IQRO JURNALI /2023
GUVOHNOMA № 060680
E-ISSN : 2181-4341

VOL–2, ISSUE–1
https://wordlyknowledge.uz/

MARKETING VA UNING RIVOJLANISH BOSQICHLARI, KELAJAKDA RIVOJLANISH IMKONIYATLARI

Nurullayev Mahmud Olim o‘g‘li

Toshkent davlat agrar universiteti, Samarqand filiali

Arobiznes va logistika fakulteti, 21101- guruh talabasi.

mahmudnurullayev4536@gmail.com

Ilmiy rahbar : Fotima Saydullaeva Jozilovna

Annotasiya: Ushbu maqola Marketing va uning rivojlanish bosqichlari, kelajakda rivojlanish imkoniyatlari haqida bo’lib mavzu yuzasidan tadqiqotchi olimlarning fikr va mulohazalari chuqur o’rganib chiqildi. Qolaversa, bugungi raqobat muhitida erkin iqtisodiy zonalarning raqobatbardoshligi, raqobatbardoshlikni oshirish yo’llari va imkoniyatlari yoritib berilgan.

Kalit so’zlar. Erkin iqtisodiy zona, marketing, marketing tadqiqotlari, hududiy tamoyil.

Аннотация: взгляды и мнения исследователей были изучены в будущем маркетинга и этапов развития, возможности развития в будущем. В то же время современная конкурентная среда окружающая среда покрывается конкурентоспособностью свободных экономических зон, способами и возможностями для повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова. Свободная экономическая зона, маркетинговые, маркетинговые исследования, территориальный принцип.

Abstract: The views and opinions of research scientists have been studied in the future of the marketing and its stages of development, the opportunities of development in the future. In the meantime environment today's competitive environment is covered by the competitiveness of free economic zones, ways and opportunities to enhance competitiveness.

Keywords. Free economic zone, marketing, marketing research, territorial principle.

Kirish. Respublikamizga xorijiy investitsiyalarni faol jalb etish maqsadida erkin iqtisodiy zonalar tashkil etish, ularni rivojlantirishning iqtisodiy-ijtimoiy masalalarini o’rganish va O‘zbekistonda erkin iqtisodiy hududlar faoliyatini rivojlantirish holati tahlilini o’rganib vujudga kelgan muammolar hamda ularni hal etish yo’llarini bayon qilish bilan xususiyatlanadi. Respublikamiz bozor iqtisodiyoti yo’lini tanlashi hayotimizni tubdan o’zgartirib yubordiki, bugungi kun bozor iqtisodiyotiga kirib borilishni, uning o’ziga xos tomonlarini o’rganishni taqozo qilib bormoqda. Shuning uchun ham bozor iqtisodiyoti asoslariga jumladan marketing tadqiqotlariga qiziqish borgan sari oritib bormoqda.

Adabiyotlar sharhi. Bugungi kunda O’zbekiston iqtisodiyotining barqaror o’sishiga erishishning muhim yo’nalishlaridan biri barcha ichkimanbalardan unumli foydalanish hamda marketing tadqiqotlari orqali korxonalar jumladan erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini tadbiq qilishdir. O’zbekiston iqtisodiyotining jahon xo’jaligi tizimiga integratsiyalashuvi sharoitida mamlakatimizda eksportga yo’naltirilgan iqtisodiy rivojlanish siyosatini amalga oshirish va eksportbop mahsulotlarni ishlab chiqarib xorijga eksport qilish va shuningdek import o’rnini bosuvchi yuqori texnologiyalarga asoslangan ishlab chiqarishni joriy qilishda erkin iqtisodiy zonalardan foydalanish, shuningdek, mamlakatimizda “ochiq eshiklar siyosatini” amalga oshirish hamda xorijiy sarmoyadorlarni jalb qilish borasida rivojlangan davlatlarning, ayniqsa, jahon

xo'jaligida tezkor sur'atlarda rivojlangan mamlakatlarning, jumladan, Germaniya, Fransiya, Yaponiya, Janubiy Koreya, Singapur, Turkiya, Xitoy kabi mamlakatlarning tashqi savdo-sotiq siyosati tajribalaridan unumli foydalanish milliy iqtisodiyotimizning taraqqiyotiga ijobiy samara beradi.

