

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ  
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ  
ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ТЕХНИКА УНИВЕРСИТЕТИ**



**«ФАН ВА ТЕХНИКА ТАРАҚҚИЁТИДА  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛ ЁШЛАРНИНГ ЎРНИ»  
ИҚТИДОРЛИ ТАЛАБАЛАРНИНГ  
РЕСПУБЛИКА ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
АНЖУМАНИ**

***ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ИҚТИСОДИЁТИ ВА МЕНЕЖМЕНТИ***

**22 апрель 2016 йил**

**Тошкент - 2016**

## МУНДАРИЖА

«Фан ва техника тараққиётида интеллектуал ёшларнинг ўрни»  
 Республика иқтидорли талабаларнинг илмий-амалий анжумани.  
 7. Ишлаб чиқариш иқтисодиёти ва менежменти. Маъруза тезислари  
 тўплами. –Т.: ТДТУ, 22 апрель, 2016.

Ушбу тўпламга 2016 йил 22 апрелда ўтказилган «Фан ва техника  
 тараққиётида интеллектуал ёшларнинг ўрни» Республика иқтидорли  
 талабаларнинг илмий-амалий анжуманининг «Ишлаб чиқариш  
 иқтисодиёти ва менежменти» шўъбасида иштирокчи-талабаларнинг  
 профессор-ўқитувчилар илмий раҳбарлигида ёзилган илмий мақолалари  
 киритилган.

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1.  | ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Махкамova М.А., ТДТУ. Рақобат шароитида махсулотларни тижоратлаштиришда инновацион маркетингни ахамияти.....                                       | 7  |
| 2.  | ИМФ талабаси Абдуқаюмов Х.Ғ., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ. Саноат корхоналари рақобатбардошлигини ошириш йўллари.....   | 11 |
| 3.  | Студент ФЭМ Зойиров О.М., научный руководитель д.э.н., проф. Саид-Джалолов Д.Р., ТГТУ. Особенности и тенденции развития информационно-коммуникационных технологий в Узбекистане.....                    | 13 |
| 4.  | ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Хусайнов Р.Р., ТДТУ. Саноат корхоналарининг экспорт салоҳиятини кўтаришда маркетинг стратегиялари ва тадқиқотларидан фойдаланиш.....                | 16 |
| 5.  | Студент ФТУТК Махмуджонova М.М., научный руководитель к.э.н., доц. Омонов Б.Ш., ТАДИ. Мировой опыт использования бенчмаркинга для развития автомобилестроения.....                                      | 19 |
| 6.  | ИМФ талабаси Камолов.Ф., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Исхаков Б.А., ТДТУ. Ўзбекистон банк тизимидаги ислохотлар – иқтисодиётимиз ривожланишининг гаровидир.....  | 21 |
| 7.  | Студентка ФЭМ Закирходжаева М., научный руководитель к.э.н., доц. Исхаков А.К., ТГТУ. Вопросы обеспечения качества управления и конкурентоспособности предприятия.....                                  | 22 |
| 8.  | Студентка ФЭМ Инагамова М.Р., научный руководитель к.э.н., доц. Умарова Д.М., ТГТУ. Современные подходы к разработке стратегии диверсификации машиностроительных предприятий Республики Узбекистан..... | 26 |
| 9.  | Студент ФЭМ Қаюмов Ж.Ж., научный руководитель к.э.н., доц. Ибрагимова С.А., ТГТУ. Концепция и основные виды стоимостной оценки бизнеса.....   | 30 |
| 10. | ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Хашимова С.Н., ТДТУ. Мехнат миграцияси ва унинг иқтисодиётга таъсири.....   | 32 |
| 11. | Студентка ФЭМ Рахимова З.Х., научный руководитель к.э.н., доц. Якубова Д.М., ТГТУ. Совершенствование эффективного использования основных промышленно-производственных фондов.....                       | 35 |
| 12. | Студентка ФЭМ Ташмухамедова К., научный руководитель ст. преп. Турсунова Н.Х., ТГТУ. Организация системы финансов предприятия.....  | 37 |
| 13. | ИМФ талабаси Юсубжанова Г.О., ТДТУ илмий раҳбар кат.ўқ. Бегмуллаев О.И., ТДТУ. Корхоналар иқтисодий ночорлигини тартибга солишда хориж тажрибалари.....   | 40 |
| 14. | ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., илмий раҳбар кат.ўқ. Урманова Д.Т., ТДТУ. Корпоратив низолар ва уларни бартараф этиш йўллари.....   | 42 |

