

HUDUDIY SANOAT KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSION MARKETING USULLARINING ROLI

Raxmonova Feruza Musaqulovna

Mirzo Ulug‘bek nomidagi Samarqand davlat
arxitektura-qurilish universiteti,

“Biznes boshqaruvi” kafedrası dotsenti v.b.

E-mail: feruzaraxmonova1976@gmail.com

ORCID: 0009-0001-4700-4207

Annotatsiya

Mazkur maqolada hududiy sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion marketing usullarining roli tahlil qilindi. Innovatsion marketing vositalari, jumladan raqamli marketing, ma‘lumotlarga asoslangan strategiyalar va mijozlar bilan interaktiv aloqalar korxonada faoliyatiga ta‘sir o‘rganildi. Tahlil natijasida innovatsion marketingni joriy etgan korxonalarda bozor ulushi, mijozlar soni va moliyaviy ko‘rsatkichlar o‘sgani aniqlandi. Marketing xarajatlari samaradorligi oshgani kuzatildi. Innovatsion marketing usullarini tizimli qo‘llash korxonalarining barqaror rivojlanishi va raqobat ustunligini ta‘minlashda muhim omil ekanligi asoslandi.

Kalit so‘zlar: innovatsion marketing, sanoat korxonalari, raqobatbardoshlik, raqamli marketing, bozor ulushi, mijozlar, samaradorlik, marketing strategiyasi.

Аннотация

В статье проанализирована роль инновационных маркетинговых методов в повышении конкурентоспособности региональных промышленных предприятий. Изучено влияние инструментов инновационного маркетинга, включая цифровой маркетинг, стратегии на основе данных и интерактивное взаимодействие с клиентами, на деятельность предприятий. В результате анализа установлено, что внедрение инновационного маркетинга способствовало росту доли рынка, увеличению числа клиентов и улучшению финансовых показателей. Также выявлено повышение эффективности маркетинговых затрат. Обосновано, что системное применение инновационных маркетинговых методов является важным фактором устойчивого развития и обеспечения конкурентных преимуществ предприятий.

Ключевые слова: инновационный маркетинг, промышленные предприятия, конкурентоспособность, цифровой маркетинг, доля рынка, клиенты, эффективность, маркетинговая стратегия.

Abstract

This article analyzed the role of innovative marketing methods in increasing the competitiveness of regional industrial enterprises. The impact of innovative marketing tools, including digital marketing, data-driven strategies, and interactive customer engagement, on enterprise performance was examined. The results showed that the implementation of innovative marketing led to an increase in market share, customer base, and financial indicators. An improvement in marketing cost efficiency was also observed. The study confirmed that the systematic application of innovative marketing

methods is a key factor in ensuring sustainable development and competitive advantage of enterprises.

Keywords: innovative marketing, industrial enterprises, competitiveness, digital marketing, market share, customers, efficiency, marketing strategy.

KIRISH

Global iqtisodiyotning keskin raqobatlashuvi va texnologik yangiliklarning tez rivojlanishi hududiy sanoat korxonalarining faoliyatida innovatsion marketingning ahamiyatini yanada oshirmoqda. Yangi mahsulotlar yaratish va ularni samarali tarzda bozorga chiqarish raqobatbardoshlikni ta'minlashning muhim omiliga aylangan. Mijozlarning ehtiyojlarini to'g'ri aniqlash va raqobat muhiti sharoitida korxonalarining barqaror rivojlanishini ta'minlash masalalari dolzarb hisoblanadi.

Tadqiqot muammosi sifatida hududiy sanoat korxonalarida innovatsion marketing usullarining qo'llanilishi va uning biznes rivojlanishi hamda raqobatbardoshlikka ta'siri ko'rib chiqiladi. Hozirgi kunda mahsulot innovatsiyalarini samarali joriy etish, marketing strategiyalarini yangilash hamda texnologik yangiliklarni kiritish borasida bir qator muammolar mavjud.

Tadqiqotning maqsadi - hududiy sanoat korxonalarining faoliyatida innovatsion marketingni takomillashtirish orqali raqobatbardoshlik va bozor muhiti sifatini oshirish yo'llarini aniqlashdan iborat [5,3].

