



**O‘ZBEKISTONDA "YASHIL IQTISODIYOT"NI
RIVOJLANTIRISH SALOHİYATIDAN SAMARALI
FOYDALANISH ISTIQBOLLARI VA MINTAQAVIY
XUSUSIYATLARI**

**XALQARO ILMIY-AMALIY
KONFERENSIYA**

26-aprel 2024-yil

**МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
ПЕРСПЕКТИВЫ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА
РАЗВИТИЯ «ЗЕЛеноЙ ЭКОНОМИКИ» В УЗБЕКИСТАНЕ**

26 апреля 2024 года

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
PERSPECTIVES AND REGIONAL FEATURES OF THE
EFFECTIVE USE OF THE POTENTIAL OF THE
DEVELOPMENT OF THE "GREEN ECONOMY" IN
UZBEKISTAN**

April 26, 2024

Buxoro

- [4] S. A. Nishat, Z. Ahmed, and A. Hossain, “334-Araştırma Makalesi • Research Article International Trade, FDI, Inflation and Growth Nexus: Bangladesh Perspective,” *JOURNAL OF EMERGING ECONOMIES AND POLICY*, vol. 2022, no. 2, pp. 334–351, 2022, [Online]. Available: <http://dergipark.org.tr/joeep>
- [5] D. Verma, “Impact of FDI on GDP per Capita, Trade and Inflation: Evidence from Four Emerging Economies,” *Int J Res Appl Sci Eng Technol*, vol. 8, no. 11, pp. 956–961, Nov. 2020, doi: 10.22214/ijraset.2020.32067.
- [6] “The impact of inflation and GDP per capita on foreign direct investment: the case of United Arab Emirates.”
- [7] A. Bala Sani and A. Oluwafemi Ezekiel, “Impact of infrastructure and inflation on foreign direct investment inflow to Nigeria,” ~ 14 ~ *International Journal of Foreign Trade and International Business*, vol. 4, no. 1, pp. 14–17, 2022, [Online]. Available: www.foreigntradejournal.com
- [8] “The impact of inflation and GDP per capita on foreign direct investment: the case of United Arab Emirates.”
- [9] U. Felicien and G. Elias, “Impact of Foreign Direct Investment, Population Growth & Inflation on Unemployment in Rwanda (1985-2018),” *International Journal of Economics and Management Studies*, vol. 7, no. 9, pp. 109–117, Sep. 2020, doi: 10.14445/23939125/items-v7i9p113.
- [10] S. Bibi, S. T. Ahmad, and H. Rashid, “Impact of Trade Openness, FDI, Exchange Rate and Inflation on Economic Growth: A Case Study of Pakistan,” *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, vol. 1, no. 1, p. 236, Oct. 2014, doi: 10.5296/ijaf.v4i2.6482.
- [11] Z. Khan, M. Saad, and I. Uddin, “The impact of unemployment, money supply, financial development, FDI, population growth, and inflation on Economic growth of Pakistan,” 2021. [Online]. Available: <http://journal.mgp.org.pk/index.php/MJSSM>
- [12] K. Ahmad, M. Mushtaq, S. Ahmed, and M. Nadeem, “Impact of FDI on Income Distribution in Selected SAARC Countries,” *J. Appl. Environ. Biol. Sci*, vol. 4, no. 7S, pp. 1–10, 2014, [Online]. Available: www.textroad.com
- [13] I. Tajuddin, “Point of View Research Economic Development The Influence of Inflation, Domestic Investment and Foreign Investment on Economic Growth,” 2021, [Online]. Available: <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/povred>

Abdullayeva Hilola Nutfilloyeva
BuxDU o'qituvchisi

KORXONA FAOLIYATIDA INNOVATSION MARKETINGDAN FOYDALANISH

Kirish. Bugungi kunda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish ijtimoiy- iqtisodiy siyosatning ustuvor yo‘nalishi hisoblanadi. O‘zbekistonning jahondagi iqtisodiy mavqei yuksaltirish va raqobatbardosh ilm-fanni talab qiluvchi mahsulotlar ishlab chiqarish orqali iqtisodiyotni sifatli rivojlantirish bevosita uning innovatsion faoliyatiga bog‘liq.

