



XALQARO MARKETING TAJRIBALARINI RESPUBLIKAMIZDA QO‘LLASH ISTIQBOLLARI

*Qoraqalpog‘iston qishloq xo‘jaligi va agrotexnologiyalar instituti Marketing
yo‘nalishi 4-kurs talabasi Sapparbaeva Damesh Duysenbay qizi*

sapparbaevadamesh39@gmail.com

Ilmiy boshchi: QOXAI Ishlar boshqarmasi boshlig‘i i.f.f.d

S.Baltashov

Annotatsiya. Mazkur maqolada xalqaro marketing tajribalarini O‘zbekiston iqtisodiyotida qo‘llash imkoniyatlari va istiqbollari tahlil qilinadi. Xususan, rivojlangan davlatlar marketing strategiyalari, raqamli marketing texnologiyalari hamda global bozor tamoyillari o‘rganildi. Tadqiqot jarayonida xalqaro marketing tajribalarining mahalliy korxonalar faoliyatida qo‘llanilishi, eksport salohiyatini oshirish hamda milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishda tutgan o‘rni yoritildi. Natijalar shuni ko‘rsatdiki, xalqaro marketing usullarini joriy etish korxonalar raqobatbardoshligini oshirish va tashqi bozorlarda muvaffaqiyat qozonish uchun muhim omil hisoblanadi.

Kalit so‘zlar. *Xalqaro marketing, marketing strategiyasi, global bozor, raqamli marketing, eksport, raqobatbardoshlik, marketing tadqiqotlari.*

Аннотация. В данной статье рассматриваются перспективы применения международного маркетингового опыта в экономике Узбекистана. В частности, проанализированы маркетинговые стратегии развитых стран, технологии цифрового маркетинга и принципы функционирования глобальных рынков. В ходе исследования изучено влияние внедрения международных маркетинговых практик на деятельность отечественных предприятий, повышение экспортного потенциала и продвижение национальной продукции на мировые рынки. Результаты



показывают, что использование международного маркетингового опыта способствует повышению конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова. *Международный маркетинг, маркетинговая стратегия, глобальный рынок, цифровой маркетинг, экспорт, конкурентоспособность.*

Abstract. This article analyzes the prospects of applying international marketing experience in the economy of Uzbekistan. In particular, marketing strategies of developed countries, digital marketing technologies, and global market principles are examined. The research highlights the role of international marketing practices in improving the activities of local enterprises, increasing export potential, and promoting national products in global markets. The results indicate that implementing international marketing strategies significantly enhances the competitiveness of companies in international markets.

Keywords. *International marketing, marketing strategy, global market, digital marketing, export, competitiveness.*

Kirish. Bugungi kunda jahon iqtisodiyotida globallashuv jarayonlarining jadallashuvi, xalqaro savdo aloqalarining kengayishi hamda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi marketing faoliyatining yangi bosqichga ko'tarilishiga olib kelmoqda. Ayniqsa, xalqaro marketing tizimi global bozorda faoliyat yuritayotgan korxonalar uchun muhim strategik vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Xalqaro marketing nafaqat mahsulotni boshqa davlatlarga eksport qilish jarayonini tashkil etish, balki turli mamlakatlardagi iste'molchilar ehtiyojlarini o'rganish, raqobat muhitini tahlil qilish, samarali reklama va brend strategiyalarini ishlab chiqishni ham o'z ichiga oladi.

Hozirgi davrda ko'plab rivojlangan davlatlar iqtisodiy rivojlanishida marketing strategiyalarining roli tobora ortib bormoqda. Masalan, AQSh, Yaponiya,



Germaniya va Janubiy Koreya kabi davlatlarda kompaniyalar marketing tadqiqotlari, innovatsion reklama texnologiyalari hamda raqamli marketing platformalaridan keng foydalanish orqali global bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritmoqda. Xalqaro marketing strategiyalari yordamida ushbu davlatlar kompaniyalari yangi bozorlarga kirib borish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash hamda o'z mahsulotlarini jahon bozorida raqobatbardosh qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

