



**ЎЗБЕКИСТОН RESPUBLIKASI ОЛИЙ ВА
ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА
СЕРВИС ИНСТИТУТИ
МАРКЕТИНГ КАФЕДРАСИ**



**“Маҳаллий маҳсулотлар экспортини халқаро маркетинг
стратегиялари асосида ривожлантириш”**

**“Развитие экспорта местной продукции посредством
международных маркетинговых стратегий”**

**"Development of the export of local products through
international marketing strategies"**

халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

2021 йил 19-20 ноябрь

САМАРҚАНД – 2021

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

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА
СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

МАРКЕТИНГ КАФЕДРАСИ

**“Маҳаллий маҳсулотлар экспортини халқаро
маркетинг стратегиялари асосида ривожлантириш”**

**“Развитие экспорта местной продукции посредством
международных маркетинговых стратегий”**

**"Development of the export of local products through
international marketing strategies"**

халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

2021 йил 19-20 ноябрь

САМАРҚАНД – 2021

ББК 65.290-2
УДК 339.654.2:658.8
X 72

Маҳаллий маҳсулотлар экспортини халқаро маркетинг стратегиялари асосида ривожлантириш // халқаро илмий-амалий анжуман материаллари. 2021 йил 19-20 ноябрь. Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 546 бет.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчи:

Д.Х.Холмаматов – иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори, доцент.

Нашр учун масъуллар:

Ш.А. Мусаева – иқтисод фанлари номзоди, проф. в.б.

Н.Д. Бобоев – иқтисод фанлари номзоди, катта ўқитувчи.

З.И. Усманова – иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори, доцент.

Н.У. Мурадова – иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори, доцент в.б.

Саҳифаловчи: С.К.Бойжигитов

Илмий-амалий анжуман материаллари тўпламида мамлакат экспорт салоҳиятини оширишга қаратилган муаммолари ва уларнинг ечимлари, хусусан маҳаллий маҳсулотлар экспортини халқаро тажрибаларни эътиборга олган ҳолда ривожлантиришга оид масалалари ёритилган. Унда экспорт ҳудудларнинг иқтисодий ўсиши, экспорт фаолиятини халқаро маркетинг стратегиялари масалалари, уни тартибга солишда менежмент тизими, бошқарув, молиявий ва ҳисобга олиш механизмлари ҳамда давлатимизнинг миллий туристик маҳсулотларни халқаро бозорда силжйтишнинг асосий йўналишлари муаммоларини ҳал қилишга қаратилган илмий-назарий ва амалий тавсияларга бой мақола ва тезислар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, таянч докторантлар, докторантурада таҳсил олувчилар, мустақил изланувчилар ва соҳа мутахассисларига мўлжалланган.

Мақолалар муаллифлар таҳририда босилмоқда. Уларда келтирилган рақамлар, фактлар, хулоса ва тавсияларга муаллифлар масъул. Уларнинг айрим фикрлари ташкилий гуруҳ қарашларига тўғри келмаслиги мумкин.

ISBN 978-9943-7642-0-0

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2021.

© “Fan bulog’i” нашриёти, 2021.

III ШЎБА: “МИЛЛИЙ ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ ХАЛҚАРО БОЗОРДА СИЛЖИТИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ”

ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШИНИ ИННОВАЦИОН КОНЦЕПЦИЯСИ

Навруз-Зода Бахтиёр Негматович

Бухоро давлат университети профессори, и.ф.д.

Ўзбекистоннинг янги сайланган Президенти Шавкат Мирзиёевнинг инаугурация маросимидаги нутқида Ўзбекистонда миллий иқтисодиётни, унинг ўсиш суръатларини замон талаблари даражасида ривожлантириш устувор вазифаларимиздан биридир, деди Президент [1]. Ушбу стратегик вазифа туризм соҳасида инновацион фаолиятни ташкил этишнинг янги шакллари жорий этиш, самарали инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва давлат-хусусий шерикчилик асосида соҳада инвестицияларни жалб этган ҳолда уларни ўзлаштириш каби долзарб масалаларга эътибор қаратишни тақозо этади.

