsadlardan biri tariqasida qabul qilingan. Buning sababi resurslar cheklanganligi, aholi soni tobora oshayotganligi, undan ham ularning ehtiyojlari yuksalayotgani bilan tavsiflanadi. O'zbekistonda qulay investisiyaviy muhit yaratilib, chet ellik sarmoyadorlar huquqlarining qonuniy

mustahkamligi, davlat tomonidan kafolat berish darajasi borligi, undan tashqari ularga qo'shimcha imtiyozlar berilayotganligi ishbilarmon doiralar faoliyatini rag'batlantiruvchi omil bo'lmoqda.²¹ Zamonaviy iqtisodiyotda iqtisodiy subyektlar o'rtasidagi munosabatlar faqatgina o'rtada tuzilgan shartnomalar yoki ichki korxonalar vertikal munosabatlar bilan chegaralanib qolmaydi. Davlatning boshqaruvdagi aralashuvi, ya'ni xalq manfaatidan kelib chiqib iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtirib turishdagi ishtirokini iqtisodiy kvaziintegrasiya deb yuritiladi. Hozirgi kunda rivojlangan davlatlardagi kvaziintegrasiyaning bir turi tariqasida "klaster" qabul qilingan bo'lib, unda turli xil iqtisodiy faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar to'plami tushuniladi. Ta'kidlash lozimki, Prezidentimizning "Axborot texnologiyalari va kommunikasiyalari sohasini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 2018 yil 19 fevraldagi Farmoni **Hukumatimiz tomonidan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha muhim chora-tadbirlar ishlab chiqilishiga va hayotga tatbiq etilishiga asos bo'ldi.**²²

Ba'zilar raqamli iqtisodiyot nega kerak va nima beradi, deb o'ylashi mumkin. Raqamli iqtisodiyot deganda, faqatgina Blokcheyn (Blockchain) texnologiyasini va ulardan xalqaro moliya bozorlarida foydalanish masalalarini yoki kriptovalyutalarni tushunish kerak emas. Albatta, Blokcheyn texnologiyasi, kriptovalyutalar ham raqamli iqtisodiyotning bir bo'lagi. Lekin raqamli iqtisodiyot (Digital Economy) deganda, raqamli kommunikasiyalar, IT yordamida olib boriladigan iqtisodiyot tushuniladi. Bunda, yashirin iqtisodiyotga barham berish vositasi sifatida ham qarash mumkin. Chunki birinchidan, barcha operatsiyalar elektron ro'yxatdan o'tilishiga, ikkinchidan shaffof bo'lishiga erishiladi. Qolaversa, ishlab chiqarishda yangi IT texnologiyalar qo'llanilishi tufayli mahsulot va xizmatlarning tannarxi pasayadi. Jahon bankining "Raqamli dividendlar" nomli tadqiqoti xulosalari mamlakatlar iqtisodiyotini

²¹O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-sonli "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida" gi Farmoni // "Xalq so'zi". 8-fevral 2017-yil.

²² Халқ сўзи 21 февраль 2018 йил.

rivojlantirishda raqamli iqtisodiyotning naqadar dolzarb va muhim masala ekanligini ko'rsatadi.

Xususan, internet tezligining 10 foizga o'sishi mamlakat YaIM o'sishiga olib keladi. Rivojlangan davlatlarda bu ko'rsatkich 1,21 foizni tashkil etsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda 1,38 foizga teng. Demak, internet tezligi 2 barobar oshadigan bo'lsa, YaIM hajmi 13-14 foiz ortishiga erishish mumkin.²³

Jahonda ro'y berayotgan so'nggi trendlarni o'rganish foydadan xoli bo'lmaydi. Chunki dunyoda buxgalteriya balansidagi moddiy va nomoddiy aktivlar o'z o'rnini jadal almashtirishi davrida biz ham asosiy e'tiborni faqat mahsulotlar eksportiga qaratmasdan, balki nou-xau, blokcheyn texnologiyalari faoliyatini zamonga hamohang ravishda o'rganib, raqamli iqtisodiyot imkoniyatlaridan keng foydalanishni yangi bosqichga olib chiqishimiz maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz. Yana bir jihatga to'xtalib o'tish zarur. Prezidentimiz raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni ustuvor vazifa sifatida belgiladi. Buning sababi O'zbekiston iqtisodiyotining yuqori sur'atlarda o'sishini ta'minlash bilan birga, aholi ilmini, qarashlarini zamon bilan hamnafas qilish, qolaversa, mamlakatimizning xalqaro maydonda integrasiyasini tezlashtirish va natijada O'zbekistonni demokratik, iqtisodiy jihatdan taraqqiy etgan davlatlar qatoriga qo'shishdan iboratdir.