Tahlil va natijalar. Bugungi kunda hal etilishi lozim bo'lgan masalalarni yechimi uchun respublikamizda marketing sohasida jahon andozalariga mos keluvchi yuqori malakali mutaxassislar kerak. Shu kunni mutaxassisga, birinchidan, iste'molchilarni ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda bozorni har tomonlama tahlil qila bilish, tadqiqot olib borish, ikkinchidan bozorga ta'sir eta bilish talabi qo'yiladi.

Mamlakatimizda jahon andozasiga mos ravishda yuqori texnologiyalar asosida sifatli mahsulotlarni ishlab chiqarish tizimini bugungi kun darajasiga ko'tarish to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti I.Karimov shunday degan edi:

"Iqtisodiyotni, avvalo, ishlab chiqarish sohalarini oqilona tashkil qilish, ularga yuksak texnologiyalarni joriy etish, shu asosda zamonaviy korxonalar barpo etib, yuqori sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish, bir so'z bilan aytganda, O'zbekistonda jahon andozalariga mos, xalqaro bozordagi raqobatga bardosh bera oladigan tizimni yaratish bizdan, shubhasiz, katta vaqt, mehnat va shijoatni talab qiladi". Shuningdek, bugungi kundagi muhim ustivor yo'nalishlar va investitsiyalarni jalb qilish haqida to'xtalib shunday degan edilar:

"Bugungi kunda iqtisodimizni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik yangilash, uning raqobatbardoshligini keskin oshirish, eksport salohiyatini yuksaltirishga qaratilgan muhim ustivor loyihalarni amalga oshirish bo'yicha Dastur ishlab chiqilmoqda. Shu borada, dastlabki xisob-kitoblarga ko'ra umumiy qiymati 24 mlrd. AQSh dollaridan ziyod bo'lgan qariyb 300ta investitsiya loyihasi ustida ishlamoqdamiz. Hozirgi kunda "Navoiy" erkin iqtisodiy zonasini aytadigan bo'lsak, o'tgan 8 yil mobaynida u yerda atigi 24 ta loyiha amalga oshirilib, ularda to'g'ridan- to'g'ri xorijiy investitsiyalarning ulushi juda past va atigi 900 ta odam ishga joylashtirilgan. O'tgan yili esa mahsulot ishlab chiqarish hajmi 24 foizga pasaygan. Ana shu ma'noda tanlangan mazkur tadqiqot ish mavzusi hozirgi dolzarb mavzulardan biri hisoblanadi. Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2017 yil 25 oktyabrdagi "Erkin iqtisodiy zonalar va kichik sanoat zonalari faoliyati samaradorligini oshirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ- 3356-sonli Qarorida shunday ta'kidlab o'tilgan: "Erkin iqtisodiy zonalarning hududida foydalanishga topshirilgan korxonalarning ishlab chiqarish quvvatlaridan nihoyatda samarasiz foydalanilmoqda, buning oqibatida ishlab chiqarish va eksport hajmlari hamda ish joylari soni tasdiqlangan biznes-rejalar parametrlariga muvofiq kelmaydi". Bu orqali sohada marketing imkoniyatlaridan to'liq foydalanilmaganligi, sohada marketing tadqiqotlarini o'tkazish imkoniyatlari to'liq qilinmaganligi va bu orqali eksport hajmi, reja parametlari bajarilmaganligini aytib o'tilgan. Shu sababli marketing tadqiqotlarini sohada qo'llash bu orqali erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini marketing tadqiqotlarining mintaqaviy tamoyiliga asosan tadqiq qilish sohaning ijobiy va salbiy tomonlarini ochishga yordam beradi va bu orqali muammolarni hal qilish imkoniyati yaratilib, bu ham muammoning dolzarbligini asoslaydi.