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 15. | ИМФ талабаси Умаров Э.Г., илмий раҳбар кат.ўк. Шагаипова Г.З., ТДТУ. Энергетика корхоналарида ахборот технологияларини қўллашнинг жиҳатлари.....   | 44 |
| 16. | ЭАФ талабаси Тоирхўжаев И.Ж., илмий раҳбар кат.ўк. Ташходжаева М.Д., ТДТУ. Ўзбекистон Республикасига хорижий инвестицияни жалб этишда солиқнинг роли.....  | 48 |
| 17. | Студентка ФЭМ Абдурашитова Я., научный руководитель ст. пред. Аллаева Г.Ж., ТГТУ. Перспективы формирования энергоэффективной структуры промышленного производства.....   | 52 |
| 18. | Студент ФЭМ Аскарлов А.Р., научный руководитель ст. пред. Муратова О.М., ТГТУ. Эффективная организация рекламной деятельности.....   | 55 |
| 19. | ИМФ талабаси Каххаров Ж.Р., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Махкамова М.А., ТДТУ. Интеллектуал маркетинг - рақобатбардошликни шакллантириш омили сифатида.....  | 58 |
| 20. | ИМФ талабаси Умаров Э.Г., илмий раҳбар кат.ўк. Урманова Д.Т., ТДТУ. Олтин ва кумуш – нодир металл сифатида аналитик таҳлили.....   | 65 |
| 21. | Студент ФЭМ Зойиров О.М., научный руководитель д.э.н., проф. Саид-Джалолов Д.Р., ТГТУ. Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности на основе внедрения информационных технологий..... | 69 |
| 22. | Студентка ФТУТК Махмуджоновна М.М., научный руководитель к.э.н., доц. Омонов Б.Ш., ТАДИ. Автомобильная промышленность как движущая сила мировой экономики и её значение для роста национальной экономики.....    | 71 |
| 23. | Студентка ФЭМ Усарова С., научный руководитель к.э.н., доц. Якубова Д.М., ТГТУ. Оптимизация управления логистики в промышленном предприятии.....   | 74 |
| 24. | ИМФ талабаси Ҳақназаров Д., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ. Кончилик корхоналарида маркетинг тадқиқотларини ўтказишнинг иқтисодий хусусиятлари.....   | 76 |
| 25. | ИМФ талабаси Мамажонов О.Р., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Хашимова С.Н., ТошДТУ Мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда хорижий инвестициялар аҳамияти.....  | 78 |
| 26. | ИМФ талабаси Умаров Э.Г., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Ибрагимова С.А., ТДТУ. Саноат корхоналарида маркетинг стратегиясининг асосий йўналишлари.....  | 81 |
| 27. | ИМФ талабаси Олтибоев Ф.Ш., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Махкамова М.А., ТДТУ. Саноат корхоналарига чет эл инвестицияларини жалб этиш йўналишлари.....   | 82 |
| 28. | ИМФ талабаси Абдуллаева Д.Т., илмий раҳбар кат. ўк. Бегмуллаев О.И., ТДТУ. Корхоналар иқтисодий нозорлигининг асосий омили.....  | 84 |
| 29. | ИМФ талабаси Самандаров Т.А., илмий раҳбар кат. ўк. Шагаипова Г.З., ТДТУ. Брендингга методологик ёндашув – корхонанинг рақобатли устулигини ривожлантиришнинг янги босқичи сифатида.....                         | 86 |

