

# SANOAT KORXONALARIDA MARKETING BOSHQARUVINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

Buxoro innovatsiyalar universiteti

70310102 – Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha)  
mutaxassisligi magistranti Muxsinov Sherzod Toxirovich

**Annotatsiya:** Keyingi paytlarda jahon mamlakatlarida, jumladan mamlakatimizda ham tadbirkorlik faoliyatiga katta e‘tibor qaratilmoqda. Tadbirkorlik faoliyati mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda ham muhim ahamiyatga ega bo‘lib bormoqda. Tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish va uni ishlab chiqishda tadbirkorlikning samarali vositasi hamda asosi bo‘lib marketing hisoblanadi hamda tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tizimida, uni tashkil etishda, rejalashtirish va nazorat qilishda muhim ahamiyat kasb etadi.

**Kalit so‘zlar:** Marketing nazariyasi, Zamonaviy marketing, Sanoat korxonalarining faoliyati, Xaridorlar va iste‘molchilar

**Abstract:** Recently, a lot of attention is paid to entrepreneurship in the world, including in our country. Entrepreneurship is also playing an important role in the development of the country’s economy. Marketing is an effective tool and basis for business decision-making and development, and plays an important role in the management system, its organization, planning and control.

**Keywords:** Marketing Theory, Modern Marketing, Industrial Enterprise Activities, Buyers and Consumers

Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi korxonalar va tashkilotlarning faoliyatida marketing faoliyatini keng miqyosda qo‘llash lozimligini ko‘rsatdi va isbotladi. Iqtisodiy jihatdan rivojlangan ilg‘or davlatlarning yirik firmalari tajribasi shuni ko‘rsatadiki, marketing faoliyati korxonalar va tashkilotlarning uzoq vaqt yashab qolishiga va unumdorligini orttirib borishiga imkoniyat yaratadi. Marketing faoliyatini amalga oshirish marketing nazariyasi va amaliyotining ravnaqiga bog‘liqdir.

Marketing nazariyasi va amaliyotining ravnaqi bevosita marketing izlanishlari va tadqiqotlari yo‘nalishlariga bog‘liq. AQSh, Germaniya, Yaponiya, Fransiya, Angliya kabi davlatlarda yuqori darajada shakllangan marketing faoliyati amalga oshirilmoqda. Unda birinchi o‘ringa xaridor, jamiyat farovonligini, ular oldidagi ijtimoiy mas’uliyatni qo‘yadi. Xaridor va qolaversa yalpi jamiyat miqyosida manfaatlar mushtarakligini ta’minlash, zamon talablari asosida uni takomillashtirib borish vazifasini firmaning kommunikatsiya siyosati, izlanishlari hal etadi.

Keyingi paytda iqtisodiy lug‘atimizga va umuman hayotimizga ko‘plab yangi iqtisodiy tushunchalar kirib keldi. Shunday tushunchalardan biri va eng ahamiyatlisi hisoblangan marketing so‘zi birinchi marta Amerika Qo‘shma Shtatlarida paydo bo‘lgan. AQSh da ishlab chiqaruvchilar o‘z mahsulotlarini ko‘proq sotishga harakatlarni amalga oshirib, bozorlarni qidirishga kirishadilar.

**Marketing so‘zi** - bozorlarni o‘rganaman, bozorlarni qidiraman degan ma’nolarni beradi. O‘sha vaqtdagi tadbirkorlar va fermerlar o‘zlari bilmagan holatda marketing faoliyati bilan shug‘ullanganlar. Keyinchalik marketing faoliyatining nazariy asoslari yaratildi.