Туризм соҳасининг инновацион фаоллигини тавсифлайдиган умумий кўрсаткич сифатида инновацион рақобатбардошлик хизмат қилади. Чунки, «инновация» ва «рақобат» ўзаро чамбарчас боғлиқ тушунчалардир. Масалан, М.Портер инновацияларни рақобат кучларини шакллантирувчи восита деб тавсифланган бўлса [2], Р.Доул инновацияларни глобал рақобатнинг курули деб аталган [3]. Рақобат назариясининг инновацион жиҳатлари Й.Шумпетер томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, у рақобатни “иждодий бузилиш” сифатида эски ва янги ўртасида кураш, эскириб қолганларни инновациялар билан мусобақа, деб тафсилот бериб, инновацион жараён ва тадбиркорлик функциялар билан боғлиқ бўлган - “самарали рақобат” ва “самарали монополия” ибораларини илмий айирбошлашга киритилган.

Рақобатнинг инновацион концепцияси XXI асрда В.Чан Ким ва Р. Моборн томонидан ишлаб чиқилган “мовий океан стратегияси” модели туфайли янги турки олди. Муаллифлар ҳозирги даврда компаниялар ўсиш суръатлари чекланган ва даромад кам келтирадиган анъанавий сотиш бозорлар (“қизил океан”)да рақобат қилмасдан, унинг ўрнига мутлақо янги бозор сегментларини ва ҳаттоки рақобатдан озод бўлган бозорлар (“мовий океан”)ни инновацияларни жорий этиш орқали яратишга эътиборларини қаратиш мақсадга мувофиқ бўлади деб ҳособлайдилар[8].

“Инновацион рақобатбардошлик” деганда “инновацион фаолиятни юритиш ҳисобидан рақобат устунликка эга бўлиш қобилияти” тушунилади [4]. Яъни инновацион рақобатбардошлиги хизмат кўрсатиш соҳасининг мавжуд инновацион салоҳиятидан фойдаланилганлиги ҳамда ушбу соҳада инновацион тизим қай даражада ривожланганлигини ифодалайди. Хизмат кўрсатиш корхоналарнинг новаторлик хизмат турларини яратиш ва кўрсатиш орқали инновациялар бўйича рақобат устунликка эришишни ҳам инновацион рақобатбардошлик англатади.

Хизмат кўрсатиш соҳасида рақобатнинг ўзига хос бош хусусияти ва унинг саноат ҳамда кишлоқ ҳўжалигидан кескин фарқи шундан иборатки, *рақобат бир вақтнинг ўзида бир нечта ўзаро боғланган даражаларда, жумладан макро-, мезо-, микро- ва монодаражаларда кўриб чиқиши ва таҳлил этилишини тақозо этади.* Ушбу даражаларда рақобатлашув устунликларни таъминлай олган тақдирдагина сервис ва хизмат кўрсатишда рақобатбардошликнинг синергетик самараси намоён бўлиб, соҳасининг янгича тизимли хусусиятлари шаклланади. Хизмат кўрсатиш соҳада инновацион рақобатбардошлигининг “7-М” тартиб даражаларини ажратиш тавсия этилади. Улар, фикримизча, қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

1.Мега даражадаги инновацион рақобатбардошлик (янги туристик хизматларнинг халқаро микёсдаги нуфузи);

2.Макро даражадаги инновацион рақобатбардошлик (янги туристик хизматларнинг давлат миқёсдаги нуфузи);

3.Мета даражадаги инновацион рақобатбардошлик (янги туристик хизматларнинг соҳа ва тармоқ миқёсдаги нуфузи);

4.Мезо даражадаги инновацион рақобатбардошлик (янги туристик хизматларнинг минтақа ва ҳудуд миқёсдаги нуфузи);

5.Микро даражадаги инновацион рақобатбардошлик (янги туристик хизматларнинг ўхшаш корхоналар ўртасидаги нуфузи);

6.Мини даражадаги инновацион рақобатбардошлик (янги туристик хизматларнинг оилалар нигоҳидан нуфузи);

7.Моно даражадаги инновацион рақобатбардошлик (янги туристик хизматларнинг алоҳида ва гуруҳ истеъмолчилар нуктаи назаридан нуфузи).

Туризм соҳасининг инновацион рақобатбардошлигини оширишда инновацион лойиҳаларни яратиш муҳим аҳамият касб этади. Инновацион лойиҳани яратиш ва амалга ошириш учта босқичдан иборат: 1)инвестиция олди босқич: лойиҳанинг инвестицион имкониятларини аниқлаш; унинг муқобил вариантларини таҳлили асосида сўнггисини танлаш; техник-иқтисодий асослаш; лойиҳани тадқиқот таъминоти ва б.қ. 2)инвестицион босқич: мувофиқлаштириш;шартномаларни тузиш; лойиҳа-конструкторлик ҳужжатларни ишлаб чиқиш; лойиҳа раҳбарини аниқлаш; кадрларни тайёрлаш; ишга тушириш тайёргарликларни кўриш.3)ишлатиш босқичи: фойдаланишга топшириш; лойиҳани тўлиқ қувватигача етказиш: амалдаги қувватларини ишлатишини ва асосий фондларини янгилаш учун харажатларни амалга ошириш [5].