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 30. | ИМФ талабаси Курбонов А.Ж., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ. Саноат корхоналарида нарх сиёсатини такомиллаштириш.....   | 88  |
| 31. | Студентка ФТУТК Махмудова Д.Р., ТАДИ научный руководитель к.э.н., доц. Омонов Б.Ш., ТАДИ. Обоснование методов совершенствования мотивации и стимулирования труда работников маркетинговой службы автотранспортного предприятия..... | 90  |
| 32. | ИМФ талабаси А. Рахматов., илмий раҳбар доц. Ибрагимова С.А., ТДТУ. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida real sektor korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish.....  | 95  |
| 33. | Студентка ФЭМ Усарова С., научный руководитель к.э.н., доц. Якубова Д.М., ТГТУ. Прямые иностранные инвестиции в промышленность Узбекистана.....   | 97  |
| 34. | ИМФ талабаси Умаров Э.Г., илмий раҳбар кат. ўк. Урманова Д.Т., ТДТУ. Саноат корхоналарида корпоратив бошқарув самарадорлигини баҳолаш.....  | 99  |
| 35. | ИМФ талабаси Азизов С.С., илмий раҳбар кат. ўк. Бегмуллаев О.И., ТДТУ. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хорижий инвестицияларнинг роли.....   | 100 |
| 36. | ИМФ талабаси Қанонов Ж.Ж. ТДТУ илмий раҳбар и.ф.н., доц. С.А. Ибрагимова, ТДТУ. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида рақобатдошликни ошириш йўллари.....  | 104 |
| 37. | ИМФ талабаси Курбонов А.Ж., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ. Ўзбекистон Республикасида кончилик корхоналари маҳсулотларига нархларни шакллантиришни такомиллаштириш.....  | 107 |
| 38. | ИМФ талабаси Олтибоев Ф.Х., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Махкамова М.А., ТДТУ. Ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари.....   | 109 |
| 39. | Студент ФЭМ Абдуразақов Ж., ТГТУ научный руководитель доц. к.э.н. Якубова Д.М., ТГТУ. Значение иностранных инвестиций в структурных преобразованиях экономики.....  | 110 |
| 40. | Студентка ФЭМ Ташева М., научный руководитель ст. пред. Аллаева Г.Ж., ТГТУ. Роль инвестиций в развитии энергетической промышленности Республики Узбекистан.....   | 113 |
| 41. | ИМФ талабаси Тоирхўжаев И.Ж., илмий раҳбар кат. ўк. Ташходжаева М.Д., ТДТУ. Юридик шахслар мол-мулк солиғи: умумий тушунча ва иқтисодий мазмуни.....  | 116 |
| 42. | ИМФ талабаси Жуманазаров М.И., ТДТУ илмий раҳбар катта ўқувчи Шагаипова Г.З., ТДТУ. Инновацион маркетингда интернет технологияларидан фойдаланиш самарадорлиги.....   | 127 |
| 43. | ИМФ талабаси Рахмонкулова Г. М., ТДТУ илмий раҳбар и.ф.н., доц. Ибрагимова С.А., ТДТУ. Ўзбекистонда акциядорлик жамиятларида корпоратив бошқарувни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари.....                                      | 130 |

