

RAQOBATCHILARNI O‘RGANISH VA SAVDO STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH

Jalalova Dildora Jamolovna

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
“Savdo ishi” kafedrası professori*

Annotatsiya

Mazkur tezisda savdo korxonalarida raqobatchilar faoliyatini o‘rganishning ahamiyati hamda ushbu jarayon asosida samarali savdo strategiyasini shakllantirish masalalari yoritilgan. Bozor muhiti, raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlari, narx siyosati hamda marketing faoliyatini tahlil qilishning korxonalar rivojlanishidagi o‘rni tahlil qilingan. Shuningdek, raqobat muhitini chuqur o‘rganish orqali korxonalarining bozor ulushini oshirish va raqobatbardoshligini mustahkamlash imkoniyatlari ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: *raqobatchilar tahlili, savdo strategiyasi, marketing, bozor tadqiqotlari, raqobatbardoshlik, iste‘molchilar talabi, narx siyosati, savdo korxonasi.*

Bugungi kunda bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalarining muvaffaqiyati nafaqat ichki resurslardan samarali foydalanishga, balki tashqi muhitni, xususan, raqobatchilar faoliyatini chuqur tahlil qilishga ham bog‘liq.

Raqobatning kuchayishi korxonalardan bozordagi o‘z o‘rnini mustahkamlash va xaridorlar talabiga mos strategiyalarni ishlab chiqishni talab etmoqda.

Raqobatchilarni o‘rganish marketing tadqiqotlarining muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Ushbu jarayon orqali korxonalar raqobatchilarning mahsulot assortimenti, narx siyosati, xizmat ko‘rsatish sifati, reklama faoliyati hamda bozordagi mavqeyini baholash imkoniyatiga ega bo‘ladi. Olingan ma‘lumotlar asosida korxonalar o‘zining ustun va zaif jihatlarni aniqlab, rivojlanish istiqbollarni belgilaydi.

Savdo strategiyasini shakllantirishda raqobatchilar haqidagi ma‘lumotlar muhim ahamiyat kasb etadi. Korxonalar raqobatchilarning tajribasini tahlil qilish orqali bozor talablariga mos mahsulot va xizmatlarni taklif etishi, samarali narx siyosatini yuritishi hamda marketing faoliyatini takomillashtirishi mumkin. Bu esa xaridorlar sonining ortishi va daromadlarning ko‘payishiga xizmat qiladi.

Raqamli texnologiyalar rivojlanishi raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish imkoniyatlarini kengaytirmoqda. Korxonalar internet tarmoqlari, ijtimoiy media platformalari va elektron tijorat tizimlari orqali raqobatchilar faoliyatini real vaqt rejimida kuzatishi mumkin. Katta ma‘lumotlar (Big Data) va sun‘iy intellekt texnologiyalari esa bozor tendensiyalarini prognoz qilish va strategik qarorlar qabul qilishda muhim vosita bo‘lib xizmat qilmoqda.

Savdo strategiyasini ishlab chiqishda SWOT tahlili, benchmarking, bozor segmentatsiyasi va pozitsiyalash usullaridan keng foydalaniladi. Ushbu usullar korxonaga raqobat ustunliklarini aniqlash, maqsadli auditoriyani belgilash va bozor talablariga mos takliflarni shakllantirish imkonini beradi. Natijada korxonada bozordagi mavqei mustahkamlab, uzoq muddatli rivojlanishni ta'minlaydi.

O'zbekiston savdo korxonalarida ham raqobatchilarni o'rganish va strategik boshqaruv tizimlarini joriy etishga bo'lgan qiziqish ortib bormoqda. Biroq ayrim korxonalarda marketing tadqiqotlariga yetarli e'tibor qaratilmasligi va zamonaviy tahliliy vositalardan foydalanish darajasining pastligi mavjud imkoniyatlardan to'liq foydalanishga to'sqinlik qilmoqda. Shu sababli korxonalarda marketing tahlili madaniyatini rivojlantirish va raqamli texnologiyalarni keng joriy etish muhim ahamiyatga ega.

Xulosa qilib aytganda, raqobatchilarni o'rganish va savdo strategiyasini shakllantirish savdo korxonalarining barqaror rivojlanishi hamda raqobatbardoshligini oshirishning muhim omillaridan biridir. Raqobat muhiti to'g'risidagi ma'lumotlardan samarali foydalanish korxonalariga bozor o'zgarishlariga tez moslashish va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. – Pearson Education, 2016.
2. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – Free Press, 2008.
3. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. – Pearson, 2022.
4. Armstrong G., Kotler P. Principles of Marketing. – Pearson, 2020.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining tadbirkorlik va raqobat muhitini rivojlantirishga oid farmon va qarorlari.