

**MILLIY EKSPORT SALAHİYATINI RIVOJLANTIRISHDA
MARKETING KONSEPSIYALARINING AXAMIYATI.***TOSHKENT DAVLAT TRANSPORT UNIVERSITETI**DOTSENT V. B. SHANAZAROVA**N.B.M.ULUG'BEK NOMIDAGI O'ZBEKISTON MILLIY NIVERSITETI**KATTA UKITUVCHI D. Z. NIGMATOVA*

Annotatsiya: *Ushbu maqolada mamlakatimizda ma'lum soha mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi korxonalar, eksport salohiyati xaqida bayon etilgan.*

Kalit so'zlar: *eksport, diversifikatsiya, ijtimoiy-axloqiy marketing,.*

Mamlakat iqtisodiyotining barqaror o'sishi va uning jahon bozoriga kirib borishini ta'minlovchi asosiy omillardan biri mamlakat eksport salohiyati hisoblanadi. Shu sababli ham rivojlangan va rivojlanayotgan har bir mamlakat o'z daromadini yuksaltirish va valyuta oqimini ko'paytirish maqsadida eksport hajmini oshirishga harakat qiladi. O'z navbatida bu maqsadga erishishda mamlakat barcha imkoniyatlardan foydalangan holda tovar va xizmatlar ishlab chiqarish hamda bozorga taklif qilishni ko'paytirishga harakat qiladi. O'zbekistonda ham eksport salohiyatini oshirish va jahon bozoridan munosib joy olish maqsadida jahon talablariga javob beradigan eksportbop tayyor mahsulotlar ishlab chiqarish yo'lga qo'yilib kelinmoqda. Shu munosabat bilan qator yillarda mamlakatimizning turli hududlarida erkin iqtisodiy zonalar, turli sanoat korxonalari, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirish va qayta ishlash uchun maxsus loyihalar amalga oshirilmoqda. Mamlakatimizda ko'plab xalqaro hamkorlar bilan birgalikda turli xil ishlab chiqarish obyektlari qurilishi amalga oshirilmoqda va rejalashtirilmoqda. Lekin bugungi jahon bozori shiddat bilan egallanayotgan bir paytda birgina mahsulot ishlab chiqarishning o'zi kifoya qilmaydi. Hozir mahsulot ishlab chiqarishdan ko'ra, uni sotish yechimini topish kerak bo'lgan asosiy vazifalardan hisoblanadi. Bu borada esa jahon bozorini, undagi talab va taklifni o'rganish, uni tadqiq qilish kabilarni qamrab oladigan marketing faoliyati bilan



shug‘ullanish talab etiladi. Bu orqali bozorlarni o‘rganish jarayonida paydo bo‘ladigan qanday tovarlarni, kimlar uchun, qanday hajmda, qay ko‘rinishda va bir qancha miqdorda kabi savollarga javob bo‘ladigan marketing konsepsiyalaridan foydalanish o‘zining ijobiy natijasini beradi.

Marketingda ishlab chiqarish, tovar, sotish, an’anaviy marketing, ijtimoiy-axloqiy marketing, o‘zaro aloqa marketingi kabi konsepsiyalar mavjud. Bu konsepsiyalarda mamlakat yoki mintaqaga qanday mahsulotlarni eksport qilish o‘rganilishi ham mumkin. Marketingning ishlab chiqarish konsepsiyasida asosiy e’tibor mahsulotning sifatidan ko‘ra uning miqdoriga qaratiladi. Mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan va yetishtirilayotgan narxi pastroq va mahsulot miqdori ko‘p bo‘lgan sanoat va qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qoloq va rivojlanayotgan mamlakatlarga eksport qilish o‘zining yaxshi samarasini beradi. Bu borada asosiy e’tibor mamlakat bozorini egallash va ko‘proq mahsulot eksport qilib, ko‘proq foyda olishga qaratiladi. Tovar konsepsiyasida esa mahsulotning sifati va narxiga teng ravishda e’tibor qaratiladi. Ya’ni iloji boricha sifatli va arzon mahsulot talab etiladi. Bu borada eksportda o‘z mavqeiga ega kompaniyalar va xususiy sektorda faoliyat yurituvchilarga tayaniladi. Shu sababli ham mahsulot eksport qilish jarayonida davlat tomonidan soliq va to‘lovlardan ozod qilish kabi imtiyozlar berilishi maqsadga muvofiq hisoblanadi. Sotish konsepsiyasida esa asosan, o‘rganilayotgan tashqi bozorda mavjud bo‘lmagan mahsulotlarni eksport qilish va bu orqali talab paydo qilib, sotish asosiy omil hisoblanadi. Bu borada yaratilgan mahsulotning qay darajada tezroq bozorga kirishiga ham e’tibor qaratiladi. Ijtimoiy-axloqiy marketing konsepsiyasida esa e’tibor ma’lum bir shaxs yoki jamoaga qaratiladi. Bu borada ushbu konsepsiya orqali mamlakat eksport qiladigan mahsulotini ekologik muammolar, resurslar taqchilligi, inflyatsiya kabi omillarga e’tibor berib amalga oshirishi kerak. Lekin eng asosiy maqsadlardan eksport qilinadigan mamlakatdagi jamiyat ehtiyojlarini oqilona tarzda qondirish hisoblanadi. Masalan, islom dini keng tarqalgan mamlakatlarga “halol” (brendidagi) mahsulotlarni eksport qilish yoki boshqa mamlakatlarning urf-odatlarini o‘rgangan holda faoliyat boshlash yaxshi natija beradi. O‘zaro aloqaviylik konsepsiyasida esa eksport qiladigan korxonalar birbiri bilan samarali faoliyat olib



borishi muhim hisoblanadi. Masalan, mamlakatimizda ma'lum soha mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi korxonalar o'z assotsiatsiyalarini tuzib va eksport faoliyatini birgalikda olib borishlari bir qancha qulayliklarni yaratadi. Endilikda asosiy maqsadlarimizdan biri mamlakatimiz eksport salohiyatini oshirish orqali yanada ko'proq valyuta tushumlarini olib kirish va O'zbekiston taraqqiyoti yo'lida foydalanishdir. Bu borada esa marketing, marketing konsepsiyalaridan foydalanish o'zining yaxshi natijasini beradi. Zero, bugungi rivojlanayotgan davrda marketing faoliyati bilan shug'ullanmaslik katta xatodir va marketing faoliyatidan foydalanmasdan turib istalgan marralarga erishib bo'lmaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Shanazarova, N. B. (2022). THE IMPORTANCE OF INVESTMENT ACTIVITIES IN THE RAILWAY TRANSPORT NETWORK IN UZBEKISTAN. *Confrencea*, 6(6), 216-217.
2. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1983.С. 278-285.