So'nggi yillarda O'zbekiston iqtisodiyotida ham bozor mexanizmlarini rivojlantirish, tashqi savdo aloqalarini kengaytirish va eksport salohiyatini oshirish bo'yicha muhim islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022–2026-yillarga mo'ljallangan Taraqqiyot strategiyasida milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish, eksport hajmini kengaytirish hamda mahalliy mahsulotlarni xalqaro bozorlarga olib chiqish asosiy ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Ushbu strategiyada iqtisodiyot tarmoqlarini modernizatsiya qilish, ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish va xalqaro marketing vositalaridan samarali foydalanish orqali milliy mahsulotlarning jahon bozorida ulushini oshirish zarurligi alohida ta'kidlangan.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, O'zbekistonning tashqi savdo aylanmasi so'nggi yillarda sezilarli darajada oshib bormoqda. Jumladan, mamlakatning eksport hajmi yildan-yilga ortib, yangi bozorlar o'zlashtirilmoqda. Biroq xalqaro bozorlarda barqaror muvaffaqiyatga erishish uchun faqat mahsulot ishlab chiqarish yetarli emas. Mahsulotni to'g'ri pozitsiyalash, brend yaratish, marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirish va iste'molchilar talabini chuqur o'rganish kabi omillar muhim ahamiyat kasb etadi. Shu sababli xalqaro marketing tajribalarini o'rganish va ularni milliy iqtisodiyot sharoitida qo'llash dolzarb ilmiy masalalardan biri hisoblanadi.



Ilmiy adabiyotlarda ham xalqaro marketingning nazariy va amaliy jihatlari keng o'rganilgan. Jumladan, P. Kotler, G. Armstrong, J. Cateora kabi olimlar xalqaro marketing strategiyalarini ishlab chiqish, global bozorni segmentatsiya qilish va xalqaro marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirish masalalarini chuqur tadqiq etganlar. Ularning fikricha, zamonaviy marketing tizimi kompaniyalarga global raqobat sharoitida barqaror ustunlikni ta'minlash imkonini beradi.

Shu nuqtai nazardan, xalqaro marketing tajribalarini o'rganish va ularni O'zbekiston iqtisodiyotida qo'llash imkoniyatlarini tahlil qilish muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega. Xususan, rivojlangan davlatlar marketing strategiyalarini tahlil qilish, ularning samarali jihatlari aniqlash hamda mahalliy korxonalar faoliyatiga moslashtirish orqali milliy mahsulotlarning jahon bozoridagi raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Mazkur maqolada xalqaro marketing tajribalarini respublikamiz iqtisodiyotida qo'llash imkoniyatlari, ularning iqtisodiy samaradorligi hamda istiqbollari tahlil qilinadi.

Materiallar va uslublar. Mazkur tadqiqotda xalqaro marketing tajribalarini o'rganish hamda ularni O'zbekiston iqtisodiyotida qo'llash istiqbollarini aniqlash maqsadida bir qator ilmiy tadqiqot usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida nazariy va amaliy yondashuvlar uyg'un holda qo'llanilib, xalqaro marketing tizimining rivojlanish tendensiyalari hamda uning iqtisodiy samaradorligi tahlil qilindi.

Avvalo, tadqiqotning nazariy asosini marketing sohasidagi ilmiy adabiyotlar, xalqaro marketing konsepsiyalari hamda rivojlangan davlatlar tajribasi tashkil etdi. Jumladan, xalqaro marketing nazariyasiga oid ilmiy ishlanmalar, marketing strategiyalarini ishlab chiqish bo'yicha tadqiqotlar va global marketing tamoyillariga bag'ishlangan ilmiy manbalar o'rganildi. Shu bilan birga, xalqaro marketing sohasida yetakchi hisoblangan olimlarning ilmiy qarashlari tahlil qilinib,



ularning asosiy xulosalari tadqiqotning nazariy asosini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etdi.

Tadqiqot jarayonida qiyosiy tahlil usuli keng qo'llanildi. Ushbu usul orqali rivojlangan davlatlarda qo'llanilayotgan marketing strategiyalari bilan O'zbekiston korxonalarining marketing faoliyati o'rtasidagi farqlar va o'xshash jihatlar o'rganildi. Ayniqsa, marketing tadqiqotlari, bozor segmentatsiyasi, reklama siyosati hamda brend yaratish strategiyalarining xalqaro tajribasi tahlil qilindi.

