

**BIZNESDA INNOVATSION MARKETINGNING USLUBLARIDAN
FOYDALANISH**

*Farg'ona soliq texnikumi o'quvchisi **Sahobiddinov Ahrorjon***

*Farg'ona soliq texnikumi yetakchi o'qituvchisi **X.O'rmonov***

Annotatsiya: Innovatsion marketing - bu korxonaning mahsulot, xizmatlar sifatini va mijozlarni jalb qilish usullarini doimiy ravishda yaxshilash istagiga asoslangan marketing kontseptsiyasi.

Kalit so'zlar: Tadbirkorlik, bozor, innovatsiya, marketing, innovatsion marketing, strategik marketing.

Аннотация. Инновационный маркетинг – это концепция маркетинга, основанная на стремлении предприятия постоянно улучшать качество продукции, услуг и методов привлечения клиентов.

Ключевые слова: Предпринимательство, рынок, инновации, маркетинг, инновационный маркетинг, стратегический маркетинг.

Abstract. Innovative marketing is a marketing concept based on the enterprise's desire to constantly improve the quality of products, services and methods of attracting customers.

Key words: Entrepreneurship, market, innovation, marketing, innovative marketing, strategic marketing.

Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda marketing innovatsiyalari muhim o'rin tutadi. Bozorga yoki mahsulot toifasiga kirish sizning biznesingizni yanada muvaffaqiyatli qilish imkonini beradi. Ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borishning zamonaviy usullaridan foydalanish, mijozlarni jalb qilish yangi mijozlarning o'sishini ta'minlaydi, korxonaning raqobatbardoshligini oshiradi. Innovatsion marketing - bu korxonaning mahsulot, xizmatlar sifatini va mijozlarni jalb qilish usullarini doimiy ravishda yaxshilash istagiga asoslangan marketing kontseptsiyasi. Biznesni rivojlantirish har doim savdo aylanmasining o'sishi, assortimentning kengayishi bilan



birga keladi. Yangi mahsulot yoki xizmatlarni malakali ishlab chiqmasdan buni amalga oshirish mumkin emas. Bozor yangiliklarini taqdim etmasdan va maqsadli auditoriyani jalb qilish tizimini takomillashtirmasdan, siz daromadni kamaytirishingiz mumkin, chunki raqobatchilar doimo olg'a siljib, turli reytinglarda birinchi o'rinlarni egallash va ko'proq xaridorlar va xizmatlar iste'molchilarini jalb qilish uchun yangi mahsulotlarni ishlab chiqishadi.

Innovatsion marketing nafaqat mahsulotlarni o'zgartirish, balki ularga maqsadli auditoriyani jalb qilish usullaridir. U talabni keltirib chiqaradi, uning asosiy vazifasi hozirgi va kelajakdagi mijozlarning istaklari va ehtiyojlarini qondirishdir. Bunday marketing tovarlar, xizmatlar va texnologik ishlanmalarni yaratishga nisbatan ijodiy g'oyalardan foydalanishga asoslanadi. Ushbu turdagi marketing ikki pozitsiyada ko'rib chiqiladi: 1. Biznes falsafasi sifatida. Marketing biznes mafkurasini taklif qiladi, uning maqsadi firmani innovatsiyalarni qo'llashda raqobatchilardan ustunlikka erishishga yo'naltirishdir. 2. Analitik jarayon sifatida. Marketing bozorni, raqobatchilar tushunchalarini o'rganish, iste'molchilarning xohish-istaklarini aniqlash, innovatsion tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talabning o'sishini bashorat qilishga qaratilgan turli xil tadqiqotlar o'tkazishni o'z ichiga oladi. Marketing innovatsiyalarni bozorga olib kirish bilan bog'liq muammolarni hal qiladi. Marketing innovatsiyasi - bu faoliyatni joriy etish yoki bilimlarning birligi, eng yangi mahsulot va xizmatlarni joriy etish bilan bevosita bog'liq bo'lgan jarayonlar majmui. Marketing innovatsiyalari orqali korxonaning raqobatbardoshligini oshirish amalga oshiriladi. Marketing va innovatsion faoliyatning o'zaro bog'liqligi innovatsion marketing kontseptsiyasini nazarda tutadi, uning maqsadi iste'molchining kam qondirilgan yoki yashirin ehtiyojlarini aniqlash, raqobatchilarning mahsulotlariga qaraganda ushbu ehtiyojlarni to'liq va samaraliroq qondiradigan yangi mahsulotlarni ishlab chiqish va sotishdir.

