



**BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING FAOLIYATINING
ROLI**

Yusupova Maxfuza Marufjanovna

*O'zbekiston Respublikasi bank-moliya akademiyasi
tinglovchisi*

Annotatsiya. Mazkur tezisda marketing faoliyatining zamonaviy biznesda tutgan o'rni, uning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri va strategik ahamiyati tahlil etiladi. Raqobatbardosh muhitda muvaffaqiyatli faoliyat yuritayotgan kompaniyalar misolida marketing yondashuvlarining o'ziga xos jihatlari, bozorni o'rganish, iste'molchi ehtiyojlarini aniqlash va ularga mos mahsulot yaratish jarayonidagi ahamiyati yoritiladi. Shuningdek, O'zbekiston sharoitida marketing strategiyalarini takomillashtirish bo'yicha takliflar bildiriladi.

Kalit so'zlar: marketing, biznes strategiyasi, raqobat, bozor tahlili, mijozlar ehtiyoji, brend, reklama.

KIRISH

Bugungi globallashuv davrida biznes faoliyatining muvaffaqiyati ko'p jihatdan tovar yoki xizmatning sifatiga emas, balki uni bozorga qanday taqdim etishga bog'liq bo'lib bormoqda. Ana shunday murakkab iqtisodiy muhitda marketing fan sifatida nafaqat sotuvni oshirish vositasi, balki butun biznes strategiyasining yuragi sifatida e'tirof etilmoqda. Marketing – bu mahsulot yoki xizmatni yaratishdan tortib, uni iste'molchiga yetkazishgacha bo'lgan barcha bosqichlarni qamrab oladigan tizimdir. U faqat reklama bilan cheklanmaydi, balki brend yaratish, iste'molchi xulqini o'rganish, narx belgilash, mahsulotni joylashtirish, xizmat ko'rsatish sifatini nazorat qilish kabi ko'plab sohalarni qamrab oladi. Shu sababli har qanday biznes subyekti, u kichik korxona bo'ladimi yoki yirik sanoat kompaniyasimi, marketingga asoslangan yondashuvsiz raqobat muhitida omon qola olmaydi.

ASOSIY QISM

Marketingning asosiy vazifasi – bu iste'molchi ehtiyojlarini aniqlash va bu ehtiyojlarga mos mahsulot yoki xizmatni taklif qilishdir. Zamonaviy marketing konsepsiyalariga ko'ra, biznes avvalo bozorni o'rganishi, unda mavjud ehtiyoj va talablar asosida strategik qarorlar qabul qilishi, so'ngra ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yishi kerak. Bu yondashuv "iste'molchiga yo'naltirilgan biznes modeli" deb ataladi va aynan shu model muvaffaqiyatli kompaniyalarning tayanchidir [1].

Marketing faoliyatining biznesni rivojlantirishdagi ahamiyatini quyidagi asosiy yo'nalishlarda ko'rish mumkin:

Bozorni tahlil qilish va prognozlash: Marketing faoliyati orqali korxona o'z mahsulotlari yoki xizmatlari uchun mavjud bozorni, uning o'sish sur'atlarini, raqobatchilar holatini,



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIY TAFAKKUR VA INNOVATION G'OYALAR



mijozlar ehtiyojlarini va xarid xulqini chuqur tahlil qiladi. Bu esa asosli qarorlar qabul qilish, strategik rejalashtirish, risklarni kamaytirishga xizmat qiladi.

Brend va obro'ni shakllantirish: Marketing vositalari orqali kompaniya o'z nomini, korporativ qadriyatlarini va farqlanuvchan jihatlarini targ'ib qiladi. Brend yaratish – bu uzoq muddatli sarmoya bo'lib, mijozlar ongida ishonch, sodiqlik va qadriyatlar asosida bog'lanish vujudga keladi. Masalan, “sifat” deganda muayyan brend nomi tilga olinayotgan bo'lsa, bu muvaffaqiyatli marketing siyosati samarasidir [2].

Raqobatbardoshlikni ta'minlash: Bozorda ko'plab bir xil mahsulotlar mavjud bo'lsa-da, ular orasida eng ko'p sotiladigan, e'tiborni tortadigan va foydali bo'ladigan mahsulot aynan marketing strategiyasi to'g'ri qurilgan mahsulot bo'ladi. Narx siyosati, to'g'ri reklama, distribusiya kanallari, mijoz bilan aloqa shakllari – bularning barchasi mahsulotga ustunlik keltiradi.