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 44. | ИМФ катта ўқитувчи Саманов А.А., ТДТУ. Техника соҳасидаги таълим жараёнига маркетинг фанини тадбиқ этилишининг самарадорлиги.....   | 135 |
| 45. | ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., ТДТУ илмий раҳбар кат.ўқ. Урманова Д.Т., ТДТУ. Акциядорлик жамиятларида корпоратив бошқарувни жорий этишда модернизациялаш жиҳатлари.....                                   | 139 |
| 46. | ИМФ талабаси Кутфиддинов Р.Х., илмий раҳбар кат.ўқ. Шагайпова Г.З., ТДТУ. “Ўзбекэнерго” ДАКда маркетинг тизимини қўллашнинг замонавий ҳолатини иқтисодий таҳлили.....                                 | 145 |
| 47. | ФЭМ старший преподаватель Ташходжаева М.Д., ТДТУ. Система социальной защиты населения в Узбекистане.....  | 147 |
| 48. | ИМФ талабаси Муродов У., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Хашимова С.Н., ТДТУ. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида қора металлургия тармоғида инновацион фаолиятининг самарадорлигини ошириш йўллари..... | 150 |
| 49. | Студент ФЭМ Юлдашев А., научный руководитель ст.преп. Гаипова М.Т., ТГТУ. Особенности рекламы и маркетинга в банке.....   | 152 |
| 50. | Студент ФЭМ Хидоятлов У.И., научный руководитель ст.преп. Гаипова М.Т., ТГТУ. Зарубежный опыт привлечения инвестиций в реальный сектор экономики.....   | 158 |
| 51. | Студентка ФЭМ Инагамова М.Р., научный руководитель к.э.н., доц. Умарова Д.М., ТГТУ. Проблемы формирования стратегии диверсификации предприятия.....   | 161 |
| 52. | Студентка ФЭМ Инагамова М.Р., научный руководитель к.э.н., доц. Умарова Д.М., ТГТУ. Сущность стратегии управления диверсификациями предприятия.....   | 163 |
| 53. | Студент ФЭМ Саиджалалов Х.С., научный руководитель ст.преп. Гаипова М.Т., ТГТУ. Роль маркетинговых стратегий в повышении качества менеджмента предприятий.....  | 166 |

## РАҚОБАТ ШАРОИТИДА МАҲСУЛОТЛАРНИ ТИЖОРАТЛАШТИРИШДА ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГНИ АҲАМИЯТИ

**Инновацион маркетинг** – янги товарлар ёки хизматлар яратиш, кенгайтириш ва қўллаб-қувватлашга йўналтирилган технологиялари мажмуидир. [1] Инновацион маркетинг технологияларининг ўзига хос хусусияти шундаки, улар жисмоний жиҳатдан мавжуд бўлган маҳсулот билан эмас, балки янги маҳсулотни ишлаб чиқилаётган концепцияси билан ишлайдилар. Инновацион фаолият йўналишлари энг аввало, ишлаб чиқаришни такомиллаштириш вазифалари ва имкониятлари билан эмас, балки истеъмолчиларнинг янги маҳсулот тавсифомалари борасида нималарни афзал кўришини ўрганиш натижалари билан белгиланиши лозим. Янги маҳсулот ишлаб чиқаришни ўзлаштиришда ушбу маҳсулотни лабораторияда синаб кўришга эмас, балки бозорда текшириб кўришга кўпроқ эътибор қаратиш керак. Инновацион маркетингда янги маҳсулотни муваффақият омиллари ўрганиб чиқилади ва у қуйидаги жадвалда келтирилган.

1-жадвал

Янги маҳсулотнинг муваффақият омиллари [1]

| Муваффақият омили   |
|---|
| Маҳсулотнинг бозор талабларига мослиги                                  |
| Маҳсулотнинг фирма имкониятларига мувофиқлиги                           |
| Маҳсулотнинг технологик устунликлари                                    |
| Янги маҳсулотларнинг фирма раҳбарияти томонидан қўллаб-қувватланиши     |
| Янги моделлар танлашда баҳолаш жараёнларидан фойдаланиш                 |
| Қулай рақобат муҳити  |
| Ташкилий тузилманинг янги маҳсулот ишлаб чиқиш вазифаларига мувофиқлиги |

Инновациялар яратиш мамлакатимизда доимо муҳим аҳамиятга эга бўлиб келган. Инновацияларни тижоратлаштириш эса ёки мукамаллашмаган, ёки умуман бўлмаган. Бироқ бугунги кунга келиб, рақобат курашида инновациялар ишлаб чиқаришни эмас, уларни амалий қўллашни ташкиллаштира оладиганлар голиб келмоқда.