Innovatsion marketing turlari Marketing innovatsiyalari uch turga bo'linadi: Biznes yuritishning yangi usullari; Innovatsion tovarlar yoki xizmatlarni yaratish; Yangi maqsadli auditoriyani qidiring. Innovatsion marketing ikki turga bo'linadi:



1. Strategik. Marketologlar bu holda bozorni tahlil qiladilar, talabni tashkil qiladilar va mijozlarning xatti-harakatlarini bashorat qiladilar. Bozor tahlili va tashqi ta'sir omillaridan tashqari, marketing potentsial mijozlar auditoriyasini shakllantiradi. Vakillik namunalarini yaratish, telefon orqali so'rovlar va anketalar o'tkazish orqali respondentlarning afzalliklarini umumlashtirish amalga oshiriladi va ularning xohish-istaklari aniqlanadi. Biznes egasi mijozning xulq-atvorini, uning didini, uning ijtimoiy muhitini o'zgartirishini kuzatishi va kam amalga oshirilgan mumkin bo'lgan ehtiyojlarni aniqlashi kerak.

2. Operatsion. Ushbu turdagi marketing innovatsiyalarning strategik marketingi kontseptsiyalarini amalga oshirishning muayyan shakllarini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. U bozordagi innovatsion hayot tsiklining bosqichlari bilan bevosita bog'langan. Uning boshlanishini aniqlash alohida ahamiyatga ega. Zamonaviy marketingni raqamli marketing usullaridan foydalanish asosida farqlash mumkin:

- ❖ BigData-dan foydalanish
- ❖ Konversiyani oshirish;
- ❖ Reklama taassurotlari (ijtimoiy tarmoqlarda retargeting);
- ❖ Kontekstli reklama;
- ❖ Internetda PR;
- ❖ Crm-marketing;

imoiy takror ishlab chiqarish jarayonida iste'molchining o'rni bilan uzviy bog'liqdir. Hozirgi vaqtda bozorda raqobatbardoshlikni saqlash masalasi ayniqsa dolzarb bo'lib, bu erda tizimli marketingning rolini e'tiborsiz qoldirib bo'lmaydi. Korxonalarning raqobatbardoshligi ko'plab omillarga bog'liq, demak, zamonaviy menejment nafaqat resurslardan samarali foydalanish va qayta taqsimlashni, balki bozor kon'yunkturasini va bozorda hukmronlik qiluvchi nisbatlarni hisobga olishni ham talab qiladi. Aynan raqobatning kuchayishi innovatsion marketingning paydo bo'lishi va rivojlanishining omillaridan biriga aylandi.

**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:**

1. Furqatovna O. N., Niyozovna N. I., Nutfulloyevna A. H. Approaches aimed at ensuring a high quality of education in the training of economists //Journal of Ethics and Diversity in International Communication. – 2022. – Т. 2. – №. 3. – С. 78-83.
2. Abdullayeva, H. (2023). Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlikni rejalashtirishning nazariy-uslubiy asoslari. центр научных публикаций (buxdu.Uz), 37(37).
извлечено от https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/10166
3. Abdullayeva, H. (2023). Innovative Approaches to the Use of Digital Technologies in the Economy. Центр научных публикаций (buxdu.Uz),
4. Abdullayeva, H. (2023). Accounting in enterprises in the digital economy. центр научных публикаций (BuxDU.Uz), 27(27).
извлечено от https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/8649
5. Abdullayeva, H. (2022). Вопросы повышения эффективности работы высших учебных заведений. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.Uz), 25(25).
6. Хаирова Д. Р., Сайфуллаева М. И. Оценка экспортного потенциала цементной промышленности Узбекистана //Инновационная экономика. – 2014. – С. 206-208.
7. Rimovna K. D., Ismatovna S. M. Innovative marketing solutions and their efficiency in determining the market capacity of construction products //International scientific conferences with higher educational institutions. – 2022. – Т. 1. – №. 25.10. – С. 52-57.
8. Sayfullayeva M., & Xairova Д. (2023). Qurilish industriasida korporativ boshqaruv: rivojlanish yo'nalishlari, muammo va o'ziga xos xususiyatlari. Iqtisodiyot Va ta'lim, 24(2), 115–120.
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining rasmiy sayti <https://stat.uz/ru/>