Mijoz bilan aloqa va sodiqlikni kuchaytirish: Marketing faqat mahsulot sotish bilan cheklanmaydi. Mijoz sotib olgach ham, unga xizmat ko'rsatishni davom ettirish, fikrini olish, reklama xatlari, sodiqlik dasturlari orqali aloqa saqlash – bu ishonchli munosabatlarni mustahkamlashga xizmat qiladi. Mijoz bilan doimiy aloqada bo'lgan korxonalar takroriy xaridlar va ijobiy tavsiyalar orqali foydasini barqarorlashtiradi.

Raqamli marketing imkoniyatlari: So'nggi yillarda internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi marketingning raqamli shakllarini keng qo'llashga olib keldi. SEO, SMM, influencer marketing, email marketing, kontekstli reklama – bularning barchasi mahsulotni maqsadli auditoriyaga bevosita va aniq tarzda yetkazish imkonini beradi. Raqamli marketing yordamida kompaniyalar ancha kam xarajat evaziga keng auditoriyani qamrab olishi mumkin [3].

O'zbekiston sharoitida marketing rivoji: So'nggi yillarda O'zbekistonda biznes muhitining liberallasuvi marketing sohasiga ham jiddiy turtki berdi. Ayniqsa, xususiy sektor, chakana savdo, xizmat ko'rsatish va agro-sanoat sohalarida marketing faoliyati sezilarli darajada kengayib bormoqda. Ko'plab kompaniyalar brend yaratish, reklama siyosatini shakllantirish, bozor tadqiqotlarini o'tkazish va raqamli platformalarda faoliyat yuritishga intilmoqda. Biroq bu yo'nalishda hali to'laqonli metodologik bazani yaratish, malakali marketing mutaxassislarini tayyorlash, zamonaviy marketing texnologiyalarini keng joriy qilish zarur.

Zamonaviy iqtisodiy taraqqiyot sharoitida marketing faoliyati faqat sotuvni kuchaytirish vositasi sifatida emas, balki butun biznes modelining asosiy ustunlaridan biri sifatida e'tirof etilmoqda. Ayniqsa, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarida marketing — mijoz bilan muloqotni boshqarish, mahsulot hayotiy siklini nazorat qilish va yangi mahsulotlarni bozorda muvaffaqiyatli pozitsiyalash uchun strategik vosita bo'lib xizmat qiladi. Bu jarayonda eng muhim bosqichlardan biri — mijoz ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish va ular asosida individual yondashuvlarni ishlab chiqishdan iborat [4]. Bunday tahlillar, odatda, so'rovnomalar, fokus-guruhlar, bozor monitoringi va elektron tizimlar orqali olingan ma'lumotlar asosida olib boriladi. Natijada, korxona o'z faoliyatini shunchaki mahsulot



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



taklif qilishdan ko'ra, muammoga yechim taklif qiluvchi institut sifatida yo'naltira boshlaydi.

XULOSA VA MUNOZARA

Marketing faoliyati zamonaviy biznesning ajralmas qismiga aylanmoqda. U korxonaning nafaqat bozordagi mavqeini belgilaydi, balki uning uzoq muddatli rivojlanishini, barqarorligini va raqobatbardoshligini ta'minlaydi. Marketing – bu faqat mahsulotni targ'ib qilish emas, balki iste'molchining ehtiyojini anglash, unga mos yechim taklif qilish, kompaniya qadriyatlarini ifodalashdir. O'zbekistonda marketing yondashuvlarini takomillashtirish orqali milliy kompaniyalar ham xalqaro bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishga tayyor bo'lishlari mumkin.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler, Ph. (2020). Marketing asoslari. – Toshkent: “Iqtisod-Moliya”.
2. Karieva, N. (2022). Raqobat muhitida marketing strategiyalari. – Samarqand: Ilm Ziyo.
3. Muhammadaliyev, B. (2021). Biznesni yuritishda zamonaviy marketing yondashuvlari. – Toshkent: “Yangi asr avlodi”.
4. Armstrong, G., & Kotler, Ph. (2019). Principles of Marketing. – Pearson Education.