Marketing faoliyatiga tushuncha berishga ko‘plab olimlar va tadqiqotchilar harakat qilganlar. Marketing – ayirboshlash yo‘li bilan ehtiyoj va talablarni qondirishga yo‘naltirilgan inson faoliyatining turi, bozordagi barcha qatnashchilarning o‘zaro manfaatlariga asoslangan harakatlarini, talabni shakllantirish va qondirish uchun birlashtirishdir. Marketing bu tovar harakatlarining barcha bosqichlarini o‘z ichiga oluvchi, talab taklifni o‘rganish, mahsulot ishlab chiqarish dasturini yaratish, sotish va iste’mol qilish bilan bog‘liq bo‘lgan turli xildagi xizmatlar ko‘rsatish va iste’moldan chiqqandan keyin utilizatsiyalashni tashkil qilish kabi bozor muammolarini yechishda yaxlit tizimli yondashishdir.

Marketing faoliyati nafaqat mahsulotlar va xizmatlar tayyor bo‘lgandan keyin sotishni nazarda tutadi. Marketing sanoat korxonasi faoliyatining barcha sohalarida amalga oshiriladi. Ular xom ashyo va materiallarni sotib olishda, ishlab chiqarish jarayonini tashkil etishda va tayyor bo‘lgan mahsulotlar va xizmatlarni bozorda sotish

jarayonlarida amal qiladi. Marketing faoliyatida marketing tadqiqotlari muhim o‘rin tutadi. Marketing tadqiqotlari yalpi marketing faoliyatini tashkil etishda, uni boshqarishda, rejalashtirishda va nazorat etishda muhim ahamiyatga ega.

Bu esa – zamonaviy marketing nazariyasining asosiy xususiyatlaridan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda. Marketing tadqiqotlarinig yuqori darajada tashkil etilishi, ularning ko‘lami, tahliliy va qayta ishlash jarayonlarida foydalaniladigan uslublar yig‘indisi, bevosita korxon va tashkilotlarning marketing strategiyasini belgilashda, amalga oshirishda, dastlabki bosqich, «tayanch nuqta» hisoblanadi. Iste‘mol bozori tobora yangi tovarlar va xizmatlar bilan boyib borayotgan bugungi sharoitda yangi imkoniyatlarni aniqlash va ulardan oqilona foydalanishda marketing tadqiqotlarining ahamiyati kun sayin ortib bormoqda.

Keyingi paytlarda jahon mamlakatlarida, jumladan mamlakatimizda ham tadbirkorlik faoliyatiga katta e‘tibor qaratilmoqda. Tadbirkorlik faoliyati mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda ham muhim ahamiyatga ega bo‘lib bormoqda. Tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish va uni ishlab chiqishda tadbirkorlikning samarali vositasi hamda asosi bo‘lib marketing hisoblanadi hamda tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tizimida, uni tashkil etishda, rejalashtirish va nazorat qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. “Ay-si-ay” konserni boshqaruvi raisi Djon Xarvi Djons tadbirkorlikda marketingni o‘rnini tavsiflab shunday deydi, ya’ni “Marketing tadbirkorlikning tayanch omilidir. Bu nafaqat yoqilg‘i, balki kema komandasidir.”

Marketing eng avvalo tovarlar to‘planib, sotilmay qolgan va iqtisodiyot inqirozi kuchaygan sharoitda, uni shu inqirozdan chiqarish quroli sifatida ixtiro qilingan, yaratilgandir. Uning maqsadi nihoyatda keng va murakkab masalalarni hal qilishga qaratilgandir. U ishlab chiqarishni xaridor ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklifni muvozanatiga erishgan holda, uni tashkil etgan korxon va tashkilotlarga yuqori foyda keltirishdir. Bunga erishish uchun marketing quyidagi muhim vazifalarni hal etishi lozim:

- xaridorlar va iste‘molchilarning ehtiyojlarini o‘rganish va aniqlash;
- turli tovarlar va xizmatlarga bo‘lgan talablarni o‘rganish;

- sanoat korxonalarining faoliyatini uning xaridorlari ehtiyojlariga moslashtirish;
- talab va taklif to'g'risida olingan ma'lumotlar asosida bozorni o'rganish;
- tovarlar reklamasini tashkil etish, xaridorlarni tovarlarni sotib olishga qiziqishini orttirish;
- tovar yaratuvchi yoki uni sotuvchi korxonada tadqiqotlarini amalga oshirish uchun ma'lumotlar to'plash va tahlil qilish;
- tovarni bozorga chiqarishdagi barcha xizmatlar to'g'risida ma'lumotlar olish;
- to'ldiruvchi tovarlar va o'rnini bosuvchi tovarlar to'g'risida axborotlar yig'ish;
- tovarlarga bo'lgan talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iboratdir.

