



BOZOR SHAROITIDA MARKETINGNING AHAMIYATI

Mamatqulova Iroda Toxirovna

Jizzax viloyati

Paxtakor tuman 1-son texnikumi

Biznes asoslari fani o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing faoliyatining ahamiyati, uning korxona va tashkilotlar rivojida o'zini hamda raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi roli yoritilgan. Marketing bugungi kunda nafaqat mahsulotni sotish vositasi, balki iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash, ularni qondirish va uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishning muhim omili sifatida qaraladi. Maqolada marketing strategiyalari, bozor tahlili, segmentatsiya va reklama faoliyatining samaradorligi haqida so'z yuritiladi. Shuningdek, zamonaviy raqamli marketing vositalarining korxona faoliyatidagi ahamiyati tahlil qilinadi. Natijada marketingning bozor sharoitida muvaffaqiyatga erishishdagi asosiy omillardan biri ekanligi asoslab beriladi.

Kalit so'zlar: marketing, bozor iqtisodiyoti, raqobatbardoshlik, iste'molchi ehtiyojlari, marketing strategiyasi, segmentatsiya.

Kirish

Hozirgi globallashtirish jarayonlari va bozor iqtisodiyotining jadal rivojlanishi sharoitida marketing korxona va tashkilotlar faoliyatining ajralmas qismi sifatida namoyon bo'lmoqda. Raqobat kuchayib borayotgan zamonaviy bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun faqat mahsulot ishlab chiqarishning o'zi yetarli emas, balki uni iste'molchiga to'g'ri yetkazish, ehtiyojlarini chuqur o'rganish va ularga mos takliflar yaratish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu jihatdan marketing bozor mexanizmining asosiy unsurlaridan biri hisoblanadi.¹⁹

Bugungi kunda marketing nafaqat savdo-sotiqni rivojlantirish vositasi, balki korxonalarni strategik boshqarishning muhim yo'nalishi sifatida qaralmoqda. Marketing orqali korxonalar iste'molchilar xatti-harakatini tahlil qiladi, bozor talabini aniqlaydi va o'z faoliyatini shu asosda rejalashtiradi. Bu esa resurslardan samarali foydalanish, risklarni kamaytirish hamda barqaror rivojlanishni ta'minlashga xizmat qiladi. Raqobat muhitida faoliyat yuritayotgan har bir korxona marketing yondashuvlarini chuqur

1. ¹⁹ O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi – Bozor iqtisodiyoti rivoji bo'yicha hisobotlar. – 2022.



o‘zlashtirmasdan turib, muvaffaqiyatga erisha olmaydi. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar rivojlanib borayotgan hozirgi davrda marketingning yangi shakl va usullari paydo bo‘lib, ularning ahamiyati tobora ortib bormoqda. Shu sababli marketingni ilmiy va amaliy jihatdan o‘rganish muhim vazifa hisoblanadi.²⁰

Bozor sharoitida marketingning mohiyati, funksiyalari va ahamiyati

Bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing korxonaning strategik boshqaruv tizimining ajralmas qismi hisoblanadi. Marketingning mohiyati iste’molchilar ehtiyojlarini aniqlash, ularni chuqur tahlil qilish hamda ushbu ehtiyojlarni maksimal darajada qondirish orqali foyda olishdan iborat. Bozor sharoitida ishlab chiqaruvchi emas, balki iste’molchi markaziy o‘rinni egallaydi, shu sababli marketing “iste’molchiga yo‘naltirilgan boshqaruv” sifatida qoraladi.²¹

Marketingning asosiy funksiyalari quyidagilardan iborat:

- bozorni kompleks o‘rganish va tahlil qilish;
- talab va taklifni muvozanatlashtirish;
- mahsulot siyosatini ishlab chiqish;
- narx belgilash (narx siyosati);
- taqsimot (distribyutsiya) kanallarini tanlash;
- kommunikatsiya va reklama faoliyatini tashkil etish.