Барча янги товарларнинг фақат 10 фоизигина ҳақиқатдан ҳам янги, оригинал ҳисобланади ва жаҳон миқёсида янги товарлар деб аталади. Бундай янги товарларни тайёрлаш, уларни ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бозорга олиб чиқиш катта харажатлар сарфлашни талаб қилади ҳамда таваккалчилик даражаси юқори бўлади. Бу эса компаниялар янги товарлар

ишлаб чиқишни аксари ҳолларда мавжуд товарларни такомиллаштириш ва модификациялаш билан боғлашларига асосий сабаб бўлади. [2]

Янги товарларни ишлаб чиқиш ва бозорга киритиш инновацион сиёсат асосида, хусусан, товар инновацияси жараёнининг тамойиллари ва усуллари асосида амалга оширилади. Товар инновацияси жараёни *янги товарлар ҳақидаги ғояларни* излаб топишдан бошланади. Корхонанинг ички ва ташқи ғоя манбалари товарлар ҳақидаги ғоялар учун база вазифасини бажаради.

*Ташқи ғоялар* қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин: савдо корхоналари; харидор ва истеъмолчилар; рақобатчилар; кўргазма ва ярмаркалар; турли хил нашрлар; илмий тадқиқот институтлари; таъминотчилар; ишлаб чиқаришнинг бошқа тармоқларида ишлаб чиқарилган товарлар; реклама агентликлари; хўжалик бирлашмалари, вазирликлар ва бошқа давлат органлари.

*Ички ғоялар* қаторига эса қуйидагилар мансуб: маркетинг тадқиқотлари бўлимлари; техник ва истикболли ривожланиш бўлимлари; патент бўлимлари; ишлаб чиқариш бўлими; маркетинг бўлимининг барча бўлималари; халқаро иқтисодий ҳамкорлик бўлими; товарни тайёрлаш бўлими; ғояларни излаб топиш ва ривожлантириш бўйича доимий ёки муваққат ходимлар гуруҳлари.

*Янги товарни режалаштириш вазифаси* товар сиёсатининг муқобил вариантларини қидириб топиш ва ишлаб чиқиш, уларнинг имкониятлари ва хатарларини асослаб беришдан иборатдир. Режалаштирилаётган чора-тадбирларнинг натижаларини ошириш мақсадида товар инновациясининг ғояларни излаб топиш ёки ғоялар олиш босқичи, ғояларни баҳолаш босқичи ва ғояларни амалга ошириш босқичи каби асосий муаммоларга алоҳида эътибор қаратиш зарур.

Инновацион маркетинг истеъмолчи эҳтиёжларини яхшироқ кондирини, замонавий бизнесда устуворликни «функционал» маҳсулотлардан «инновацион» маҳсулотларга ўтказиш ҳисобига бозорни эгаллаб олиш имкониятини беради: функционал маҳсулотлар энг муҳим, зарурий эҳтиёжларни кондиринишга хизмат қилади ва аксарият ҳолларда харид жойига

қараб ўтирмасдан харид қилинади (керак бўлиб қолди — кўриб қолди — харид қилди); инновацион маҳсулотлар эса, аксинча, техника ва моданинг сўнгги сўзини ифодалайди, уларга талабни олдиндан айтиш қийин, уларнинг ҳаётийлик даври эса анча қисқарок бўлади