Vazifalar:

- mahalliy sanoat sohasiga oid bozor tahlillarini o'tkazish;
- raqobat ustunligini oshirishda innovatsion mahsulotlarning rolini o'rganish;
- marketing kommunikatsiyalari va texnologik yangiliklarni joriy etish bo'yicha xulosalar chiqarish;
- biznes rivojlanishini rag'batlantirish imkoniyatlarini aniqlash.

Iqtisodiyotda sanoat ulushi ortib borayotgan sharoitda raqobat muhiti murakkablashmoqda. Masalan, 2023 yil statistik ma'lumotlariga ko'ra, xaridorlarning 65% dan ortig'i mahsulot tanlashda innovatsion yechimlarni ustun qo'yimoqda. Bu esa marketing strategiyalarini modernizatsiya qilishni katta ahamiyatga ega qiladi. Shu bois ushbu ilmiy izlanishlar mahalliy korxonalarining zamonaviy talablar bilan moslashuvi va raqobatbardoshligini mustahkamlashda muhim rol o'ynaydi [3],[5].

ADABIYOTLAR SHARHI

Innovatsion marketing tushunchasi va uning rivojlanishi Kotler va Keller marketingning innovatsion usullari sifatida raqamli marketing, ma'lumotlarni tahlil qilish va mijozlarga shaxsiy yondashuvni ta'kidlashgan [5]. Innovatsion yondashuvlar raqobatbardoshlikni oshirishda asosiy vosita hisoblanadi.

Hududiy sanoat korxonalarida qo'llanilishi. O'zbekiston va Markaziy Osiyo sharoitida hududiy korxonalar uchun innovatsion marketing strategiyalari haqida Tadqiqotchi Xoldorov joylashtirgan maqolasida, texnologik yangiliklarni joriy etish va bozor talablariga moslashish raqobatbardoshlikni yaxshilashga hissa qo'shishini ta'kidlaydi [2,1].

Raqobatbardoshlikka ta'siri. Porter raqobat strategiyalari doirasida innovatsion marketingning muhimligini ko'rsatgan. Unga ko'ra, mahalliy sanoat korxonalarini innovatsion mahsulot va xizmatlarni reklama qilish, mijoz bilan munosabatlarni rivojlantirish orqali bozorda o'z o'rnini mustahkamlashi mumkin [3],[1].

Amaliy misollar va tahlillar. Xalqaro marketing amaliyotlarida innovatsion yondashuvlar samaradorligi haqida bir qancha ishlar mavjud (Chaffey,; McDonald,). Bu tadqiqotlarda raqamli platformalar va Big Data tahlilidan foydalanish samaradorligi ko'rsatilib, hududiy korxonalar uchun ham mos kelishi ta'kidlanadi.

METODOLOGIYA

Hududiy sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion marketing usullarining rolini o'rganish uchun quyidagi metodologik yondashuvlar qo'llanildi:

1. Tahliliy metod Adabiyotlarni, ilmiy maqolalar, amaliy tadqiqotlar hamda statistik ma'lumotlarni tahlil qilish orqali innovatsion marketingning asosiy tamoyillari va uni hududiy sanoat korxonalariga tatbiq etish usullari o'rganildi.

2. Kuzatuv va solishtirma metod Hududiy sanoat korxonalarini faoliyatida qo'llanilayotgan an'anaviy va innovatsion marketing usullarini taqqoslash orqali samaradorligini baholash amalga oshirildi.

3. So'rovnoma va intervyu metodlari Sanoat korxonalarini rahbarlari va marketing bo'limi xodimlari o'rtasida o'tkazilgan so'rovnoma va suhbatlar orqali innovatsion marketing usullarining amaliy qo'llanilishi va uning raqobatbardoshlikka ta'siri haqida ma'lumotlar yig'ildi.

4. Statistik va iqtisodiy tahlil Korxonalarining moliyaviy ko'rsatkichlari va bozor ulushi o'zgarishlari asosida innovatsion marketing yondashuvlarining samaradorligi statistik usullar bilan baholandi.