Iqtisodiyotni rivojlantirishning zamonaviy sharoitlarida korxonalar uchun innovatsiyaviy va texnologik taraqqiyotga erishish o‘ta muhimdir, chunki faqat shu yo‘l orqali korxonalarda innovatsion faollikni oshirish, zamonaviy texnologik bazani yaratish, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, samaradorlik va mehnat unumdorligini oshirish, shuningdek ularning xalqaro hamda mahalliy raqobatbardoshligini mustahkamlash mumkin bo‘ladi.

Xorijiy tajriba shuni ko‘rsatadiki, innovatsion faoliyat bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlik sub‘ektlarini qo‘llab-quvvatlash, davlat va xususiy innovatsion loyihalarni ishlab chiqish va amalga oshirish uchun shart-sharoit yaratish muayyan tarmoqlarda texnologik yutuqni ta‘minlaydigan innovatsion rivojlanishga xizmat qiladi.

Innovatsion marketing bu – yangi tovarlar yoki xizmatlar yaratish, kengaytirish va qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilgan marketing texnologiyalari majmuidir. Innovatsion marketing texnologiyalarining o‘ziga xos xususiyati shundaki, ular jismoniy jihatdan mavjud bo‘lgan mahsulot bilan emas, balki uning ishlab chiqilayotgan konsepsiyasi bilan ishlaydilar. Bu esa an‘anaviy marketingdan farqli ravishda, marketing tadqiqotlari o‘tkazishda katta qiyinchiliklar yuzaga keltiradi. Bulardan kelib chiqqan holda dunyo bozorlariga chiqishda innovatsion marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish talab etiladi.

Sh.D. Ergashxodjayeving ta‘rificha, innovatsion marketing bu – yangi tovarlar yoki xizmatlar yaratish, kengaytirish va qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilgan marketing texnologiyalari majmuidir.¹

¹ Sh.D. Ergashxodjayeving Innovatsion marketing Darslik 2019-yil

E.I.Alyoxina ta'rificha "innovatsiya - bu korxonaga yangi bozorlarni o'zlashtirish, ilg'or texnologiyalar va tashkiliy va boshqaruv faoliyatining zamonaviy shakllarini joriy etish imkonini beradigan yangi mahsulot, xizmat, texnologiyani yaratish yoki o'zgartirishni o'zida aks ettiradi".¹

B. Tvis fikricha ixtiro yoki yangi g'oyaning iqtisodiy mazmunga ega bo'lish jarayoni innovatsion faoliyatdir.²

G.D.Otnyukova innovatsion faoliyatga agar tashkilot yangilik kiritgan bo'lsa va yangi mahsulot ishlab chiqarishga kirishsa, u o'z ishlab chiqarish faoliyatini, sifat jihatidan yangi, innovatsion darajada davom ettiradi deb urg'u beradi.³

Marketing innovatsiyalari tashkilot uchun yangi bo'lishi mumkin, lekin u bunday yangiliklarni birinchi bo'lib joriy etishi shart emas. Bundan tashqari, marketing innovatsiyalari tashkilotning o'zi yoki boshqa tashkilotlar tomonidan ishlab chiqilganmi, muhim emas.

Marketing innovatsiyalariga quyidagilar misol bo'la oladi: mahsulot va xizmatlar dizayniga jiddiy o'zgarishlar kiritish (muntazam/mavsumiy o'zgarishlar bundan mustasno), qadoqlash; yangisini amalga oshirish marketing strategiyasi iste'molchilar yoki bozorlar tarkibini kengaytirishga yo'naltirilgan; mahsulotlarni ilgari surishning yangi usullarini qo'llash (yangi reklama tushunchalari, brend imiji, marketingni individuallashtirish usullari va boshqalar); yangi savdo kanallaridan foydalanish (to'g'ridan-to'g'ri sotish, elektron tijorat, mahsulot va xizmatlarni litsenziyalash); savdoda mahsulotlarni taqdim etishning yangi kontseptsiyalarini joriy etish (masalan, ko'rgazma zallari, veb-saytlar va boshqalar); mahsulot va xizmatlarni sotishda yangi narx strategiyalaridan foydalanish.