## Янги товарлар яратиш усуллари [3]

| Усул  | Афзалликлар   | Камчиликлар   |
|---|---|---|
| Ўз янгиликлари  | Яратилаётган маҳсулот рақобатбардошлиги юқори. Товарга йўналтирилганлик. Юқори даромадлар   | Янгилик яратиш муддати узунлиги. Уларнинг катта қисми қуттилган натижа келтирмайдиган илмий тадқиқотлар харажатларининг катталиги. Малакали ходим эҳтиёж. Риск юқорилиги  |
| Янгиликни бошқа фирмадан харид қилиш (фирма, патент ёки лицензияни харид қилиш) | Товарнинг ҳаётийлик даври бошида лицензия харид қилишда самарали. Илмий тадқиқотлар ўтказиш вақтининг қисқариши. Илмий тадқиқотларни жорий молиялаштириш харажатлари қисқариши. Янгиликнинг ишлаб чиқаришга тез жорий қилиниши. Ихтирони молиялаштириш шаклини танлаш имконияти | Янгиликни ишлаб чиқаришда тез ўзлаштириш зарурати. Бошқа фирмаларнинг инновацион фаолиятига боғлиқлик. Бир марталик харажатлар катталиги. Бошқа ишлаб чиқарувчиларнинг товардан нусха кўчириш rischi катта. Ўз соҳасида етакчи бўла олмайдиган ишлаб чиқарувчи имиджи |
| Биргаликдаги ишланмалар   | Илмий тадқиқотлар харажатлари тақсимланиши. Малакалироқ персоналдан фойдаланиш имконияти. Ҳамкорнинг бозорига чиқиш имкониятини қўлга киритиш. Ҳар бир ҳамкорнинг алоҳида илмий тадқиқотлар харажатлари камайиши  | Ишни мувофиқлаштириш қийинлиги. Янгилик яратиш жараёни узок давом этиши. Фойданинг ҳамкорлар ўртасида номувофик тақсимланиши. Ишонч билан боғлиқ муаммолар  |

Янги маҳсулот истеъмолчи аҳамиятга эга деб ҳисоблайдиган ҳар қандай янгилик киритиш ёки мавжуд товарни ўзгартиришни кўзда тутати. Бироқ янгилик даражаси турлича бўлиши ва бир неча поғонада кўриб

чиқилиши мумкин. Корхона учун илгари ҳеч ҳам ишлаб чиқарилмаган товарлар инновацион товарлар бўлади. Шундай қилиб, инновацион маркетинг мажмуи мақсадли бозорга ва инновациялар потенциал истеъмолчисига таъсир кўрсатиш, шунингдек, рақобат муҳити ва истеъмолчилар истакларидаги ўзгаришларга ўз вақтида жавоб қайтариш бўйича амалий чора-тадбирлар йиғиндисини ифодалайди. Янги технологияларнинг ривожланиши ва уларнинг асосида тамомила янги товар ва хизматлар турларини сотиш тезлиги шунга олиб келмоқдаки, бозордаги вазият ва истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари тобора ўзгармоқда. Истеъмолчи нимани, қаердан, қандай кўринишда ва қандай нархда сотиб олишни истагини айтмоқда. Маркетинг концепциясини тушунишга янгиликча ёндашув яъни мақсадли гуруҳлар – стратегик бозор сегментидан потенциал мижозлар билан яқинроқ ишлашга асосланмоқда. Бозор тадқиқотлари ёрдамида бир хил истеъмолчилар гуруҳларини ажратиб, стратегик сегментларни аниқлаган ҳолда, корхона сезиларли миқдорда маблағлар тежаб қолади ҳамда мавжуд ва потенциал мижозлар билан келгуси алоқаларда кўпроқ унумдорликка эришади. Танлаб олинган бозор секторлари билан фаол коммуникациялар истеъмолчиларнинг катта қисми эътиборини жалб қилишга имкон беради ва уларнинг аксарияти компания мижозларига айланади. Мана шу сабабдан XXI аснинг бошларидан бошлаб турли тармоқларда бозор етакчиларининг кўпчилиги реклама, PR, тўғридан-тўғри сотувлар, ички фирма муносабатлари учун жавоб берадиган бўлимларни бирлашган коммуникация хизматларига бирлаштириши рўй берди. Инновацион маркетингни амалиётда қўллаш орқали қуйидаги афзалликлар шаклланади: 1. Корхоналарда янги маҳсулотларни ишлаб чиқариш йўлга қўйилади ва унинг натижасида истеъмолчиларнинг талабларини қондириш ёки уларда янги талабларни шакллантиришга эришилади. 2. Инновация маҳсулотларининг ҳаётийлик даврида янги хизмат усулларини кашф этиш ва ундан фойдаланиш имкониятлари вужудга келади. 3. Замоनावий бизнесда корхона “функционал” маҳсулотларни “инновацион” маҳсулотларга ўтказиш хисобига устуворликни эгаллайди. 4. Корхона савдо-саноат сиёсатини инновацион йўналишда олиб бориш орқали иқтисодий манфаатларини қондиради.

