

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
QISHLOQ XO‘JALIGI VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT AGRAR UNIVERSITETI

Qo‘lyozma huquqida

UDK: 338.067.47.744

MAMATQOBILOV SHERALI NORMUMINOVICH

**KORXONALARNI SAMARALI BOSHQARISHDA MARKETING
STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.13-Menejment

08.00.11-Marketing

iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)

ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar: i.f.d., prof. Allayarov Sh.A

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
I BOB. ZAMONAVIY MARKETING STRATEGIYALARI ORQALI KORXONANI SAMARALI BOSHQARISHNING ILMIY-NAZARIY VA TASHKILIY ASOSLARI.....	12
1.1. Zamonaviy marketing strategiyalari, ularning mazmun-mohiyati va ilmiy-nazariy asoslari.....	12
1.2. Korxonalarni samarali boshqarishning tashkiliy jihatlari.....	26
1.3. Korxonani samarali boshqarishda zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanishning zarurati va ahamiyati.....	37
I bob bo'yicha xulosa.....	48
II BOB. KORXONANI ZAMONAVIY MARKETING STRATEGIYALARI ORQALI SAMARALI BOSHQARISH TAHLILI.....	51
2.1. O'zbekiston to'qimachilik sanoatining rivojlanish tendensiyalarini baholash.....	51
2.2. To'qimachilik korxonalarida strategik boshqaruv holati tahlili.....	61
2.3. Korxonani zamonaviy marketing strategiyalari orqali samarali boshqarishning xorij tajribalari.....	76
II bob bo'yicha xulosa.....	91
III BOB. ZAMONAVIY MARKETING STRATEGIYALARI ORQALI KORXONANI SAMARALI BOSHQARISH YO'NALISHLARI.....	94
3.1. Korxonani boshqarishda zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish.....	94
3.2. Korxonani samarali boshqarishda o'zaro munosabatlar marketingi strategiyasidan foydalanish.....	103
3.3. Korxonani boshqarishda zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanishga ta'sir etuvchi omillarni ekonometrik modellashtirish va prognozlash.....	117
III bob bo'yicha xulosa.....	130
XULOSA.....	132
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.....	135
ILOVALAR.....	153

KIRISH

Tadqiqot mavzusining dolzarbligi. Rivojlangan davlatlar tajribasidan ma'lumki, korxonalarni samarali boshqarishda zamonaviy marketing strategiyalarini ishlab chiqish, ularni amaliyotda qo'llash orqali korxonalarning faoliyatini rivojlantirish muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Dunyo miqyosida iste'molchilarga nisbatan global raqobatning tobora kuchayib borishi sharoitida korxonalarni samarali boshqarishda zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanishga alohida ahamiyat berilmoqda. Jahon miqyosida 2023 yil uchun global iqtisodiyotning COVID-19 pandemiyasidan oldingi prognozga nisbatan qariyb 4,7 trillion dollar defitsit kuzatilgan bo'lib, global iqtisodiyot hali ham COVID-19 ning iqtisodiy ta'siridan to'liq tiklanmagan, va 2025 yilga kelib, YaIM darajasi 2,5 trillion dollardan past bo'lishi prognoz qilinmoqda¹. Bugungi kunda korxonalarda nafaqat o'zining iqtisodiy rivojlanishini, balki global iqtisodiyotning tiklanish jarayonini ham hisobga olib, iqtisodiy barqaror rivojlanishlari uchun innovatsion yondashuvlar va zamonaviy marketing strategiyalarni ishlab chiqish zaruriyati paydo bo'lmoqda.

Xalqaro amaliyotda hozirgi vaqtda korxonalarning ko'pchiligi o'z taraqqiyotining konsepsiyasini, strategiyasini hamda dasturini ishlab chiqishi zarurligi ta'kidlanadi. Har qanday korxonaning uzoq muddatli yutuqlari ishlab chiqilgan strategiyaga bog'liq bo'ladi. Agar korxonaning rivojlanish strategiyasi bo'lmasa u yoki bu xatoliklar bilan ishlab chiqilgan bo'lsa, bu hol korxonaga bozorda barqaror va mustahkam o'rin egallash uchun imkon bermaydi. Zamonaviy ilm-fan va amaliyot strategik rejalashtirish hamda boshqarishning katta tajribasiga ega, ammo ko'pgina strategiyalar haligacha tashqi va ichki muhitning o'zgaruvchan shart-sharoitlariga moslasha olmayapti. Bu hali hanuzgacha strategik boshqarishning barcha muammolari ham o'z yechimini topmaganligini ko'rsatadiki, bunday hol, birinchi navbatda, korxona rivojlanishi strategik barqarorligining mexanizmlarini ishlab chiqish bilan bog'liqligini ko'rsatmoqda².