Uzluksiz rivojlanishni ta'minlash uchun biznes tuzilmasi mahsulot turlarini muntazam ravishda kengaytirishi, shuningdek, ishlab chiqarish rentabelligini oshirishi kerak. Ushbu muammolarni hal qilishning eng mashhur varianti yangi mahsulotlarni ishlab chiqishdir - ikkinchisini bozorga chiqarishda kompaniya yangi mahsulot toifasini ishlab chiqadi, shuningdek, mahsulot qatorini kengaytiradi.

Yuqoridagilardan tashqari, innovatsion marketing quyidagilarni o'z ichiga oladi: bozorga kiruvchi xizmatlar va mahsulotlarni raqobatchilarning mahsulotlarini "yorqinlash" imkonini beruvchi ayrim afzalliklar bilan ta'minlash;

- mahsulot ishlab chiqarishda materiallar va resurslar xarajatlarini minimallashtirish orqali maksimal rentabellik darajasiga erishish;

- brend xabardorligini, kompaniyalarning obro'si va obro'sini, shuningdek, uning eng mashhur mahsulotlarini oshirish bo'yicha doimiy ish;
- hamkorlikning yanada qulay shartlarini taklif qiluvchi yangi yetkazib beruvchilarni faol izlash;
- kompaniyaning bozorning yangi segmentlarida tizimli ravishda kengayishi;
- ishlab chiqarishning yangi usullarini rag'batlantirish, ularni amalga oshirish;
- yangi mahsulot namunalari chiqarish va allaqachon ishlab chiqarishga kiritilgan modellarni doimiy modernizatsiya qilish.

Innovatsion marketing har xil bo'lishi mumkin va quyidagilarni o'z ichiga oladi.

1. *Mutlaqo yangi mahsulotni joriy etish yoki mavjud mahsulot sifatini yaxshilash.*
2. *Yangi ishlab chiqarish usulini, shuningdek, tovarlarni tijorat asosida qayta ishlashning yangi usulini joriy etish.*
3. *Xom ashyo yoki tovarlarni etkazib berishning yangi manbasini zabt etish, bu manba allaqachon mavjudmi yoki yaratilishi kerakmi, yangi bozorlarni egallash.*
4. *Yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish, imidjini yaxshilash va bozorda ishonchini oshirish.*
5. *Mahsulotning resurs intensivligini pasaytirish va pul oqimi miqdorini oshirish.*
6. *Va, albatta, qanday qilib innovatsion mahsulot uchun raqobatbardosh ustunlikni yaratish mumkin.*⁴

Mashhur zamonaviy iqtisodchi Piter Drukerning ta'rifi mavjud bo'lib, u biznes faqat ikkita asosiy funksiyaga ega, deb hisoblaydi: marketing va innovatsiya. Marketing va innovatsiyalar natija beradi,

¹ Алёхина Е.И. Инновационная деятельность как элемент стратегического развития предприятия // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы: сборник трудов IV Всероссийской научно-практической конференции; научн. ред. В. М. Ячmeneва. Симферополь: ИТ АРИАЛ, 2019. С. 362.

² Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями: сокр. пер. с англ. авт. предисл. и науч. ред. К.Ф. Пузыня. – М.: Экономика, 1989.– 271 с. С. 152

³ Отнюкова Г.Д. Понятие и признаки инновационной деятельности // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. 2015. № 1. С. 45

⁴ Savriyeva M.X. Biznesda innovatsion marketingning turlari va usullari "Science and Education" Scientific Journal / www.open science.uz January 2024 / Volume 5 Issue 1

