

**KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK KORXONALARINI
RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION MARKETINGDAN
FOYDALANISH YO’LLARI**

Karshiboyeva Shoira Sindarkulovna

TKTIYF —Umumiy fanlar kafedrasida o’qituvchisi

Norboyeva Sitara Umid qizi, 3-bosqich talabasi

Respublikada iqtisodiy o’sish barqaror va izchil davom etmoqda. Mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirish, ishlab chiqarishni kengaytirish, yangi ish o’rinlarini vujudga keltirish, va nihoyat makroiqtisodiy barqarorlikni ta’minlashda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning hissasi katta.

2017-2021 yillarda O’zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo’nalishi bo’yicha Harakatlar strategiyasida iqtisodiyotda davlat ishtirokini kamaytirish, xususiy mulk huquqini himoya qilish va uning ustuvor mavqeini yanada kuchaytirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishini rag’batlantirishga qaratilgan institutsional va tarkibiy islohotlarni davom ettirish masalalariga alohida e’tibor qaratilgan. Shunga ko’ra, Harakatlar strategiyasida xususiy mulk huquqi va kafolatlarini ishonchli himoya qilishni ta’minlash, xususiy tadbirkorlik va kichik biznes rivoji yo’lidagi barcha to’siq va cheklovlarni bartaraf etish, unga to’liq erkinlik berish, —Agar xalq boy bo’lsa, davlat ham boy va kuchli bo’ladil degan tamoyilni amalga oshirish borasidagi tadbirlarga alohida e’tibor qaratilgan.

Bozor faoliyatining uslubiyati sifatida marketing tadbirkorlik sohasida keng qo’llanilmoqda. Marketing tamoyillari marketing asosini va uning mohiyatini ochib beruvchi holatdir. Firmani boshqarishda marketing ishi etakchi o’rin egallaydi. Marketing tamoyillari marketing asosini va uning mohiyatini ochib beruvchi holatdir. Firmani boshqarishda marketing ishi etakchi o’rin egallaydi. Marketing firma ishini bozor sharoitida moslashtirishga qaratilgan maxsus faoliyatdir. Marketing ishi bozorni o’rganish, narxlarni shakllantirish, bozor talabiga monand ravishda tovarlarni ishlab chiqarish, ularni vaqtida bozorga yetkazish, reklama o’tkazish va xaridorlarga xizmat ko’rsatishni o’z ichiga oladi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarining ishlab chiqarish faoliyati marketing tahlilining natijalariga tayanadi, chunki bu nimani va qanday turlarda va miqdorda ishlab chiqarish, kimga va qanday narxda qachon sotish, bozorga qanday joylashib olish mumkin degan savollarga javob beradi. Marketing savdo-sotiqni tashkil etishgina emas, shu bilan birga bozor talabini ishlab chiqarishga yetkazish, shunga qarab ishlab chiqarishni sozlash va bozor talabini qondirishni ham bildiradi. Marketing faqat bozordagi talab-ehtiyojni qondirish vositasigina bo’lmay, balki ishlab

chiqarish samarasining ham yuqori bo'lishiga qaratiladi. Shu sababli korxonalarda marketing xizmatini tashkil etish katta ahamiyat ega.

Shiddatli raqobat muhiti sharoitida jahon mamlakatlari iqtisodiyotida ro'y berayotgan o'zgarishlar aynan, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalariga tez fursatlarda yangi innovatsion texnologiyalarning kirib kelishi va rivojlanishi, mehnat bozori, tovar va xizmatlar bozoridagi raqobatning kuchayishi, har bir faoliyat yurituvchi xo'jalik sub'ektidan ishlab chiqarishni tarkiban yangilash, modernizatsiya qilish, tarmoqlarda diversifikatsiyani to'g'ri amalga oshirgan holda ishlab chiqarish ko'lamini kengaytirish, iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishdan iborat.

Innovatsion tadqiqotlar o'tkazish, ichki va tashqi bozorda talab katta, yuqori texnologiyali, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish uchun yetakchi sanoat va kichik innovatsion korxonalar tashkil etish asosiy vazifalar sirasiga kiradi. Innovatsion jarayon innovatsiyalarni jalb etish bosqichlarini, yangi mahsulotlar va operatsiyalarni yaratish va ularni muvaffaqiyatli tarzda bozorda realizatsiya qilishni nazarda tutadi. Keyinchalik esa innovatsiyadan olingan natijalarni keng targ'ib etishni ko'zlaydi. Innovatsiyalarning innovatsiya g'oyasining tug'ilishi, innovatsiya marketingi, innovatsiyaning iqtisodiy samaradorligini baholash, innovatsiyalarni o'zlashtirish, innovatsiyalarni tijorat maqsadlarida realizatsiya qilish, innovatsiyalarni rivojlantirish kabi elementlariga ajratiladilar.

Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarida innovatsion ishlanmalarni jalb etish jarayonlarni yanada faollashtirishlari zarur bo'ladi. Respublikamizda qabul qilingan huquqiy me'yorlarning amalga tadbiiq etilishi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining rivojlantirishda muhim omil bo'lmoqda.

Hukumatimiz tomonidan tadbirkorlik sub'ektlariga imtiyozlar, qulayliklar yaratib kelinmoqda. Mazkur soha aholi bandligini ta'minlash va ularning daromadini shakllantirishda, ichki bozorni import o'rnini bosuvchi yuqori sifatli va hamda uni eksport qilishda yetakchi kuchga aylanib bormoqda. Ma'lumki, har bir tadbirkor ko'r – ko'rona ish boshlamaydi va faqat tavakkal qilib harakat qilmaydi, shu bilan birga hech sabatsiz o'z soha va tarmog'ini tanlamaydi. Albatta, bunda iste'molchi talabi turtki bo'ladi.

Aytganimizdek, tadbirkorning manfaati, iste'molchi manfaatisiz amalga oshmaydi. Demak, uning daromad olishi, ularning darajasi tovarlarga bo'lgan talab bilan belgilanadi. Bozorni endi marketingsiz tasavvur etish qiyin, chunki hozir marketing bozorning zarur va keng mazmunli tarkibiy qismiga aylangan. Marketing bozor tufayli taraqqiy etish bilan birga, o'z navbatida, bozorni taraqqiy ettirishda katta ahamiyat kasb etadi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning

rivojlantirishning asosiy shartlaridan biri innovatsion marketingdan unumli foydalanishdan iborat.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini marketingdan foydalanishdan yirik korxonalariga nisbatan quyidagi ustunliklarga ega:

-mahsulot ishlab chiqarish faoliyatini yo'lga qo'yish va boshqarishdagi oddiylik, mijozlar, iste'molchilar bilan to'g'ridan - to'g'ri muloqatda bo'lish;

-marketing tadbirlarini o'tkazish va qisqa fursatda marketing qarorlari qabul qilinishi;

-ishchi va xizmatchilar bilan to'g'ridan - to'g'ri muloqot qilish imkoniyati kengligi, innovatsiyaning tadbir qilinishi va ishlab chiqarishga qo'yilishi.

Korxonalar oldida turgan eng muhim vazifalardan biri, erkin iqtisodiy raqobat sharoitida kam sarf - xarajatlar bilan bozor talablariga mos tovarlar ishlab chiqarish va uning turlarini ko'paytirib borishidan iboratdir. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini taraqqiyotining muhim shartlaridan biri - faoliyatda marketing tamoyillaridan keng foydalanishdan iboratdir. Korxonalarining iqtisodiy - moliyaviy holati, shakllanayotgan bozor kon'yunkturasi, ishlab chiqarilayotgan mahsulot turi, raqobat va korxonaning bozor talablarining o'zgarishiga mos ravishda harakat qilishiga qarab marketing tamoyillarini qo'llash maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Ikramov M.A., Abduxalilova L.T., Nabieva N.M. Marketing tadqiqotlari. O'quv qo'llanma. -T.: TDIU, 2017 – 145 b.

2. Ergashxodjaeva Sh., Sharifxo'jaev U. Marketingni boshqarish. Darslik. -T.: Iqtisodiyot, 2019 y. 462 bet.

3. R.A. Obidov "Agrar sektorda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishning yo'llari" ilmiy maqola. Journal of Advanced Research and Stability. Volume: 02 Issue: 10 | Oct - 2022 ISSN: 2181-2608

4. R.A. Obidov "Mintaqalarda ishlab chiqarish korxonalarining iqtisodiy samaradorligi" ilmiy maqola. Proceedings of International Scientific Conference on Multidisciplinary Studies Hosted online from Moscow, Russia Vol. 2 No. 3 (2023): SCMS

5. Sh.S. Karshiboyeva "Tadbirkorlik marketingining kichik va o'rta korxonalarida tutgan o'rni" ilmiy maqola. International Scientific Online Conferences. Germany, Berlin. 11-mart 2023-yil

6. Sh.S. Karshiboyeva "Основные пути развитие виртуальной экономики и информационных технологий" научная статья. "Jurnal of new century innovations" international interdisciplinary research journal 20-dekabr 2022-yil