¹ Jahon banki ma'lumotlari asosida tayyorlandi. Manba: <http://www.worldbank.org>.

² Nasimov B. Korxonalar faoliyatini strategik boshqarish samaradorligi. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. № 1, yanvar-fevral, 2019 yil. Kaplan R.S., Norton D.P. Organizatsiya, oriyentirovannaya na

2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "iqtisodiyot tarmoqlarida barqaror yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash orqali kelgusi besh yilda aholi jon boshiga yalpi ichki mahsulotni - 1,6 baravar va 2030 yilga borib aholi jon boshiga to'g'ri keladigan daromadni 4 ming AQSH dollaridan oshirish hamda "daromadi o'rtachadan yuqori bo'lgan davlatlar" qatoriga kirish uchun zamin yaratish hamda milliy iqtisodiyot barqarorligini ta'minlash va yalpi ichki mahsulotda sanoat ulushini oshirishga qaratilgan sanoat siyosatini davom ettirib, sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmini 1,4 baravarga oshirish³" alohida belgilangan. Ushbu vazifalarning samarali ijrosini ta'minlash korxonalarning milliy iqtisodiyotda qo'shimcha qiymat yaratish vazifasini to'laqonli bajarishida ularning boshqaruv faoliyatini zamonaviy strategiyalarni qo'llash orqali rivojlantirish, korxonalarning amaldagi boshqaruv mexanizmlarini yanada takomillashtirish va samaradorligini oshirish, ushbu yo'nalishda ilg'or xorijiy tajribalarni o'rganish va korxonalarning marketing strategiyalarini ilg'or xorijiy tajribalar asosida "strategiyalash" borasida kompleks ilmiy-tadqiqotlarning olib borilishi ushbu yo'nalishdagi ustuvor vazifa va muammolarning ilmiy asoslangan yechimlarini topishga xizmat qilishi mazkur tadqiqot ishi mavzusining dolzarbligini ko'rsatadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmoni, Vazirlar Mahkamasining 2021 yil 29 martdagi "2021-2025 yillarda davlat ishtirokidagi korxonalarni boshqarish va isloh qilish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi 166-son, 2003 yil 19 apreldagi "Xususiylashtirilgan korxonalarni korporativ boshqarishni takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 189-son qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentabrdagi "O'zbekiston - 2030 strategiyasi to'g'risida" PF-158-son Farmoni, shuningdek, mazkur sohaga tegishli boshqa me'yoriy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda mazkur dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada

strategiyu. Kak v novoybiznes-srede preuspevayut organizatsii, primenyayushiye sbalansirovannuyu sistemu pokazateley/per.sangl.M.: ZAO Olimp-Biznes. 2004-416 b.

³ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/5841063>

xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublikada fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Mazkur dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. “Demokratik va huquqiy jamiyatni ma’naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Marketing strategiyalari orqali korxonani samarali boshqarish, korxonalar faoliyati samaradorligini ta’minlashda marketing startegiyalarni ishlab chiqish va ularning zarurligi kabi masalalar F.Kotler, F.Taylor, G.Armstrong, M.E.Porter, P.F.Drucker, H.Fayol, M.A.Schilling, W. O.Walker, J.Mullins, S.Ellis, M.Brown, S.Godin R.S.Kaplan, D.P.Norton, I.Ansoff, M.Porter, L. A.Kravchenko, P.D.Kuznetsov, V.L.Kvint⁴ va boshqa olimlarning ilmiy ishlarida tavsiflangan.

MDH olimlari P.Doyil, A.I.Kovalev, V.V.Voylenko, P.E.Golubkov, A.V.Zavgorodnya, D.O.Yampolskaya⁵ va boshqalar tomonidan ham marketing strategiyalari orqali korxonani samarali boshqarish masalalariga doir tadqiqotlar olib borilgan.

