

# XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARINI BOSHQARISHDA MENEJMENT VA MARKETING SOHASINING TUTGAN O'RNI

**JizPI "Iqtisodiyot va menejment" kafedrasini katta o'qituvchisi,**

**Umarova Z.O**

**JizPI 4-kurs talabasi Nurboyeva Z**

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada xizmat ko'rsatish korxonalarini boshqarishda marketing va menejmentning tutgan o'rni hamda O'zbekistonda xizmat ko'rsatuvchi korxonalarining marketing boshqaruvini takomillashtirish yo'llari haqida ma'lumotlar berilgan.

**Kalit so'zlar:** Menejment, marketing, tadbirkor, iste'molchilar, xizmatlar, xizmat ko'rsatish, korxonalar, xo'jalik hisobi, konsalting.

**Annotation:** this article provides information on the role of marketing and management in the management of service enterprises and ways to improve the marketing management of service enterprises in Uzbekistan.

**Keywords:** Management, marketing, entrepreneur, consumers, Services, Service, Enterprise, economic accounting, consulting.

Bozor munosabatlariga o'tish bosqichida korxonalar va tashkilotlar oldida yuzaga kelayotgan qiyinchiliklar ko'p jihatdan korxonalar rahbar xodimlarining bozor qonunlari va uni o'rganish usullari bilan yetarlicha tanish emasligi tufayli paydo bo'lib bormoqda. To'la xo'jalik hisobi va o'z-o'zini moliyalashtirish tamoyillariga o'tish bosqichida korxonalar va tashkilotlar ilgari hech bo'lmagan hodisaga duch keldilar: ular ishlab chiqaradigan mahsulotga talab yo'q, korxonalar mutaxassislari esa uni qanday qilib ichki va jahon bozorlariga chiqarishni bilmaydilar. Yuqoridagi fikrlarni inobatga olgan holda, O'zbekiston bozor iqtisodiyoti sari bormoqda va shu yo'lda ko'p qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Bu

muammolarning yechimi ko'p jihatdan marketingdan qanchalik ijodiy va maqsadli foydalanishimizga bog'liqdir. Sababi, marketing bozorda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishning jahon tajribasi xazinasini hisoblanadi.

Zamonaviy jamiyat hayotida xizmat ko'rsatish sohasi muhim ahamiyatga egadir. Bugungi kunda turli xildagi darajada xizmat ko'rsatmaydigan korxonalar va tashkilotlar deyarli qolmagan va har birimiz har kuni ushbu sohaga qayta-qayta duch kelamiz: uyali telefonlar, internet, savdo va ko'ngilochar markazlar xizmatlari, ovqatlanish punktlari, go'zallik salonlari, konsalting, tibbiy va ta'lim muassasalari, turli transport turlarida sayohat va yuklarni tashish. Bu xizmat turlarining barchasi xizmat ko'rsatish sohasining tushunchasidir. Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalar, tashkilotlar va jismoniy shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarning turli turlarini takror ishlab chiqarishni o'z ichiga olgan jamlangan umumiy toifasidir. Boshqacha qilib aytganda, bular mamlakat iqtisodiyotining savdo, professional va maishiy xizmatlar ko'rsatishga ixtisoslashgan tarmoqlaridan biridir. Xizmat ko'rsatish sohasi moddiy ishlab chiqarishga nisbatan bir qator o'ziga xos xususiyatlarga egadir.

Birinchi, tovarlardan farqli o'laroq, xizmatlar asosan bir vaqtning o'zida ishlab chiqariladi va iste'mol qilinadi hamda saqlashga to'g'ri kelmaydi. Ikkinchi, xizmatlar ko'pincha mahsulotlarga qarama-qarshidir, garchi xizmat ko'rsatishning roli sanoatda ham ortib bormoqda - uskunalarni ta'mirlash, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish va tovarlarni sotish bilan bog'liq. Shuni aytib o'tishimiz mumkin, ko'p hollarda xizmat ko'rsatishda ishlab chiqarish elementi mavjud. Mahsulot sotish kabi, xizmat ko'rsatish elementi ham mavjud.