Bozor sharoitida marketingning ahamiyati shundaki, u korxonaga noaniqlik va tavakkalchiliklarni kamaytirish imkonini beradi. Marketing tadqiqotlari orqali korxona oldindan iste’molchilarning xohish-istaklarini bilib oladi va shunga mos ravishda ishlab chiqarishni rejalashtiradi. Bu esa ortiqcha mahsulot ishlab chiqarishning oldini oladi va resurslardan samarali foydalanishga olib keladi. Bundan tashqari, marketing korxona va iste’molchi o‘rtasida mustahkam aloqani ta’minlaydi. Mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish, ularning sodiqligini oshirish bugungi kunda marketingning eng muhim vazifalaridan biridir. Shu jihatdan marketing nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy ahamiyatga ham ega.²²

2. ²⁰ Tursunov O. – Marketing tadqiqotlari metodologiyasi. – T.: 2021.

3. ²¹ Soliyev A., Xodjayev B. – Marketing asoslari. – Toshkent: 2020.

4. ²² Yo‘ldoshev N. – Innovatsion marketing va raqamli texnologiyalar. – Toshkent: 2023.



Marketing strategiyalari, segmentatsiya va raqobat muhitida ustunlikka erishish

Raqobat kuchayib borayotgan bozor sharoitida korxonalar o'z faoliyatini aniq strategiya asosida olib borishi zarur. Marketing strategiyasi – bu korxonaning uzoq muddatli maqsadlariga erishish uchun bozor bilan ishlash usullarini belgilovchi reja hisoblanadi. To'g'ri tanlangan strategiya korxonaga raqobatchilar orasida ustunlikka erishish imkonini beradi. Marketing strategiyasining asosiy elementlaridan biri — bozor segmentatsiyasidir. Segmentatsiya jarayonida bozor iste'molchilarning xususiyatlariga (yoshi, daromadi, ehtiyoji, hududi va boshqalar) qarab guruhlariga ajratiladi. Bu esa har bir segment uchun mos mahsulot va xizmatlarni taklif qilish imkonini beradi. Natijada marketing faoliyati yanada samarali bo'ladi.²³

Targetlash (maqsadli auditoriyani tanlash) va pozitsiyalash (bozorda o'rin egallash) ham muhim bosqichlardir. Korxona qaysi segmentga xizmat ko'rsatishini aniqlab, o'z mahsulotini aynan shu auditoriya uchun moslashtiradi. Pozitsiyalash orqali esa mahsulot iste'molchilar ongida alohida o'rin egallaydi. Raqobat ustunligiga erishishda differensiallash strategiyasi katta ahamiyatga ega. Bu strategiya orqali mahsulot sifati, dizayni, narxi yoki xizmat ko'rsatish darajasi orqali ajralib turish mumkin. Bundan tashqari, xarajatlarni kamaytirish orqali past narx strategiyasini qo'llash ham samarali usullardan biridir. Shuningdek, marketing strategiyasi innovatsiyalar bilan chambarchas bog'liq. Yangi mahsulotlar yaratish, xizmatlarni takomillashtirish va yangi bozorlarni egallash orqali korxona o'z mavqeini mustahkamlaydi. Natijada marketing strategiyasi korxonaning barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.²⁴

Zamonaviy marketing: raqamli texnologiyalar va innovatsion yondashuvlar

Axborot texnologiyalari rivojlangan hozirgi davrda marketing tubdan o'zgarib, raqamli marketing shakliga o'tmoqda. Raqamli marketing – bu internet va elektron platformalar orqali amalga oshiriladigan marketing faoliyati bo'lib, u tezkorlik, samaradorlik va keng qamrov bilan ajralib turadi.

Zamonaviy marketing vositalariga quyidagilar kiradi:

- ijtimoiy tarmoqlar marketingi (SMM);
- qidiruv tizimlari optimizatsiyasi (SEO);
- kontent marketing;

5. ²³ Karimov I., Abdullayev S. – Bozor iqtisodiyoti va marketing. – T.: 2019.

6. ²⁴ Yusupov D. – Korxonalarda marketingni boshqarish. – T.: 2020.



- email marketing;
- kontekstli va target reklama.