Mahalliy iqtisodchi - olimlar va mutaxassislar Sh.J.Ergashxodjayeva,

⁴ Kotler, F., & Armstrong, G. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, p-720. Taylor, F. W. (1911). *The Principles of Scientific Management*. Harper & Row. Qayta nashr 2006. 287 – bet. Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press. P-993. Drucker, P. F. (2001). *Management Challenges for the 21st Century*. HarperBusiness. P-288. Henri Fayol “General and Industrial Management” (1916). Qayta nashr 2015. 148 – bet. Melissa A. Schillingning “Strategic Management of Technological Innovation” (2019) p- 368. Orville Walker, John Mullins. "Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach", 2021. P-393. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. “Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital”. 2016. P-208. Seth Godin. “This Is Marketing: You Can’t Be Seen Until You Learn to See” (2019). P-288. Kaplan R.S., Norton D.P. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей/пер.сангл.М.: ЗАО Олимп-Бизнес. 2004-416 б.; Ансоффи. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 358 с.; Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ./ Под.ред. В.Д. Шетинина. – М. Международные отношения, 1993. – 64 б; Кравченко Л. А., Кузнецов П. Д. Маркетинговая стратегия как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия. Учение записки Кримского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. Том 2 (68). 2016 г. № 4. S. 63–69. Kvint V.L. Strategiyalash nazariyasi va amaliyoti [Tekst]: daydjest. / V.L.Kvint.- Toshkent:Tasvir, 2018.-160 b.

⁵ Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 3-е изд. / пер с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. Санкт-Петербург, 2002. с 538, с. 42. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. 2-е изд., перераб. и доп. Москва, 2000, с. 109. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М., 2003, с. 58. Завгородняя А.В., Ямпольская Д.О. “Маркетинговое планирование”, Санкт-Петербург, 2002, с. 68.

M.A.Ikramov, S.To‘raqulov, A.Rasulov, B.Saidov, S.Akilov, R.S.Muratov, I.A.Djalolova, S.Sh.Oripov, I.O.Ulashev, Sh.A.Atamuradov, G.Sh.Xonkeldiyeva, R.R.Abduraupov, B.V.Nasimov⁶ va boshqalarning ilmiy izlanishlarida korxonalar faoliyatini samarali boshqarish, marketing strategiyalarini ishlab chiqish va ulardan samarali foydalanish, korxonalarning boshqaruvini tashkillashtirishda marketing strategiyalaridan foydalanish kabi jihatlar o‘rganilgan. Lekin, zamoanviy marketing strategiyalari orqali korxonalarning boshqaruv faoliyatini takomillshatrishda ilg‘or xorijiy tajribalardan foydalanish, korxonalarning tarmoq va sohaviy imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda zamonaviy tendensiyalar asosida marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkoniyatlari borasida alohida ilmiy-tadqiqotlari olib o‘rganilmaganligi mazkur sohada ilmiy-tadqiqotlar olib borish, ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqish zarurligini anglatadi.

Tadqiqotning maqsadi zamonaviy marketing strategiyalari orqali korxonani samarali boshqarish yo‘nalishlari bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. Normativ-huquqiy hujjatlar va metodologik ahamiyatga molik nashrlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi. –T.: Adolat, 2023-y.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 14-dekabrdagi O‘zbekiston To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati korxonalari “O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasini tashkil etish to‘g‘risidagi qarori PF-5285-son.

⁶ Sh.Ergashxodjayeva. “Marketing” darsligi. 2018-yil. “Iqtisodiyot” nashriyoti. 320 bet. To‘raqulov S. “Marketing” darslik. “Iqtisodiyot”. 2014. 384-bet. Rasulov A. “Marketing: nazariya va amaliyot” darslik. 2011-yil. Iqtisodiyot. 312 bet. Saidov B. “Marketing asoslari” darslik. “Iqtisodiyot”. 2010. 380 bet. Akilov S. “Marketing” darslik. “Iqtisodiyot”. 2013. 336 bet. Ahmedov O. “Marketing” darslik. Akademiya. 2011. 347 bet. Muratov R.S., Djalolova I.A., Oripov S.Sh. Korxona iqtisodiyoti. Darslik– Toshkent, 2014- 35-b. 6. Ulashev I.O., Atamuradov Sh.A. Korxona iqtisodiyoti va menejmenti. O‘quv qo‘llanma. Toshkent-2013, 24-b. 7.; Xonkeldiyeva G.Sh. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida korporatsiyalarni boshqarishning ilmiy-metodologik asoslari. Iqt.fanlari doktori ilm daraja olish uchun yozilgan diss. avtoref.-Toshkent, 2018-71 b.; Abduraupov R.R. O‘zbekistonda xorijiy investitsiyali korxonalar iqtisodiy salohiyatini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish. Iqt.fanlari doktori ilm daraja olish uchun yozilgan diss. avtoref.Toshkent, 2017 y.-70 b.; Nasimov B. Korxonalar faoliyatini strategik boshqarish samaradorligi. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 1, yanvar-fevral, 2019 yil.