Инновацион лойиҳалар ечиладиган масалаларнинг кўлами бўйича қуйидаги турларга бўлинади [6]:

– *монолоийҳалар* – одатда бирта вазифани ечишга мўлжалланган бўлиб, белиланган муддатда, муайян молиявий маблағлар доирасида бажарилади ва лойиҳа раҳбари томонидан мувофиқланади.

– *мультилоийҳалар* – ўнлаб монолоийҳаларни ўзига қамраб оладиган ҳаракат дастури шаклига эга бўлиб, мураккаб инновацион мақсадга эришишга йўналтирган, йирик илмий-техник мажмуани яратиш билан боғлиқ бўлган ва мувофиқлаштирувчи бўлинма лозимлиги билан фарқланади.

– *мегалойиҳа* – ягона мақсадга зоришиш учун ўзаро боғланган юзлаб монолоийҳалар ва бир нечта мультилоийҳаларни бирлаштирувчи кўп мақсадли мажмуали дастур кўринишда бўлиб, марказлашган молиялаштириш ва мувофиқлаштирувчи марказ томонидан бошқаришни талаб қилинадиган лойиҳа.

Инновацион лойиҳаларнинг муваффақиятли бўлишини аниқлаш мезонлари қуйидагилар: молиявий жиҳатдан муваффақиятли; туб янгилик; патент тозалиги; лицензия билан ҳимояланган; инновацияларнинг устувор йўналишлари; жорий этадиган янгиликларнинг рақобатбардошлиги [7].

Шундай қилиб, инновацион рақобатбардошлик, бир томондан агар туризм соҳасининг амалда эришилган инновацион ривожланиш даражасини акс эттирсин, бошқа томондан, у соҳа самарадорлигининг ўлчов мезони сифатида хизмат қилади.

Адабиётлар:

1. Ўзбекистоннинг янги сайланган Президенти Шавкат Мирзиёевнинг инаугурация маросимидаги нутқи. <https://president.uz/uz/lists/view/4743>.

2. Портер М. Конкуренция: Пер. англ. - М.: Вильямс, 2000. – 495 с

3. Doyle P. Marketing management and strategy. – London: Prentice-Hall Europe, 1999. – 559 p.

4. Инновационная конкурентоспособность. <http://center-yf.ru/data/Marketologu/Innovacionnaya-konkurentosposobnost.php>

5. [02.12.2017].

6. Дрок Т. Е. Инновационный проект как исходный элемент инновационной деятельности предприятия: понятие, содержание и прединвестиционные исследования // Молодой ученый. — 2015. — №10.2. — С. 60-64.<https://moluch.ru/archive/90/19078/>.

7. Аяганова М.П. Инновационный проект как новая форма организации инноваций Журнал: Вестник КарГУ. Караганда. 2015. <https://articlekz.com/article/11868> [22.11.17 г.].

8. Инновационный проект – основа инновационной деятельности. <https://www.kazedu.kz/referat/180630/7> [22.11.17 г.].

9. Чан Ким В., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 336 с.

ТУРИСТИК КОРХОНАЛАРДА МАРКЕТИНГНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ МУАММОЛАРИ

Ш.А.Мусаева – СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси проф.в.б., и.ф.н.

А.С.Камолова – СамИСИ, “Маркетинг” таълим йўналиши талабаси

Аннотация: Мазкур мақолада маркетинг инструментлари ёрдамида биз туризмга бўлган эҳтиёжнинг кондирилишини ошириши, мақсадга эришиш учун қилинган ишларни баҳолаш учун маркетинг назорати тизимидан фойдаланилади. Маркетингни назорат қилиш – маркетинг жараёни доимий, равишда текширишдир.

Калит сўзлар: Туризм, эҳтиёж, талаб, фирма, истак, концепция, стратегия, хизмат.