Marketing va menejment nazariyachilaridan biri M.Porter o'zining ilmiy tadqiqotlarida raqobat jarayonidagi klasterlar xususiyati, klasterlar hayotiy sikl davri, xususiy sektor va davlat organlarining o'rni va boshqa xislatlarini tahlil qilish orqali aynan ichki bozor marketingiga katta e'tibor bergan. Hozirgi kunda O'zbekistonda ham lasterli yondashuv milliy iqtisodiyot tarmoqlarining raqobatbardoshligini oshirish strategiyasi tariqasida foydalaniladi. Klaster ishlab chiqaruvchilar integrasiyasi orqali mahsulot raqobatdoshligini ta'minlaydi. Shu bilan birga bu usul ishtirokchi subyektlar manfaatdorligini orttirib, ishlab chiqarish, ilm-fan va biznes olami hamkorligi tufayli

²³www.press-service.uz –O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati

iqtisodiyotda innovasion muhitni shakllantiradi. Mamlakatimizda milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirish, umuman tarmoq va sohalarda zamonaviy marketing konsepsiyalaridan foydalanish borasida keng ko'lamli ishlar va chuqur islohotlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, tizimlashtirilgan va samarali marketing tadqiqotlarini olib borish, ichki bozorni himoya qilish va tashqi bozorlarga faol kirib borishga qaratilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish, ichki va tashqi bozorda raqobatbardoshlikni oshirishdagi mavjud muammolar va ishlatilmayotgan imkoniyat va zaxiralarni chuqur tahlil qilish asosida marketingning tamoyil va usullari joriy etilmoqda. So'nggi yillarda mamlakatimizda iqtisodiyotni modernizasiya qilish va tarkibiy o'zgarishlarni chuqurlashtirish sharoitida milliy mahsulotlar ishlab chiqarishni yanada kengaytirish, mamlakat eksportini tarkibiy jihatdan takomillashuvini ta'minlash natijasida iqtisodiyotning tarmoq va sohalari o'rtasida integratsion o'sish natijalari qayd etildi, natijada ichki bozorda samarali raqobat muhitini rivojlantirish va zarur iste'mol tovarlari bilan to'ldirish imkoniyati paydo bo'lib, iqtisodiy o'sish ta'minlandi.

Harakatlar strategiyasida, eksportga mo'ljallangan yuqori darajada mahalliyashtirishga yo'naltirilgan iqtisodiyotning istiqbolli sohasini rivojlantirish dasturini tasdiqlash alohida ko'rsatilgan. Mazkur ishlarni amalga oshirish yangi ishlab chiqarish quvvatlarini barpo etish va modernizasiya qilish, raqobatdosh, eksportbop mahsulotlar ishlab chiqish uchun zamonaviy texnologiyalarni joriy etishga xizmat qiladi. 2018–2021 yillarga mo'ljallangan eksport faoliyatini rivojlantirish konsepsiyasi bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Prezidenti qarorini qabul qilish natijasida quyidagilar asosiy vazifalar hisoblanadi:

- yuqori qiymatga ega mahsulotlarni eksport qilishni kengaytirish;
- O'zbekiston uchun savdo aloqalarini rivojlantirish borasidagi maqsadli bozorlarni aniqlash;
- tashqi bozorlar kon'yunkturasini o'rganish asosida katta hajmdagi eksportbop tovarlarni ishlab chiqarishni yanada rivojlantirish;

-tashqi bozorlarni marketingga xos o'rganish usulini rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash;

-belgilangan bozorlarni asosiy ishtirokchilar bilan uzviy o'zaro hamkorlik o'rnatish orqali milliy mahsulotlar bilan ta'minlash;

-xalqaro sifat standartlarini (ISO 9001) keng joriy etish, ishlab chiqaruvchilarni tashqi bozorlarda mahsulotlarni standartlashtirish va sertifikatlashtirish to'g'risidagi ma'lumotlar bilan tanishtirish va hokazolar.