#### Адабиётлар

1. Эргашходжаева Ш.Ж. Инновацион маркетинг. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, 2014. 24-б.
2. Секерин В.Д. Инновационный маркетинг. Учебник. -М.:ИНФРА-М, 2012. С.66.
3. Эргашходжаева Ш.Ж. Инновацион маркетинг. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, 2014. 38-б.

ИМФ талабаси Абдуқаюмов Х.Ғ., ТДТУ  
Илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ

#### САНОАТ КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Жаҳон миқёсида ҳалигача давом этаётган молиявий-иқтисодий инқирознинг жиддий таъсирига қарамадан, мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотининг йиллик ўсиши 2008-2014 йилларда 8 фоиздан ошди, 2015 йилда эса бу кўрсаткич 8,0 фоизни ташкил этади.

Энг муҳими, мамлакатимиздаги ялпи ички маҳсулотнинг юқори суръатлар билан ўсиши анъанавий хом ашё тармоқлари ҳисобидан эмас, жаҳон бозоридаги қулай конъюнктура ва айрим хом ашё турлари ҳамда материаллар нархининг юқорилиги ҳисобидан эмас, балки, биринчи навбатда, рақобатга бардошли тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳамда замонавий хизмат кўрсатиш соҳаларини жадал ривожлантиришни белгилаб берадиган жиддий таркибий ўзгаришлар ва ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш эвазига таъминланмоқда.

Маҳсулот рақобатбардошлилиги саноат корхоналари ҳўжалик фаолиятининг асосий ва энг муҳим кўрсаткичларидан бири ҳисобланади. Рақобатбардош маҳсулот мамлакатда ишлаб чиқарилган, ўз сифат кўрсаткичлари, таннархи жиҳатидан миллий ва жаҳон бозорида шундай маҳсулотлар билан рақобат қила оладиган маҳсулотдир.

Маҳсулотнинг рақобатбардошлилигига қуйидаги йўллар билан эришиш мумкин: а) янги маҳсулотларни истеъмолчиларга арзон нархда сотиш; б) маҳсулот сифатини яхшилаш; в) қўшимча хизмат кўрсатиш; г) реклама; д) харидорлар учун турли имтиёзлар яратиш.

Ўзбекистонда давлатнинг рақобатчилик муҳитини шакллантиришга қаратилган сиёсатида хусусийлаштириш, давлат мулки ҳисобидан мулкчиликнинг бошқа шакллари вужудга келтириш асосий ўрин тутали. Хусусийлаштириш натижасид, биринчидан, мулк ўз эгалари қўлига топирилса, иккинчидан, кўп укладли иқтисодиёт ва рақобатчилик муҳитини вужудга келтиради.

Юртбошимиз ташаббуси билан ишлаб чиқилган “Рақобат тўғрисида”ги янги Қонун 2012 йилнинг 7 январидан кучга кирди. Худди шу кундан бошлаб Ўзбекистон Республикасининг 1996 йил 27 декабрда қабул қилинган “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги Қонун ўз кучини йўқотди. Янги Қонуннинг ўзига монополлашиш, рақобатнинг чекланиши ва устунлик мавқеини суистеъмол қилиш ҳолатларига барҳам бериб, соғлом рақобат муҳитни юзага келишини таъминлайди, яни умуман товар ва молия бозорларидаги рақобат соҳасидаги муносабатларни тартибга солади.

Рақобатчилик муҳитини вужудга келтиришда хусусийлаштиришнинг иштироки турлича бўлади. Давлат мулки монополиясига барҳам бериш,