5. Kazyus Hududiy sanoat korxonalarining innovatsion marketingni qo'llagan real misollari asosida chuqur tahlil qilinib, ularning raqobatbardoshlik darajasi va o'sish tendensiyalari o'rganildi [4],[2].

TAHLIL VA NATIJALAR

Innovatsion marketing samaradorligi. Innovatsion marketing usullari - raqamli marketing, ma'lumotlarga asoslangan marketing strategiyalari, mijozlar bilan interaktiv aloqalar, va yangi mahsulotni bozorga chiqarish usullari korxonalar faoliyatida sezilarli o'zgarishlar yaratmoqda. Bu usullar bozordagi joyini mustahkamlash va yangi mijozlarni jalb qilishda an'anaviy marketingdan yuqori samaradorlik ko'rsatmoqda.

Raqobatbardoshlikni oshirishda ta'siri. Innovatsion marketing korxonalariga raqobatchilardan ajralib turish imkonini beradi. Mijozlarning ehtiyojlarini aniqroq tushunish va ularga mos xizmat ko'rsatish orqali korxonaning bozor ulushi ortadi, ishlab chiqarish hamda xizmat sifatini yaxshilashga yordam beradi.

Moliyaviy ko'rsatkichlardagi o'zgarishlar. Tahlil qilingan hududiy sanoat korxonalarida innovatsion marketingni tatbiq etganlarida daromad va foyda

ko'rsatkichlarida 10-20%ga yaqin o'sish kuzatilgan. Bu esa ushbu usullarni joriy qilish samarali investitsiya ekanligini ko'rsatadi [7],[4].

Ilmiy-amaliy maslahatlar natijalari shuni ko'rsatadiki, korxonalar innovatsion marketingni doimiy rivojlantirib borishi, xususan, raqamli kanallar va mijozlar ma'lumotlar bazasi bilan ishlashni kuchaytirishi lozim. Shuningdek, xodimlarni zamonaviy marketing texnologiyalari bo'yicha muntazam o'qitish va tajriba almashish muhimdir.

Mintaqaviy rivojlanishga ta'siri. Hududiy sanoat korxonalarini innovatsion marketing orqali o'z raqobatbardoshligini oshirganda, nafaqat o'zining, balki butun hudud iqtisodiyotining rivojlanishiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Bu esa mintaqaviy sanoat salohiyatini oshirishga xizmat qiladi. Xulosa qilib aytishimiz kerakki, Innovatsion marketing usullari hududiy sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Ularning faol qo'llanilishi korxonalariga bozorda barqaror o'rin egallash, moliyaviy ko'rsatkichlarni yaxshilash va raqamli asrda muvaffaqiyat qozonish imkonini beradi. Shu bois, innovatsion marketing strategiyalarini doimiy rivojlantirish va amaliyotda keng tatbiq etish tavsiya etiladi.

Quyida hududiy sanoat korxonalarida innovatsion marketing usullarining qo'llanilishi va natijalari bo'yicha jadval va diagramma shaklida ma'lumot taqdim etilgan [2],[1]. Ushbu jadval va diagramma maqolamizning asosiy tahliliy ko'rsatkichlarini oson tushunishga yordam beradi.






1-jadval.

Innovatsion marketingning sanoat korxonalaridagi ta'siri¹

Csv	Ko'rsatkichlar	An'anaviy marketing, foizda	Innovatsion marketing, foizda	O'sish foizi
1.	Bozor ulushi	15	25	66.7
2.	Mijozlar soni	1 000	1 500	50
3.	Daromad, mln so'm	500	600	20
4.	Foyda, mln so'm	50	65	30
5.	Marketing xarajatlar samaradorligi	1	1.5	50

2-jadval.

Innovatsion marketing natijalarining o'sish ko'rsatkichlari, foizda²

Bozor ulushi		66.7
Mijozlar soni		50
Daromad		20
Foyda		30
Marketing samaradorligi		50

¹ Muallif ishlanmasi

² Muallif ishlanmasi

Innovatsion marketingning sanoat korxonalaridagi ta'siri va natijalarining o'sish ko'rsatkichlaridan quyidagilar aniqlandi:

- bozor ulushi va mijozlar sonida katta o'sish kuzatilgan (50-66% atrofida), bu innovatsion marketingning asosiy ijobiy ta'sirini ko'rsatadi.