Bizga ma'lumki, birorta xo'jalik yurituvchi subyekt iqtisodiyotning qaysi tarmog'ida faoliyat yuritmasin, marketing va menejment xizmatlari o'z vazifalarini yaxshi bajara olmaydi. Shu jumladan, insonning ehtiyojlari amalda tugamaydi va kompaniyaning resurslari ko'pincha cheklangan, shuning uchun marketingning ahamiyati doimiy ravishda oshib boradi. Har bir mavzuning o'ziga xos ehtiyojlari bor, uni har doim ham sifat jihatidan qondirish mumkin emas. Ularning har biriga shaxsiy yondashuvimiz kerak. Shu sababli, yangi sharoitda iste'molchilarning

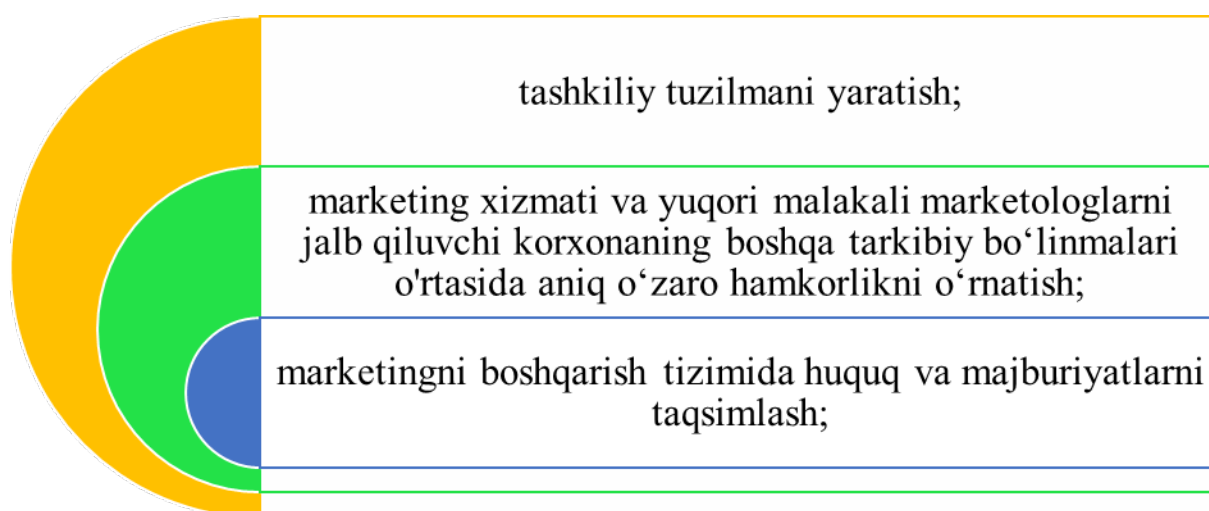
xohish-istaklarining xilma-xilligini aniqroq ajrata oladigan korxonada omon qoladi. Bularning barchasiga marketing xizmati yordam beradi.

Marketing biznes faoliyatining boshqa funksiyalaridan farqli o'laroq, asosan iste'molchilarga aloqador masalalar bilan shug'ullanadi. Marketingning maqsadi bir tomondan yuqori darajadagi qiymatni taklif qilgan holda yangi iste'molchilarni jalb etish, ikkinchi tomondan esa ehtiyojlarni qondirish orqali mavjud iste'molchilarni saqlab qolish hamda ularni sonini oshirib borishdan iboratdir.

Masalan, —McDonald's—Menga bu yoqadi shiorini mijozlar uchun tanavul qiladigan dunyodagi eng yaxshi joy bo'lishini e'tirof etgan holda amalga oshiradi hamda bu unga atrofdagi to'rtta raqiblarini bozor ulushini birlashtirganda ham, to'rt marta ko'p bozor ulushini berdi.

—Walmart —Pulingizni tejang va yaxshi yashang degan vadasini amalga oshirish orqali dunyodagi eng katta chakana savdo tarmog'i va eng katta kompaniyaga aylandi.

