

SH.J. ERGASHXO'JAYEVA



INNOVATION MARKETING

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

SH.J. Ergashxo'jayeva

INNOVATSION MARKETING

*O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan
5230400 – «Marketing (tovarlar va xizmatlar)» yo'nalishida tahsil
olayotgan talabalar uchun darslik sifatida tavsiya etilgan*

*Cho'lpon nomidagi nashriyot-matbaa ijodiy uyi
Toshkent–2014*

UO^K: 339.138.001.76 (075)

KBK 65.290-2

E-74

Taqrizchilar:

D.X. Suyunov – i.f.d., professor;

A.N. Samadov – i.f.n., dotsent.

E-74 Ergashxo'jayeva, Sh.

Innovatsion marketing / Sh. Ergashxo'jayeva. – O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. – T.: Cho'lpon nomidagi NMIU, 2014. – 176 b.

ISBN: 978-9943-05-695-4

Ushbu darslikda innovatsion marketingning mohiyati va mazmuni bo'yicha umumlashirilgan yangi ilmiy-nazariy bilimlar, uslubiy tavsiyalar, innovatsion marketingning o'ziga xos xususiyatlari, asosiy rivojlanish bosqichlari, shakllari, turlari hamda uni korxonalar faoliyatiga tatbiq etish yo'llari va usullari, innovatsion marketingni rivojlantirishning konseptual yo'nalishlari aks ettirilgan.

Darslik 5230400 – «Marketing (tovarlar va xizmatlar)» ta'lim yo'nalishi bo'yicha tahsil olayotgan bakalavr va magistratura bosqichi talabarlari, shuningdek, marketing sohasiga qiziquvchi keng kitobxonlar uchun



UO^K: 339.138.001.76 (075)

KBK: 65.290-2

ISBN: 978-9943-05-695-4

© Sh. Ergashxo'jayeva, 2014

© Cho'lpon nomidagi NMIU, 2014

KIRISH

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar jarayoni xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatini sezilarli darajada o‘zgartirishni, ular faoliyatini bozor talablariga moslashtirishni talab qilmoqda.

Bozor raqobati sharoitida ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohalarining samarali rivojlanishini ta‘minlovchi innovatsion faoliyatni boshqarishga alohida e‘tibor qaratishni talab qilmoqda.

Innovatsion faoliyat bozor munosabatlari sharoitida tadbirkorlikning ilg‘or shakli bo‘lib hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti fan-texnika taraqqiyoti uchun real imkoniyatlar yaratadi.

Mamlakatimizda iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili bo‘lgan innovatsiyalarga ustuvor yo‘nalish sifatida e‘tibor qaratilmoqda. Raqobatbardosh iqtisodiyotni shakllantirmasdan turib, raqobatbardosh mamlakatni barpo etish, tarmoqni, tovarni yaratish birmuncha mushkuldir. Bu xususda mamlakatimiz Prezidenti ta‘kidlaganlaridek, «... raqobatdoshlikka erishish va dunyo bozorlariga chiqish, birinchi navbatda, iqtisodiyotni izchil isloh etish, tarkibiy jihatdan o‘zgartirish va diversifikatsiya qilishni chuqurlashtirish, yuqori texnologiyalarga asoslangan yangi korxonalar va ishlab chiqarish tarmoqlarining jadal rivojlanishini ta‘minlash, faoliyat ko‘rsatayotgan quvvatlarni modernizatsiya qilish va texnik yangilash jarayonlarini tezlashtirish hisobidan amalga oshirilishi mumkin»¹. Bulardan kelib chiqqan holda, dunyo bozorlariga chiqishda innovatsion marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish talab etiladi.

¹ Karimov I. A. 2012-yil Vatanimiz taraqqiyotini yangi bosqichga ko‘taradigan yil bo‘ladi. – T.: O‘zbekiston, 2012. – 36-b.

Bozor sharoitida innovatsion faoliyatning tubdan farq qiluvchi tomoni bu ishlab chiqaruvchilar ehtiyojlariga emas, balki iste'molchilar ehtiyojlariga yo'naltirilganligi hisoblanadi.

Umumiy holda, ijtimoiy yo'naltirilgan bozorni – maqsadi jamiyatning ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish bo'lgan ishlab chiqaruvchi va iste'molchining o'zaro munosabatlariga asoslangan ijtimoiy mahsulotni sotish tizimi sifatida qarash mumkin.

Iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlarda yangi mahsulotlar va texnologiyalarni ishlab chiqarish bitta (yoki bir necha) firmalar miqyosida jamlangandir. Innovatsiyalarga yo'naltirilmagan korxonalarining yangi dinamik muhitga kirishida, tabiiyki, ma'lum bir mojarolar yuzaga keladi. Ushbu mojarolar yoki doimo tezkor tarzda real sharoitlarga moslashish, yoki kelgusi o'zgarishlarni prognozlashtirish imkonini beruvchi o'ziga xos boshqarish mexanizmlarini shakllantirish va ularga muqobil bo'lgan harakat usullarini, ya'ni innovatsiyalarni boshqarish mexanizmlarini ishlab chiqish zaruriyatini keltirib chiqaradi.

Marketing korxonalariga iste'molchilar ehtiyojlarini oldindan ko'ra bilish va iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish imkonini beradi. Yurtboshimiz ta'kidlaganlaridek, «... biz mamlakatimizdagi ishlab chiqarish korxonalarini modernizatsiya qilish va yangilash, zamonaviy innovatsiyalarga asoslangan va yuksak samarali texnologiyalarni joriy etish bo'yicha o'z oldimizga katta maqsadlar qo'yganmiz»¹.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalarda innovatsion marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish bu faqat korxonada ishni tashkil etish va uni boshqarish emas, balki tovarlar raqobatbardoshligini oshirishga keng imkoniyatlar yaratadi.

¹ Karimov I. A. 2014-yil yuqori o'sish sur'atlari bilan rivojlanish, barcha mavjud imkoniyatlarni safarbar etish, o'zini oqlagan islohotlar strategiyasini izchil davom ettirish yili bo'ladi. – T.: O'zbekiston, 2014.