Aholini sifatli oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash muhim ahamiyatli ijtimoiy-iqtisodiy vazifalar sirasidan. Bugungi kunda bu masala barcha mamlakatlar uchun birdek ustuvor yo'nalishlardan hisoblanadi. Ma'lumotlarga ko'ra, bugun dunyo aholisining 30 foizidan ziyodi to'laqonli ravishda ovqatlanmaslik, eng asosiy mikroelement va vitaminlar yetishmasligi muammosini boshdan kechirmoqda. Oqibatda 160 milliondan ortiq bolalarda bo'y o'sishi, jismoniy va intellektual rivojlanish bilan bog'liq kamchiliklar kuzatilmoqda.

Birlashgan Millatlar Tashkilotining Oziq-ovqat va qishloq xo'jaligi tashkiloti (FAO) hamda Butunjahon sog'liqni saqlash tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, hozirgi vaqtda dunyoda 840 milliondan ortiq kishi, ya'ni deyarli har 8 odamning biri to'yib ovqatlanmayapti. Mamlakatimizda esa aholini sifatli, xavfsiz oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash, shu orqali ularning salomatligini yanada mustahkamlash, ushbu yo'nalishdagi chora-tadbirlarni kuchaytirish, fuqarolarning sog'lom ovqatlanishga bo'lgan ehtiyojini qondirish va eng asosiysi, sohaning qonunchilik asoslarini yanada takomillashtirish borasida muayyan yutuqlarga erishilayotganligini aytish o'rinlidir. O'zbekiston Prezidenti farmoni bilan 2017–2021 yillarda O'zbekistonni rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi tasdiqlandi va ushbu Harakatlar strategiyasining 3 yo'nalishining 3.3. bandida qishloq xo'jaligini modernizasiya qilish va jadal rivojlantirish bo'yicha quyidagi vazifalar ustuvor deb belgilandi. Jumladan, tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish va qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini izchil rivojlantirish,

mamlakatimiz oziq-ovqat xavfsizligini yanada mustahkamlash, ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish, agrar sektorning eksport salohiyatini sezilarli darajada oshirish, fermer xo'jaliklar, eng avvalo, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish bilan bir qatorda, qayta ishlash, tayyorlash, saqlash, sotish, qurilish ishlari va xizmatlar ko'rsatish bilan shug'ullanayotgan ko'p tarmoqli fermer xo'jaliklarini rag'batlantirish va rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini chuqur qayta ishlash, yarim tayyor va tayyor oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish bo'yicha eng zamonaviy yuqori texnologiyalar asosida asbob-uskunalar bilan jihozlangan yangi qayta ishlash korxonalarini qurish, mavjudlarini rekonstruksiya va modernizatsiya qilishga qaratilgan investisiya loyihalarini amalga oshirish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini saqlash, tashish va sotish, agrokimyo, moliyaviy va boshqa zamonaviy bozor xizmatlari ko'rsatish infratuzilmasini tarmoqlarini yanada kengaytirish, sug'oriladigan yerlarning meliorativ holatini yanada yaxshilash, melioratsiya va irrigatsiya obyektlari tarmoqlarini rivojlantirish, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish sohasiga intensiv usullarni, eng avvalo, suv va resurslarni tejaydigan zamonaviy agrotexnologiyalarni joriy etish, unumdorligi yuqori bo'lgan qishloq xo'jaligi texnikasidan foydalanish, yuqori mahsuldorlikka ega, kasallik va zararkunandalarga chidamli, mahalliy yeriqlim va ekologik sharoitlarga moslashgan qishloq xo'jaligi ekinlarining yangi seleksiya navlarini hamda hayvonot turlarini yaratish va ishlab chiqarishga joriy etish bo'yicha ilmiy-tadqiqot ishlarini kengaytirish, global iqlim o'zgarishlari va Orol dengizi halokatining qishloq xo'jaligi rivojlanishi hamda aholining hayot faoliyatiga salbiy ta'sirini yumshatish bo'yicha tizimli chora-tadbirlar ko'rish qat'iy etib belgilandi.²⁴

Respublikamizda hozirda ijtimoiy sohalarni rivojlantirishda marketingni o'rni kun sayin ortib bormoqda. Marketing nazariya va amaliyot sifatida ko'plab korxonalar va tashkilotlarda qo'llaniladi. Yevropa va AQShda iqtisodiyotda band bo'lgan jami

²⁴ 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили”да амалга оширишга оид давлат дастурини ўрганиш бўйича илмий-услубий рисола. – Т.: “Маънавият” нашриёти, 2017. 213 б.

aholining 25 foizidan 33 foizigacha marketing faoliyati bilan bog'liq. Rossiya korxonalarida o'tkazilgan tadqiqotlar natijasi dalolat beradiki, so'nggi yillarda ularning 70 foizidan ortig'i marketolog mutaxassisliklariga muhtojdir.

