**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ**
**ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ**

**“МАГИСТРАТУРА” БЎЛИМИ**

**“МАРКЕТИНГ” КАФЕДРАСИ**

*Қўлёзма ҳуқуқида*
*УДК:339.138:658:33М(575.1)*

**УСМОНОВА ДИЁРА МАХМУД ҚИЗИ**

# Корхоналарнинг ташқи бозорга чиқиш бўйича маркетинг стратегияси

5А230401- "Маркетинг(товарлар ва хизматлар)" мутахассислиги

Магистр
академик даражасини олиш учун ёзилган
диссертация

**Илмий раҳбар: и.ф.д., проф. Суюнов Д.Х.**

**ТОШКЕНТ – 2018**

Диссертация ишида корхоналарнинг ташқи бозорга чиқиш бўйича маркетинг стратегиясини назарий ва услубий асослари ўрганилган. "Ўзбекозиқовқатхолдинг" холдинг компаниясининг маркетинг ва рақобатбардошлик ҳолати таҳлили берилган, компанияга тегишли корхоналарда маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш бўйича амалий тавсиялар ишлаб чиқилган.

In the dissertation theoretical and methodological bases of marketing strategies of enterprises on external market are studied. Analysis of marketing and competitiveness of the holding company "Uzbekoziqovkatkholding" is provided, and the company has developed practical recommendations for the development of marketing strategies at the enterprises.

Диссертация иши "Маркетинг" кафедрасидан дастлабки ҳимоядан 2018 йил "16" май 3 -сонли баённома билан ўтган.

Илмий раҳбар: проф. Суюнов Д.Х. ________ 12.05.18
имзо ой, кун

Магистр: Усмонова Д.М. ________ 10.05.18
имзо ой, кун

## МУНДАРИЖА

**КИРИШ**........................................................................................ 4

**1-БОБ. КОРХОНАЛАРНИНГ ТАШҚИ БОЗОРГА ЧИҚИШ БЎЙИЧА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИНГ НАЗАРИЙ ВА УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ**.................................. 11

1.1. Маркетинг стратегиясининг мазмуни, моҳияти ва аҳамияти........................................................................................ 11

1.2. Корхонанинг ташқи бозорга чиқиш бўйича маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишнинг ўзига хос хусусиятлари...... 18

1.3. Корхонани ташқи бозорга чиқиш бўйича маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш кетма - кетлиги......................... 23

Биринчи боб бўйича хулоса........................................................ 26

**2-БОБ. "ЎЗБЕКОЗИҚОВҚАТХОЛДИНГ" ХОЛДИНГ КОМПАНИЯСИНИНГ ХЎЖАЛИК ВА МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИ ТАҲЛИЛИ**.................................................... 28

2.1. «Ўзбекозиқовқатхолдинг» холдинг компаниясининг хўжалик фаолиятига иқтисодий тавсифнома............................................ 28

2.2. «Ўзбекозиқовқатхолдинг» холдинг компанияси корхоналарининг маркетинг ва экспорт фаолияти таҳлили....... 33

2.3. «Ўзбекозиқовқатхолдинг» холдинг компанияси корхоналарининг ташқи бозорга чиқиш бўйича маркетинг стратегиясидан фойдаланиш ҳолати.......................................... 42

Иккинчи боб бўйича хулоса........................................................ 50

**3-БОБ. «ЎЗБЕКОЗИҚОВҚАТХОЛДИНГ» ХОЛДИНГ КОМПАНИЯСИ КОРХОНАЛАРИНИНГ ТАШҚИ БОЗОРГА ЧИҚИШ БЎЙИЧА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИ**.................................................................. 52

3.1. Инновацион иқтисодиёт шароитида корхонанинг ташқи бозорга чиқиш бўйича маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш.................................................................................... 52

3.2. «Ўзбекозиқовқатхолдинг» холдинг компанияси корхоналарининг ташқи бозорга чиқиш бўйича маркетинг стратегиясини амалга ошириш йўллари....................................... 57

Учинчи боб бўйича хулоса.......................................................... 66

**ХУЛОСА** .................................................................................... 68

**ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ**.................. 71

# КИРИШ

**Магистрлик диссертацияси мавзусининг долзарблиги ва асосланиши.** Ўзбекистонда амалга оширилаётган кенг кўламли ислоҳотларнинг бош мақсади – кучли, рақобатбардош миллий иқтисодиётни яратиш ва шунинг ҳисобидан аҳоли фаровонлигини мунтазам ошириб боришдир. Бу ўринда реал сектор корхоналари фаолиятини ривожлантириш, уларнинг иқтисодиётдаги вазифалари рақобат муҳитини таъминлашдан, йирик корхоналар учун маҳсулот ва хизматлар етказиб беришдан, янги иш ўринларини яратишдан, бозор тизимининг мослашувчанлигини оширишдан, ресурсларни ишлаб чиқаришга сафарбар этишдан, солиқ тушумининг ўсишини таъминлашдан, корхоналарнинг экспорт салоҳиятини оширишдан, аҳоли даромадлари даражасини барқарорлаштиришдан иборатдир. Шу мақсадда Давлатимиз раҳбарининг 2017 йил 7 февралдаги Фармони билан тасдиқланган 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш бўйича, "...ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштиришни рағбатлантириш сиёсатини давом эттириш ҳамда, энг аввало, истеъмол товарлар ва бутловчи буюмлар импортининг ўрнини босиш, тармоқлараро саноат кооперациясини кенгайтириш"[1] ни ифодаловчи устувор йўналиши реал сектор корхоналари фаолиятини ривожлантиришда, уларда истеъмол товарлари ишлаб чиқаришда, хизматлар кўрсатишда катта аҳамиятга эгадир. Эндиликда шу корхоналар фаолиятига инновацияларни киритиш, улар орқали бозорларни истеъмол товарлари ва хизматлари билан тўлдириш, аҳоли эҳтиёжларини тўлароқ қондиришда маркетингни роли каттадир. Корхоналарнинг ҳозирги рақобатда ютиб чиқишларининг асосий шарти, ушбу субъектлар фаолиятида маркетинг

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги "2017-2021 йиллардаги Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси" тўғрисидаги ПФ-4947-сонли Фармони. – Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й. www.lex.uz.