Xulosa. Erkin iqtisodiy zonalarni rivojlantirishning marketing masalalari nazariy-uslubiy jihatlarini o'rganishda quyidagi takliflarni keltirish mumkin:

- erkin iqtisodiy hududlarni tashkil

etish va rivojlantirishning nazariy-asoslarini bo'yicha o'rganishlar olib borish;

- erkin iqtisodiy hududlar faoliyatining me'yoriy-huquqiy asoslari bo'yicha takliflar ishlab chiqildi;
- mamlakatda erkin iqtisodiy hududlar faoliyatining moliyaviy asoslarini oshirishning ustuvor yo'nalishlari belgilash;
- erkin iqtisodiy hududlarga investitsiyalarni jalb qilish faoliyati tahlili va marketing tadqiqotlari bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqish;
- milliy iqtisodiyotda erkin iqtisodiy zonalarni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarni jalb qilishni amalga oshirish, marketingning hududiy tamoyilidan foylangan holda taklif va tavsiyalar ishlab chiqish;
- erkin iqtisodiy zonalarda marketing faoliyatini amalga oshirish bo'yicha aniq manzilli marketing dasturi va strategiyalarini ishlab chiqish.

Erkin iqtisodiy zona – davlatlararo kelishuvlarga yoki maxsus qonunlarga muvofiq, xo'jalik va tashqi iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanish uchun imtiyozli soliq, moliya, bojxona va erkin valyuta konvertatsiya, huquqiy sharoitlar joriy qilanadigan joydir. Xorijiy va mahalliy tadbirkorlarni jalb etish maqsadlarida tashkil etiladi va ularda zarur ishlab chiqarish va ish yuritish infratuzilmasi barpo etiladi. Erkin iqtisodiy zonalar ko'p hollarda davlatlararo tutash hududlarda (bir necha davlatlarning chegaralari tutashgan hudud), xalqaro aeroportlar, port shaharlarda (Masalan Malayziya yoki Janubiy Koriya) yoki transport yollari tutashgan hududlarda (Buyuk ipak yo'li o'tgan davlatlar yoki Yevropa ittifoqi hududlari).

Erkin iqtisodiy zonalarda alohida xalqaro huquqiy status joriy qilinadi.Lekin u qayerda joylashishidan qat'iy nazar, shu mamlakatning ajralmas bo'lagi hisoblanadi, barcha amaliyotlar (yer ajratish firma va kompaniyalarni tashkil etish, chegaradan yuklarni, tovarlarni olib kirish va olib chiqish). Xorijiy va mahalliy tadbirkorlarni jalb etish maqsadlarida tashkil etiladi va ularda zarur ishlab chiqarish va ish yuritish infratuzilmasi barpo etiladi. Erkin iqtisodiy zonalarni tashkil etishdan maqsad ko'plab yangi texnologiya, investitsiyalarni jalb qilib,rivojlangan iqtisodiy makon yaratish va shu yo'l bilan mamlakat iqtisodiyotini tezkorlik bilan rivojlantirishdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. U.Sharifxodjayev,Z.Xakimov. Interaktiv va raqamlimarketing. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot. 2019.-271 b
2. Абдухалилова Л.Т. Интернет маркетинг. – Т.: Иқтисодиёт, 2019. 265 б.
3. Ergashxodjaeva Sh. J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik.- T.: Iqtisodiyot, 2018.-315 b.
4. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Samadov A.N., Alimxodjayeva N.E., Sharipov I.B. Marketing kommunikatsiyasi. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2019.-418 b.
5. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Bernnan. Marketing an introduction. England, 2016, Paperback: 720 pages, Pearson.
6. Mamatov B.S., Xujamkulov D.Yu., Nurbekov O.Sh. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. Darslik. T.:Iqtisod-moliya, 2014.
7. Saiful Bahri Mohd Kamal, Dahlia Zawawi, Dahlan Abdullah. Entrepreneurial Orientation for Small and Medium Travel Agencies in Malaysia. Procedia Economicsand Finance. Vol. 37, 2016, Pages 115 – 120,c.