Ichki brendingning boshqa muhim elementi – korxonaning ichki sayti. Intranet rasmiy tashqi saytdagidek qonun-qoidalar asosida yashaydi: ushbu mahsulotga hodimlarning e'tiborini tortish uchun intranet-saytning reklama tadbiri uyushtiriladi, unda g'olib va sovg'alar bilan turli aksiyalar tashkillashtiriladi. Ichki sayt brend g'oyasining muhim tashuvchilaridan biri, shuning uchun unga alohida e'tibor beriladi. Qabul qilishdan hayotga tatbiq qilishgacha bo'lgan qarorlarning o'tish tezligini sezilarli o'stirish mumkin. Bir qarashda bu muammoning brendga hech qanday aloqasi yo'qdek tuyuladi. Ammo, korxonaning muvafaqqiyati korporativ madaniyatning ishonchi va birligiga, shuningdek, hodimlarning brend maqsadini tushunishiga bog'liq. Bularning hammasi ichki brendingdan kelib chiqadi. Albatta, bunday dasturni amalga oshirish uchun vaqt, mablag' va malaka zarur bo'ladi. Umumiy fikr bo'yicha, bu harajatlar bozorda o'rin topish va reklama uchun kamlik qiladi. Lekin, barqaror sharoitda ichki brending ko'p harajat talab qilmaydi, ammo ko'p vaqt va kuch zarur bo'ladi. Ichki aloqalar uchun javob beradigan hodimning bo'lishi katta korxonaga uchun yaxshi, bunda resurslar bilan bogliq masala deyarli hal bo'ladi. Brendni ishlab chiqarish zaruriyatini biz 1-rasmda ifoda etishga harakat qildik.

O'zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 2017 yil 28 aprel kuni «O'zbekiston standartlashtirish, metrologiya va sertifikatlash agentligining faoliyatini takomillashtirish choralari to'g'risida» gi qarorni imzoladi. Mamlakatimizda Standartlashtirish, metrologiya va sertifikatlash agentligining ustuvor vazifalari va yo'nalishlari etib quyidagilar belgilandi:

➤ mahalliy mahsulotlarni ishlab chiqarishda xalqaro standartlar va texnik reglamentlarni jadal joriy etish orqali ularning zamonaviy talablarga muvofiqligini ta'minlash va tashqi bozorlarda raqobatdoshligini oshirish;

➤ mahsulot sifatini boshqarishning zamonaviy tizimlarini, birinchi navbatda, eksport qiluvchi korxonalarda keng joriy etish va sanoat mahsulotlarini xalqaro standartlarga muvofiq sertifikatlashtirishni amalga oshirish;

➤ eksport qiluvchi korxonalarga mahsulotlarni sertifikatlashtirish masalalarida qulay sharoitlarni yaratish, milliy sertifikatlar va muvofiqlikni baholash ishlari natijalari asosiy eksport bozorlarida tan olinishiga yo'naltirilgan xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikni faollashtirish. Xulosa o'rnida shuni aytish joizki, real sektor korxonalarida sifat menejmentini joriy etishda xalqaro standartlarning joriy etilishi korxonalarda sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish va korxonalarining eksportbop mahsulotlar tayyorlashga imkon yaratadi. Real sektor korxonalarida xalqaro standartlarni amalda joriy etilishi sanoat korxonalarining jahon bozorlariga chiqishiga muhim zamin yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, United States of America 2012 y.
2. Ergashodjaeva Sh.J. Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik. T.:TDIU,2011.-202b
3. Ivankov A.Ye., Ivankova M.A. Menedjment: uchebnyy minimum. –M.: “Yurisprudensiya”, 2008. -32 b.

Normativ huquqiy hujjatlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. <https://president.uz/ru/lists/view/3324>. 24- yanvar 2020-yil.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-sonli “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida” gi Farmoni // “Xalq so'zi”. 8-fevral 2017-yil.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 29-noyabrdagi PF-5264-sonli "O'zbekiston Respublikasi innovatsion rivojlanish vazirligini tashkil etish to'g'risida" gi Farmoni // "Xalq so'zi". 30-noyabr 2017-yil.

Internet saytlari

1. www.stat.uz
2. www.mineconomy.uz
3. www.iqtisodiyot.uz
4. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portal