- daromad va foyda ko'rsatkichlari ham sezilarli darajada o'sib, korxonalar moliyaviy holatining yaxshilanishini tasdiqlaydi.

- marketing xarajatlari samaradorligi 50% ga oshgan, ya'ni innovatsion usullar xarajatlarni samarali qilishda yordam beradi [10].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari hududiy sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion marketing usullari muhim strategik omil ekanini ko'rsatdi. Tahlillar shuni tasdiqladiki, zamonaviy bozor sharoitida mahsulot sifati va ishlab chiqarish hajmining o'zi yetarli emas. Korxonaning bozordagi muvaffaqiyati iste'molchi ehtiyojini aniq aniqlash, maqsadli segment bilan samarali ishlash, raqamli kommunikatsiyalarni to'g'ri yo'lga qo'yish va innovatsion marketing vositalarini izchil qo'llash bilan bevosita bog'liq.

Innovatsion marketing korxonalariga bir vaqtning o'zida bir necha yo'nalishda ijobiy natija beradi. Birinchidan, innovatsion marketing mahsulot va xizmatlarni bozorda to'g'ri joylashtirish imkonini yaratadi. Ikkinchidan, u xaridorlar bilan barqaror aloqani shakllantirib, ularning talab va afzalliklariga mos takliflarni ishlab chiqishga yordam beradi. Uchinchidan, bunday yondashuv korxonaning bozor ulushini kengaytiradi, daromad va foyda ko'rsatkichlarini oshiradi hamda umumiy marketing xarajatlarning samaradorligini yaxshilaydi.

Innovatsion marketingdan foydalangan hududiy sanoat korxonalarida bozor ulushi, mijozlar soni, daromad va foyda ko'rsatkichlari sezilarli o'sganini ko'rsatdi. Raqamli marketing, ma'lumotlarga asoslangan segmentatsiya, interaktiv kommunikatsiya va innovatsion mahsulotlarni bozorga chiqarish usullari korxonalar faoliyatida amaliy samara bergani kuzatildi. Bu holat innovatsion marketingni nafaqat reklama vositasi, balki korxonalar rivojlanishining muhim boshqaruv instrumenti sifatida baholash zarurligini ko'rsatadi.

Hududiy sanoat korxonalarida innovatsion marketingni joriy etish mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishga ham ijobiy ta'sir ko'rsatishi asoslandi. Korxonalarining raqobatbardoshligi oshgani sari ularning ishlab chiqarish faolligi kengayadi, bozordagi mavqeyi mustahkamlanadi, yangi ish o'rinlari yaratiladi va hududiy sanoat salohiyati ortadi. Innovatsion marketing alohida korxonalar darajasidagi vosita bo'lish bilan birga, mintaqaviy iqtisodiy o'sishni qo'llab-quvvatlovchi amaliy mexanizm sifatida ham namoyon bo'ladi.

Hududiy sanoat korxonalarida marketing faoliyatini an'anaviy yondashuvdan innovatsion modelga bosqichma-bosqich o'tkazish zarur. Bunda bozor tahlili, iste'molchi xulq-atvori, raqamli platformalar va ma'lumotlar bilan ishlash tizimi marketing qarorlarining asosiy tayanchiga aylanishi lozim. Korxonalar marketing strategiyasini ishlab chiqishda qisqa muddatli sotuv natijalaridan tashqari uzoq muddatli raqobat ustunligini ham asosiy mezon sifatida qabul qilishi kerak.

Korxonalarda raqamli marketing vositalaridan foydalanish ko‘lami kengaytirilishi lozim. Korporativ veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, elektron savdo platformalari, CRM tizimlari va mijozlar bazasi bilan ishlash texnologiyalari hududiy sanoat korxonalarining kundalik faoliyatiga faol joriy etilishi kerak. Bu nafaqat xaridor bilan muloqotni kuchaytiradi, balki marketing qarorlarini tezkor va aniq qabul qilish imkonini ham oshiradi.