qolgan hamma narsa xarajatdir. Marketing - bu bir qator aniq faoliyatni o'z ichiga olgan alohida ish sohasi. Lekin, birinchi navbatda, bu biznesning eng muhim tarkibiy qismidir. Bu yakuniy natija nuqtai nazaridan, ya'ni mijoz nuqtai nazaridan biznes. Marketing quyidagi savolni beradi: "Mijoz nimani sotib olishni xohlaydi?". U "Bizning mahsulotimiz yoki xizmatimiz shunday qiladi" demaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Sh.D. Ergashxodjayeva Innovatsion marketing Darslik 2019-yil
2. Алёхина Е.И. Инновационная деятельность как элемент стратегического развития предприятия // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы: сборник трудов IV Всероссийской научно-практической конференции; научн. ред. В. М. Ячменева. Симферополь: ИТ АРИАЛ, 2019. С. 362.
3. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями: сокр. пер. с англ. авт. предисл. и науч. ред. К.Ф. Пузыня. – М.: Экономика, 1989.– 271 с. С. 152
4. Отнюкова Г.Д. Понятие и признаки инновационной деятельности //Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. 2015. № 1. С. 45
5. Savriyeva M.X. Biznesda innovatsion marketingning turlari va usullari "Science and Education" Scientific Journal / www.openscience.uz January 2024 / Volume 5 Issue 1
6. Abdullayeva, H. (2023). BIZNESDA INNOVATSION MARKETINGNING USLUBLARIDAN FOYDALANISH. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 43(43).
7. Giyazova, N. B., & Davlatov, S. S. (2021, June). The relevance of a small business marketing strategy. In *E-Conference Globe* (pp. 4-6).
8. Abdullayeva, H. (2023). Innovative Approaches to the Use of Digital Technologies in the Economy. *Центр научных публикаций (buxdu. Uz)*, 27(27).

Mustafoyev Odiljon Murod o'g'li*

Samarqand agroinnovatsiyalar va tadqiqotlar instituti assistenti

*e-mail: mustafoyevodiljon@gmail.com

Shodmonova Mavluda Azamatovna

Samarqand agroinnovatsiyalar va tadqiqotlar instituti assistenti

e-mail: Shodmonovamavluda8@gmail.com

OLMA YETISHTIRUVCHI TOMORQA XO'JALIKLARI MARKETING FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

Bugungi kunda mamlakatimizda bog'dorchilikni rivojlantirishga katta e'tibor qaratilmoqda. Fikrimizning dalili sifatida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-yanvarda qabul qilingan "O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020-2030-yillarda mo'ljallangan strategiyasida belgilangan vazifalarni 2020-yilda amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi va 2019-yil 11-dekabrda qabul qilingan "Meva-sabzavotchilik va uzumchilik tarmog'ini yanada rivojlantirish, sohada qo'yilgan qiymat zanjirini yaratishga doir qo'shimcha chora tadbirlar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 23.11.2021 yildagi PQ-20-son "Meva-sabzavotchilik va uzumchilikda oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida dehqon xo'jaliklarining ulushini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlarini keltirish mumkin.

Uzoq yillar davomida qishloq sharoitini yaxshilash va rivojlantirish siyosati, ayniqsa qishloqlarda aholi farovonligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar, qashshoqlikni kamaytirish hamda qishloq aholisining ehtiyojlarini qondirish maqsadida juda ko'p strategiyalar ishlab chiqilmoqda. Ularning asosiy ish faoliyatidan keladigan daromad qishloq xo'jaligi bilan bog'liqdir. Qishloq hududlarida kambag'allikni qisqartirish, aholi farovonligi va oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashda qishloq va noqishloq xo'jaliklari faoliyatidan keladigan daromadlar muhim ahamiyat kasb etadi. Ammo, qishloq xo'jalik faoliyatida band bo'lgan aholi daromadini oshirishda qishloq xo'jalik faoliyatida xatarlarni diversifikatsiya qilish, mavsumiy daromadlarning o'zgarishi va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotib olishni moliyalashtirish, ishlab chiqarish samaradorligini barqaror rivojlantirishga e'tibor qaratish kerak.

Jahon tashkilotlari Global oziq-ovqat xavfsizligi va oziq-ovqat inqirozi bo'yicha Ikkinchi qo'shma bayonotni e'lon qildi, unda to'rtta asosiy yo'nalishda sezilarli muvaffaqiyatlar qayd etilgan edi, zaif hududlarga shoshilinch yordam, savdo va xalqaro oziqlanishni osonlashtirish, ishlab chiqarishni ko'paytirish va iqlimga chidamli qishloq xo'jaligi mahsulotalari yaratish va joriy etish, qishloq xo'jaligiga sarmoya kiritish lozimligi ko'zda tutilgan.

Mamlakatimizning asosiy maqsadi qishloq xo'jaligi sohasida amalga oshirilayotgan islohotlarning biri bo'lgan, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi samaradorligini oshirishdan iborat. Mamlakatimiz