Аннотация: В этой статье, используя маркетинговые инструменты, мы используем систему маркетингового контроля для оценки проделанной работы по увеличению удовлетворения потребности в туризме, для достижения цели. Маркетинговый контроль - это процесс постоянной проверки маркетингового процесса.

Ключевые слова: туризм, потребность, спрос, фирма, желание, концепция, стратегия, услуга.

Abstract: In this article, using marketing tools, we use a marketing control system to assess the work done to increase the satisfaction of the need for tourism in order to achieve the goal. Marketing control is the process of continually checking the marketing process.

Key words: tourism, need, demand, firm, desire, concept, strategy, service.

Хизмат кўрсатиш корхоналарида маркетингнинг назарий ва амалий асосларини чуқур билиш тижорат хавф-хатарини ўз вақтида ҳис қилиш ва камайтириш, унинг вариантларини ҳисоблашда мавжуд бўлган турлардан энг мақбулини танлаш, рақобат шароитида бозорни юқори сифатли товар ва хизматлар билан тўйинтириш, доимий талаб мавжуд бўлган шароитда харидорларнинг турли гуруҳлари учун сотиш, нархини аниқлаш ва оқибатда ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга ёрдам беради[1].

Туризм соҳаси кўп қиррали ва турли хизмат соҳаларини ўзида мужассамлаштиради. Туристик хизматнинг экспорт ҳажмини кўпайтириш, миллий туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва уни қаттиқ рақобат шароитида дунё бозорида муваффақиятли сотиш масалалари ўта долзарб муаммолар даражасига кўтарилди. Бу албатта маркетинг услубларининг глобаллашув жараёни принципларидан келиб чиқадиган, уни инобатга оладиган янги йўналишларини топиш, уларни амалиётга татбиқ этиш вазифаларини келтиради[2]. Интернационализация жараёни Ўзбекистон шароитида туризм маркетингидан қуйидаги тамойилларга амал қилиш кераклигини талаб этади:

– ҳар бир истеъмолчи шахсга, уларнинг талаб ва истакларини тўлиқ инобатга олган ҳолда ёндошиш;

– ҳар бир туристик фирма қаторида давлат нуфузини инобатга олиш;

– туристик бозорни ўрганиш билан бир қаторда қўшимча бозорларни назарда тутиш;

– давлатнинг иқтисодий ҳамда сиёсий хавфсизлигидан келиб чиққан ҳолда ўзининг

МУНДАРИЖА:

I ШҶБА: “МАҲАЛЛИЙ МАҲСУЛОТЛАРНИНГ ЭКСПОРТИ ҲУДУДЛАРНИНГ ИҚТИСОДИЙ ЎСИШ ОМИЛИ СИФАТИДА”		
Шоев А.Н. Асоев Б.Х. Нозимов Х.А.	Оценка развития и проблемы рынка электроэнергетики Республики Таджикистан	5
Бондарская Т.А. Турсунов Б.О.	Экономическую безопасность региона: проблемы и пути их решения	8
Байхожаева Б.У. Ажимгереева А.Б.	О совершенствовании инфраструктуры качества республики казахстан	15
Фаттахов А.А. Пардаев Ш.Х.	Мамлакатнинг хом-ашё имкониятларидан фойдаланган ҳолда экспорт ҳажмини ошириш йўллари	19
Иватов И.	Инновацияли ривожланиш шароитида халқаро туризм бозоридаги хизматларнинг сифати ва рақобатбардошлиги	22
Собитова Р.С. Нарзуллаева М.Э.	Саноат ишлаб чиқаришини диверсификациялашнинг экспортга таъсири	30
Арипов О.А. Махмудов М.А. Ўринбостиева Ш.И.	Кичик бизнес субъектлари фаолиятида маркетингни ташкил этиш муаммолари	33
Мусаева Ш.А.	Иқтисодиётни жадал ривожлантиришда инновацион маркетинг вазифалари	36
Рузметов Б. Махматрайимов Ш.	Факторы повышения экспортного потенциала хорезмского региона	38
Mardonov Sh.R.	Issues of increasing the efficiency of marketing strategies for ginneries	40
Хамракулова О.Д.	Внешне торговая политика Узбекистана и ее место в социально-экономическом развитии страны	43
Кадиров Л.Х. Мажидова Д.Н.	Маҳаллий маҳсулотлар экспорти - мамлакат тараққиётининг пойдевори	47
Usmonova D.I. Marufov Z.	Ways to improve the distribution policy of goods in the furniture industry	49
Ганиева У.А.	Цифровизация – требование современной экономики	52
Гайбуллаев Р.М.	Ўзбекистонда ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш асосида рақобатдошлик сиёсатини ривожлантириш	54
Usmanova D.Q. Bolbekova G.Sh.	Pandemiya sharoitida inqirozga qarshi kurashishning asosiy yo'nalishlari	57
Комилова М.Ш.	Меҳнат салоҳияти ва унинг иқтисодий моҳияти	60
Ниёзов З.Д.	Ўзумчилик соҳасини Ўзбекистон драйверга айланишида маҳаллий омиллардан фойдаланиш	63
Собитова Р.С.	Экспортга йўналтирилган маҳсулотлар ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш зарурияти	65
Улашев Х.А.	Организация маркетинговой деятельности в субъектах малого бизнеса и частного предпринимательства	67
Мурадова Н.У.	Стратегия поддержки экспортной политики в условиях интерактивности и цифровизации	70
Юнусова С.Б.	Роль государственно-частного партнерства в развитии инфраструктуры и торговой промышленности в Индонезии	73
Рахматов Ф.Р.	“Gulobod mebel” МЧЖ маҳсулотлар бозорининг ривожланиш истикболлари	75