Innovatsion marketing bo‘yicha kadrlar salohiyatini mustahkamlash zarur. Ko‘plab korxonalarda marketing bo‘limlari mavjud bo‘lsa-da, zamonaviy analitik vositalar, raqamli reklama, ma‘lumotlarga asoslangan strategiya va mijozlar bilan individual ishlash bo‘yicha amaliy ko‘nikmalar yetarli darajada shakllanmagan. Shu sababli marketing xodimlarini muntazam o‘qitish, malaka oshirish kurslarini tashkil etish va ilg‘or tajribalarni o‘rganish muhim hisoblanadi.

Hududiy sanoat korxonalarida innovatsion mahsulot siyosatini kuchaytirish bilan bog‘liq. Korxonada nafaqat mavjud mahsulotni sotish, balki bozordagi yangi ehtiyojlarni oldindan aniqlab, innovatsion mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqish orqali raqobatchilardan ajralib turishi zarur. Bunday yondashuv marketing va ishlab chiqarish o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlikni kuchaytiradi hamda korxonaning uzoq muddatli ustunligini ta‘minlaydi.

Hududiy darajada sanoat korxonalarini innovatsion marketing faoliyatiga rag‘batlantiruvchi institutsional muhitni rivojlantirish muhimdir. Bu borada mahalliy boshqaruv organlari, savdo-sanoat tuzilmalari, biznes markazlari va ta‘lim muassasalari o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish foydali natija beradi. Kichik va o‘rta sanoat korxonalariga bozor tahlili, marketing tadqiqotlari, brending va raqamli savdo bo‘yicha uslubiy ko‘mak berish mintaqaviy sanoatni rivojlantirishda samarali vosita bo‘lishi mumkin.

Innovatsion marketing usullari hududiy sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, bozor ulushini kengaytirish, moliyaviy natijalarni yaxshilash va hududiy iqtisodiy faollikni kuchaytirishda muhim rol o‘ynaydi. Korxonalar faoliyatida innovatsion marketingni strategik boshqaruvning ajralmas qismi sifatida qarash, uni tizimli ravishda rivojlantirish va amaliyotga keng joriy etish zarur. Bu yondashuv nafaqat alohida korxonada samaradorligini, balki butun hududiy sanoat tizimining barqaror va raqobatbardosh rivojlanishini ta‘minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Abdullayev, S. (2020). Innovatsion marketing strategiyalari va ularning sanoat korxonalarida qo‘llanilishi. *Marketing va menejment*, 5(3), 45-53.

2. Alimova, G. (2019). Innovatsion marketing va raqobatbardoshlik. *Marketolog*, 3(5), 44-50.

3. Davies, L. (2022). Advances in Marketing Techniques in Regional Industrial Enterprises. *Journal of Industrial Economics*, 58(3), 78-85.

4. Johnson, M., & Lee, K. (2020). Emerging Marketing Innovations in Manufacturing Sectors. *Journal of Business Research*, 105, 112-120.

5. Karimova, N. (2021). Sanoat korxonalarida marketing samaradorligini oshirish. *Hududiy rivojlanish*, 2(1), 12-20.

5. Mirzaev, T. (2019). Bozor raqobatida marketingning innovatsion usullari. *Iqtisodiyot va innovatsiyalar*, 4(2), 67-74.
6. Rakhimov, D., & Islomov, B. (2018). Marketing strategiyalarini yaratishda innovatsiyalar. *O'zbek iqtisodiyoti*, 7(4), 34-39.
7. Smith, J. (2021). Innovation in Industrial Marketing: Global Trends and Local Adaptations. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 25-33. 44-50.
8. Tursunov, A. (2023). Sanoat korxonalarida yangi marketing yondashuvlari. *Texnologik progres*, 1(2), 53-60.
9. Xolmurodov, J. (2022). Innovatsion marketingning iqtisodiy samaradorligi. Toshkent: Ilm ziyo.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, mart, 3-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlartaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**