Ijtimoiy tarmoqlar (Telegram, Instagram, Facebook va boshqalar) orqali korxonalar bevosita mijozlar bilan muloqot qiladi, ularning fikrlarini o‘rganadi va tezkor javob qaytaradi. Bu esa mijozlar ishonchini oshiradi va brend imidjini mustahkamlaydi. Raqamli marketingning yana bir muhim jihati — analitika imkoniyatidir. Maxsus dasturlar yordamida reklama samaradorligi, saytga kiruvchilar soni, mijozlarning xatti-harakati aniq o‘lchanadi. Bu ma’lumotlar asosida marketing strategiyasi doimiy ravishda takomillashtirib boriladi. Shuningdek, zamonaviy marketingda innovatsion yondashuvlar — sun’iy intellekt, big data, avtomatlashtirilgan marketing tizimlari keng qo‘llanilmoqda. Bu texnologiyalar orqali iste’molchilarning xulq-atvorini oldindan bashorat qilish va individual takliflar berish imkoniyati yaratiladi.²⁵

Xulosa

Bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing korxona va tashkilotlar faoliyatining ajralmas qismi sifatida namoyon bo‘ladi. Marketing orqali nafaqat mahsulot va xizmatlarni sotish, balki iste’molchilar ehtiyojlarini aniqlash, ularni chuqur tahlil qilish va samarali qondirish imkoniyati yaratiladi. Bu esa korxonalarga bozor talabiga moslashish va o‘z faoliyatini yanada takomillashtirish imkonini beradi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, marketing strategiyalarini to‘g‘ri ishlab chiqish va amalga oshirish korxonaning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Segmentatsiya, targetlash va pozitsiyalash kabi yondashuvlar orqali korxonalar o‘z mahsulotlarini aniq maqsadli auditoriyaga yo‘naltiradi va bozorda mustahkam o‘rin egallaydi. Shu bilan birga, differensiallash va innovatsion yondashuvlar orqali raqobatchilardan ajralib turish imkoniyati yaratiladi.

Zamonaviy sharoitda raqamli marketingning ahamiyati tobora ortib bormoqda. Internet va axborot texnologiyalarining rivojlanishi marketing faoliyatini yangi bosqichga olib chiqdi. Raqamli vositalar orqali korxonalar keng auditoriyani qamrab olish, mijozlar bilan tezkor aloqa o‘rnatish va marketing samaradorligini oshirish imkoniyatiga ega bo‘ldi. Bu esa marketingni nafaqat iqtisodiy, balki strategik boshqaruv vositasiga aylantirmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

7. ²⁵ Abdurahmonov Q. – Raqamli iqtisodiyot va marketing. – Toshkent: 2021.



1. Abdurahmonov Q. – Raqamli iqtisodiyot va marketing. – Toshkent: 2021.
2. Ergashev I. – Marketing boshqaruvi va strategiyalari. – Toshkent: 2022.
3. Karimov I., Abdullayev S. – Bozor iqtisodiyoti va marketing. – T.: 2019.
4. Rasulov A. – Zamonaviy marketing strategiyalari. – T.: 2021.
5. Shodmonov Sh., G'ofurov U. – Iqtisodiyot nazariyasi. – Toshkent: 2019.
6. Soliyev A., Xodjayev B. – Marketing asoslari. – Toshkent: 2020.
7. To'xtayev B. – Korxona iqtisodiyoti va marketing faoliyati. – Toshkent: 2020.
8. Tursunov O. – Marketing tadqiqotlari metodologiyasi. – T.: 2021.
9. Xolmatov R. – Raqamli marketing asoslari. – T.: 2022.
10. Yo'ldoshev N. – Innovatsion marketing va raqamli texnologiyalar. – Toshkent: 2023.
11. Yusupov D. – Korxonalarda marketingni boshqarish. – T.: 2020.
12. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi – Bozor iqtisodiyoti rivoji bo'yicha hisobotlar. – 2022.

INTERNET SAYTLARI

1. www.lex.uz
2. www.stat.uz
3. www.review.uz
4. www.sciencedirect.com