Nematov J.Z.		
Abiyev J.N. Shomuradova Sh.Sh.	Chakana savdo korxonalarida tovarlarni siljitishning zamonaviy usullari	288
Яхёхонов Н.Б.	Рақамли маркетинг – ижтимоий тармоқлардан фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари	291
Yuldashev Sh.E. Baxodirov B.B.	Digital marketing and ways to use it effectively in conditions of the digital economy	295
Shomuradova Sh.Sh.	Chakana savdo korxonalarida marketing strategiyalarini takomillashtirish	299
III ШЎБА: “МИЛЛИЙ ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ ХАЛҚАРО БОЗОРДА СИЛЖИТИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ”		
Навруз-Зода Бахтиёр Негматович	Туризмнинг ривожланишини инновацион концепцияси	302
Мусаева Ш.А. Камолова А.С.	Туристтик корхоналарда маркетингни ташкил қилиш муаммолари	304
Usmanova Z.I. Kamolov A.	Marketing instruments application for the tourist attractiveness formation of the region	308
Абиев Ж.Н.	Миллий туристик маҳсулотларни халқаро бозорга силжйтишда реклама ва пр тадбирларини ривожлантириш	311
Олтаев Ш.С.	Туризмни инновацион ривожлантиришдаги давлатнинг роли	314
Самадов Х.У. Дўстова М.	Махдуми аъзам зиёратгоҳининг туризм марказига айлантириш имкониятлари	318
Рахимова Д.М.	Янги туристик маршрутлар яратишда маркетинг имкониятларини қўллаш	320
Usmanova Z.I. Kamolov A.	Turistik korxonalarda marketingni rivojlantirishining zamonaviy yo‘nalishlari	322
Berdimurodov A.Sh. Nizamiddinova A.I.	Ekstremal va sport turizmi turlarini rivojlantirishning dolzarb masalalari	324
Usmanova Z.I. Juraeva D.	Marketing communication tools in food industry	327
Muradova N.U. Abdurakhmanova Sh.	Specificity of management of national brands on the market of hotel services	330
Мусабаева Л.А. Ибрагимов Т.И.	Разработка продуктовой стратегии в гостиничном бизнесе	331
Рахимова Д.М.	Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантиришда инновацион стратегиялари	335
Gulomkhasanov E. Rakhmatova N. Ochildiyev B.	O‘zbekistonda mice-turizmni zamonaviy prinsiplar asosida rivojlantirish va bunda xorij tajribasidan foydalanish	338
Тўраев А.	Аҳоли турмуш даражасини оширишда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни	340
Allayorov R.A.	Turistik hududda marketingdan foydalanishning ilmiy-nazariy asoslari	342
Nizamiddinova A.I.	Faol turizm turlarini rivojlantirish masalalari	345
Бахтияров Ш.	Повышения экспортного потенциала туристических услуг на основе рекреационных ресурсов региона	348
Алимова М.Т. Насимов А.Р.	Макро-, мезо-, микро-даражаларда кластерли сиёсатни амалга ошириш йўналишлари: туризм соҳаси мисолида	350
Алимова М.Т. Насимов А.Р.	Кластер сиёсатини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш босқичлари: туризм соҳаси мисолида	352