Marketingning vazifalaridan eng muhimlari qatorida sotishni rag'batlantirish hisoblanadi. Sotishni rag'batlantirish bozorga chiqarilgan tovarni rejalashtirilgan sotish darajasini ta'minlashga imkon beradi. Bu ishlab chiqarish xarajatlarini qoplash va foyda olish demakdir. Sotishni rag'batlantirishning quyidagi faol shakllari mavjud - ko'rgazma-savdo, yarmarkalar, maxsus savdo agentlari xizmatidan foydalanish va arzon baholar. Marketing tizimida sotish siyosati - bu tovar davriy harakatini tashkil etish jarayonidir. U tovar massasining ishlab chiqaruvchidan to iste'molchigacha bo'lgan harakatining har bir bosqichida qabul qilinadigan qarorlarga ta'sir qilishning aniq tahlilini talab qiladi. Bu holda sotish deganda ishlab chiqarish bilan savdo orasidagi barcha aloqalar tushuniladi. U ulgurji va chakana savdoni, tashish va saqlashni o'z ichiga oladi. Bizning iqtisodiy sharoitimizda marketingning tovar siyosati kabi vazifasi ham muhim ahamiyatga ega.

Har tomonlama o'ylab yuritilgan tovar siyosati resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi. Tovar siyosati har bir ishlab chiqarilgan mahsulotning aniq iste'molchilar guruhiga mo'ljallangan bo'lishini ta'minlaydi. Ya'ni, har qanday tovar aniq iste'mol manziliga ega bo'lishi kerak. Har qanday mamlakat iqtisodiyotining

rivojlanishida sanoat tarmogʻining ahamiyati va hissasi katta boʻladi. sanoat tarmogʻi boshqa barcha tarmoqlarga muhim hisoblangan asosiy vositalarni yetkazib beradi. Ulardagi fan-texnika taraqqiyotini amalga oshirishga koʻmak beradi. shu sababli, sanoatni rivojlantirish birinchi galdagi asosiy vazifalardan hisoblanadi.

Sanoat korxonalarida ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning muhim shartlaridan biri haqiqiy ragʻbatlantirish tizimini etishdir. Har qanday tashkilotda ishlarni tashkil etilishi, faoliyatni amalga oshirilishi ulardagi mehnat miqdori va sifati uchun ragʻbatlantirishi darajasiga bogʻliqdir. Har qanday ishlab chiqarishning rivojlanishi undagi odamlarning shaxsiy qiziqishlari orqali amalga oshadi.



Sanoat korxonalarining bu kabi maqsad va vazifalarini bajarilishida ulardagi marketing faoliyatining ahamiyati nihoyatda kattadir. Bu faoliyat korxonah mahsulotlari va xizmatlarining oʻz vaqtida raqobatga bardosh berishi va bozorlarda sotilishini taʼminlaydi. Mahsuloti va xizmati sotilgan tashkilotgina bozor iqtisodiyoti sharoitida muvaffaqiyatga erishadi.

#### **Фойдаланилган адабиётлар**

1. Toxirovich M. B., Baxtiyorovich M. N. Korxonalar boshqaruvida kontseptsiyasi doirasida integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyalari samaradorligini aniqlashning uslubiy yondashuvlari //scientific approach to the modern education system. – 2023. – T. 1. – №. 2.

2. Остонакулова Г., Жалилов Ж., Мухсинов Б. Методы оценки

эффективности маркетинговой деятельности предприятий //Общество и инновации. – 2021. – Т. 2. – №. 4/S. – С. 740-745.