Shuningdek, statistik tahlil usulidan foydalanilib, mamlakatimizning tashqi savdo ko'rsatkichlari, eksport hajmi hamda xalqaro marketing faoliyatining iqtisodiy samaradorligi o'rganildi. Statistik ma'lumotlar asosida marketing strategiyalarining korxonalar faoliyatiga ta'siri baholandi hamda ularning eksport salohiyatini oshirishdagi roli aniqlab berildi.

Bundan tashqari, tahliliy-sintez usuli orqali olingan ma'lumotlar umumlashtirildi va xalqaro marketing tajribalarining respublikamiz iqtisodiyotida qo'llash imkoniyatlari ilmiy jihatdan asoslab berildi. Ushbu yondashuv marketing strategiyalarini milliy iqtisodiyot sharoitiga moslashtirish hamda ularning amaliy samaradorligini aniqlash imkonini berdi.

Tadqiqot davomida tizimli yondashuv ham qo'llanilib, xalqaro marketing faoliyati iqtisodiy, tashkiliy va strategik omillar bilan o'zaro bog'liqlikda o'rganildi. Bu esa marketing strategiyalarining korxonalar raqobatbardoshligini oshirish, eksport faoliyatini rivojlantirish hamda milliy mahsulotlarni xalqaro bozorlarga olib chiqishdagi ahamiyatini kompleks tarzda tahlil qilish imkonini berdi.

Tadqiqot natijalari. Mazkur tadqiqot davomida xalqaro marketing tajribalarining asosiy yo'nalishlari o'rganilib, ularni O'zbekiston iqtisodiyotida qo'llash imkoniyatlari tahlil qilindi. O'rganish natijalari shuni ko'rsatdiki, rivojlangan davlatlarda marketing strategiyalarining ilmiy asosda tashkil etilishi



kompaniyalarning global bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishiga katta ta'sir ko'rsatmoqda. Ayniqsa, marketing tadqiqotlarini chuqur o'rganish, bozorni segmentatsiya qilish, raqamli marketing vositalaridan foydalanish va brend strategiyalarini ishlab chiqish kompaniyalarning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil hisoblanadi.

Birinchidan, xalqaro marketing tizimida bozor tadqiqotlari muhim ahamiyat kasb etadi. Rivojlangan mamlakatlarda korxonalar yangi bozorlarga kirishdan oldin iste'molchilar talabi, raqobatchilar faoliyati va bozor tendensiyalarini chuqur tahlil qiladi. Natijada marketing strategiyalari aniq ma'lumotlarga asoslangan holda ishlab chiqiladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, marketing tadqiqotlarini muntazam olib boruvchi korxonalar mahsulotlarini xalqaro bozorlarda samarali sotish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Ikkinchidan, zamonaviy marketing tizimida raqamli marketing texnologiyalarining ahamiyati tobora ortib bormoqda. Internet marketing, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama, elektron savdo platformalari va onlayn marketing kommunikatsiyalari xalqaro marketing faoliyatining muhim tarkibiy qismiga aylangan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, raqamli marketing vositalaridan faol foydalanadigan kompaniyalar iste'molchilar bilan samarali aloqa o'rnatish, mahsulotlarni tezkor targ'ib qilish va sotuv hajmini oshirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

Uchinchidan, xalqaro marketing tajribasida brend yaratish va uni rivojlantirish muhim strategik yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Kuchli brend kompaniyaning bozordagi mavqeini mustahkamlash, iste'molchilar ishonchini oshirish hamda mahsulotning raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, global bozorda muvaffaqiyat qozongan kompaniyalar o'z mahsulotlarini brend sifatida shakllantirishga alohida e'tibor qaratadi.