Har bir korxonada marketing faoliyatini tashkil etish quyidagi jarayonlarni o'z ichiga oladi:



Marketing so'zi ingliz tilidan tarjima qilinganda, —bozordagi faoliyat, —bozor faoliyati, —bozorni tadqiq qilish ma'nolarini bildiradi. Marketingning qachon paydo bo'lganligi haqida bir qancha fikrlar mavjud. Qat'iy nuqtai nazarlardan biri shundan iboratki, marketingning birinchi elementlari (og'zaki reklama, almashuv shakllarini kelishish) odamzod natural xo'jalikning

yakkaligidan xalos bo‘lib, savdoning shakllari paydo bo‘lgan paytdan boshlab vujudga kelgan. Vaholanki, agar reklama marketingning muhim funksiyasi ekanligini tan olsak, bundan uch ming-yil ilgari Vavilonda qochoq qullar evaziga mukofot: ikkita ho‘kiz va‘da qiluvchi maxsus belgilar mavjudligini yodga olish kerakdir.

Marketing - bu kompaniyaning bozorni rivojlantirishga, uni iqtisodiy o‘zgarishlarga moslashtirishga qaratilgan, innovatsiyalarni amalga oshirishga qodir siyosatidan biri hisoblanadi.

Shunday qilib, xizmat ko‘rsatish sohasi korxonasida marketing faoliyati muhim ahamiyatga ega, chunki u iste‘molchiga yo‘naltirilgan aniq dasturlarni ishlab chiqish orqali resurslarni oqilona taqsimlashga yordam beradi, natijada marketingning pirovard maqsadi - inson ehtiyojlarini qondirish hisoblanadi.

Marketing menejmenti tahlil qilinishi va eng yaxshi variantni tanlashi kerak bo‘lgan turli xil tadbirlar tizimini o‘z ichiga oladi.

F.Kotler, I.Minko, I.Berezinlar asarlarida ko‘rib chiqilgan. Korxonalar tomonidan marketingdan foydalanish iste‘molchilarning talab va ehtiyojlarini to‘liq qondirish uchun eng muhim ijtimoiy -iqtisodiy jarayonni amalga oshirishga yordam beradi.

F.Kotler quyidagi ta‘rifni taklif qiladi: marketing – bu tovarlarni yetkazib berish va ayirboshlash orqali shaxslar va guruhlarining ehtiyojlari va talablarini qondirishga qaratilgan ijtimoiy va boshqaruv jarayonidir.

Xulosa qilib aytganda, marketing nafaqat sof marketing maqsad va vazifalarini amalga oshirish, balki rejalashtirilgan ko‘rsatkichlarga erishishni ta‘minlash uchun kompaniya faoliyatini muvofiqlashtirish imkonini beradigan eng muhim boshqaruv funksiyalaridan biri bo‘lib xizmat qiladi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. S.Sayfullayev, N.Komilova. Sanoat iqtisodiyoti. Toshkent, “G‘afur G‘ulom” nashri. 2019-yil. 123-128-betlar.

2. Bozorov B.U., Jalolov K.M. Industrial va innovatsion iqtisodiyot. Samarqand Davlat Universiteti, 2019-yil. 56-60-betlar.
3. Abdullaev, A., Abdullaeva, G., & Umirova, G. (2022). Содержание стресс-тестирования экономической безопасности банковской системы. InterConf.
4. Sirojiddinov I., Hojiboeva I. Hududlarda xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish imkoniyatlaridan samarali foydalanish. Iqtisodiyot va ta'lim. T.: 2017 № 4, 36 b.
5. Obidova, Feruza Yaxyoevna, and Zevi Odilovna Umarova. "BOSHQARUV FAOLIYATINI AMALGA OSHIRISHDA KADRLARNING GENDER TENGLIGI." *Educational Research in Universal Sciences* 2.3 (2023): 208-215.
6. Umarova, Z. O. "BUSINESS OPPORTUNITY FOR TOURISM DEVELOPMENT." *Экономика и социум* 10 (2020): 275-278.
7. Obidova, F., and Z. Umarova. "FOREIGN EXPERIENCE OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT." *Экономика и социум* 5-1 (2021): 376-379.
8. Umirova, G. Iqtisodiyotimizni rivojlantirishda innovatsiyalarning tutgan o'rni va ro'li //Qo'qon universiteti xabarnomasi. – 2022. – T. 5. – S. 64-66.
9. Umirova, G. (2022). Mamlakatimizdagi monopoliyaga qarshi kurashishning raqobat muhitini shakllantirish. *Современные тенденции инновационного развития науки и образования в глобальном мире*, 1(1), 288-290.