O‘zbekiston iqtisodiyoti sharoitida ham xalqaro marketing tajribalarini qo‘llash muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, mahalliy korxonalar faoliyatida marketing strategiyalarini takomillashtirish, eksportga yo‘naltirilgan marketing siyosatini rivojlantirish va milliy mahsulotlarning brendini yaratish orqali tashqi bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish mumkin. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, xalqaro marketing tajribalarini qo‘llash korxonalar faoliyatining samaradorligini oshirish hamda mamlakat eksport salohiyatini kengaytirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, o‘rganish jarayonida aniqlanishicha, xalqaro marketing vositalarini qo‘llash orqali korxonalar yangi bozorlarni o‘zlashtirish, iste’molchilar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish va mahsulotlarni samarali targ‘ib qilish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Bu esa o‘z navbatida milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga ham ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari xalqaro marketing tajribalarini o‘rganish va ularni milliy iqtisodiyot sharoitida qo‘llash korxonalar raqobatbardoshligini oshirish, eksport faoliyatini rivojlantirish hamda global bozorlarda muvaffaqiyatga erishishda muhim omil ekanligini ko‘rsatdi.

Xulosa va tavsiyalar. Mazkur tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, xalqaro marketing tajribalarini o‘rganish va ularni milliy iqtisodiyot sharoitida qo‘llash korxonalar faoliyatining samaradorligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bugungi globallashuv sharoitida korxonalar nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro bozorlarda ham raqobatlashishga majbur bo‘lmoqda. Shu sababli marketing strategiyalarini zamonaviy talablarga mos ravishda takomillashtirish, iste’molchilar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish hamda global marketing vositalaridan samarali foydalanish zarur.

Tadqiqot davomida o‘rganilgan xalqaro marketing tajribasi shuni ko‘rsatdiki, rivojlangan davlatlarda marketing faoliyati ilmiy asosda tashkil etilib, marketing



tadqiqotlari, bozor segmentatsiyasi, raqamli marketing texnologiyalari va brend strategiyalariga alohida e'tibor qaratiladi. Bunday yondashuv kompaniyalarga yangi bozorlarga kirish, iste'molchilar talabini aniq baholash va mahsulotlarni samarali targ'ib qilish imkonini beradi.

O'zbekiston iqtisodiyoti sharoitida ham xalqaro marketing tajribalarini qo'llash eksport salohiyatini oshirish, mahalliy mahsulotlarning jahon bozorida raqobatbardoshligini kuchaytirish hamda korxonalar faoliyatining samaradorligini oshirishga xizmat qilishi mumkin. Ayniqsa, milliy brendlarni yaratish, marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirish va raqamli marketing platformalaridan foydalanish orqali mahalliy mahsulotlarni xalqaro bozorlarda muvaffaqiyatli targ'ib qilish imkoniyati mavjud.

Shu bilan birga, tadqiqot natijalariga asoslanib quyidagi ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi:

- korxonalarda marketing tadqiqotlarini tizimli ravishda tashkil etish va bozorni muntazam tahlil qilib borish;
- raqamli marketing texnologiyalaridan, xususan internet marketing va ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama vositalaridan keng foydalanish;
- eksportga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish va mahalliy mahsulotlarni xalqaro bozorlarga moslashtirish;
- milliy mahsulotlar uchun kuchli brend siyosatini shakllantirish hamda ularning xalqaro imijini oshirish;
- marketing sohasida malakali mutaxassislarni tayyorlash va marketing tadqiqotlari bo'yicha ilmiy ishlarni rivojlantirish.

Umuman olganda, xalqaro marketing tajribalarini respublikamiz iqtisodiyotida samarali qo'llash korxonalar raqobatbardoshligini oshirish, eksport hajmini kengaytirish hamda milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi. Shu



bois marketing strategiyalarini takomillashtirish va xalqaro marketing vositalaridan keng foydalanish bugungi kunda muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2022). 2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida. Toshkent.
2. Kotler, P., Keller, K. (2016). Marketing Management (15th Edition). Pearson Education Limited.
3. Armstrong, G., Kotler, P. (2017). Principles of Marketing (17th Edition). Pearson Education.
4. Cateora, P., Graham, J., Gilly, M. (2020). International Marketing. McGraw-Hill Education.
5. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. (2023). O‘zbekiston Respublikasining tashqi savdo statistikasi. Toshkent.
6. Alimov, R., Rasulev, A. (2019). Marketing asoslari. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
7. Karimov, F. (2021). Xalqaro marketing strategiyalari va ularning iqtisodiy samaradorligi. Iqtisodiyot va innovatsiyalar ilmiy jurnali.