

MARKETINGNING RAQOBATLI BOZORDA AHAMIYATI

Toshtemirov Muhammad

*Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti talabasi
dotsent, Mamatraimov Islom Mamanazarovich*

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti, Menejment va marketing kafedrasida

Annotatsiya: Ushbu tezisdan marketingning va marketing strategiyalarning raqobatli bozor sharoitida ahamiyatligi keltirib o'tilgan.

Kalit so'zlar: Bozor iqtisodiyoti, raqobat, marketing, marketing strategiyalar va ularning raqobatda muhimligi.

Abstract: In this thesis, the importance of marketing and marketing strategies in competitive market conditions is mentioned

Key words: Market economy, competition, marketing, marketing strategies and their importance in competition.

Аннотация: В данной тезис упоминается важность маркетинга и маркетинговых стратегий в условиях конкурентного рынка.

Ключевые слова: Рыночная экономика, конкуренция, маркетинг, маркетинговые стратегии и их значение в конкуренции.

Mamlakatimiz Prezidenti Shavkat Mirziyoyev faoliyatining boshlang'ich yillaridanoq yurtimizning iqtisodiy holatini yaxshilash va jahon hamjamiyatining oldidagi nufuzini ko'tarish uchun harakatni boshlab yubordi. Buning isboti o'laroq biz "Harakatlar strategiyasining" besh ustuvor yo'nalishidan biri "Iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirish" yo'nalishini misol qilishimiz mumkin. Shu o'rinda mamlakatimiz iqtisodiyoti izchil tarzda kundun kunga rivojlanib yangi bozorlar vujudga kelmoqda. Muhtaram prezidentimiz ham mamlakatda raqobatli bozor sharoitini yaratishga o'z e'tiborini qaratgan. Buni isboti o'laroq, O'zbekiston Respublikasi prezidentining 06.06.2020 dagi PF-6019 farmonini, ya'ni bozorda monopoliyaga qarshi tizimni yaratish bo'yicha bergan ko'rsatmasini keltirishimiz mumkin. Bozor iqtisodiyotida hozirgi kunda marketing juda ham muhim bo'lib kelmoqda va muhim bo'lib turibdi.

Iqtisodiyot tushunchasiga turli xil ta'riflar berib o'tilgan. Umumiy ma'noda iqtisodiyot bu ishlab chiqarish, taqsimlash va savdo, shuningdek, tovarlar va xizmatlarni iste'mol qilish sohasini o'rganish sohasidir. Umuman olganda, u tanqis bo'lgan resurslarni ishlab chiqarish, ishlatish va boshqarish bilan bog'liq amaliyotlar, nutqlar va moddiy ifodalarni ta'kidlaydigan ijtimoiy soha sifatida belgilanadi. Muayyan iqtisodiyot - bu asosiy omillar sifatida uning madaniyati, qadriyatlarini, ta'limi, texnologik evolyutsiyasi, tarixi, ijtimoiy tuzilishi, siyosiy tuzilishi, huquqiy tizimlari va tabiiy resurslarini o'z ichiga olgan jarayonlar to'plamidir. Bu omillar ma'no-mazmunni beradi va iqtisodiyot sharoit va parametrlarini belgilaydi. Boshqacha qilib aytganda, iqtisodiy soha -bu o'zaro bog'liq bo'lgan inson amaliyotlari va operatsiyalarining ijtimoiy sohasi bo'lib, u bir necha sohalar bilan chambarchas bog'liqdir.

Bozor iqtisodiyoti- iqtisodiy faoliyatning asosiy yo'nalishlaridan biri bo'lib, tovarlar va xizmatlarni o'zgartirish, sotib olish, sotish, narxning tuzilishini ifodalaydi. Bozor iqtisodiyoti, moliyaviy tashkilotlar, xaridorlar, sotuvchilar va boshqalar orasidagi tovarlar va xizmatlar bilan bog'liq o'zgarishlarni o'rganadi. Bozor mexanizmi narx, talab, taklif va raqobatdan tashkil topadi.

Raqobat bu o'zaro moslashuvchi yoki o'zaro qarshi turuvchi faoliyatlar yoki o'zaro qarshilikni ifodalovchi har qanday mavzuga mo'ljallangan sohalaridir. Iqtisodiyot, biznes, sport, va boshqa sohalarida "raqobat" so'zi o'zaro raqobat va o'zaro qarshilikni ta'riflash uchun ishlatiladi.

Iqtisodiyatdagi raqobat asosan o'zaro raqobat qilayotgan tadbirkorlar yoki tadbirkorlik subyektlari o'rtasidagi shartnoma, xizmat va mahsulot narxlari, xizmatlar kabi o'zaro ta'sir etadigan faktorlar bo'yicha ifodalangan. Raqobatga moslashuvchi tadbirkorlar doimiy ravishda xizmat va

mahsulotlarini yaxshilash, narxlarni pastaytirish, innovatsion yechimlar ishlab chiqish va boshqa strategiyalar bilan ishlashadi.

Marketing bu xizmatlar yoki tadbirkorlikda sotish va sotib olish jarayonlarini o'rganish va uning o'zgaruvchanligini oshirish bilan bog'liq bo'lgan barcha amallarni ifodalaydi. Marketingning asosiy maqsadi mijozlarni jalb qilish, ularga o'z mahsulotlari yoki xizmatlarini sotish, xaridorlarni qo'lga kiritish va o'z tadbirkorligini o'zaro tanitishdir.

Marketing strategiyalari esa marketingning bir qatorda boshqarilishi va barcha marketing faoliyatlarini birlashtirish uchun belgilangan rejalashtirilgan yo'nalishlardir. Bu strategiyalar o'rtasida bunday yo'nalishlar mavjud bo'lishi mumkin:

1. Mijozni aniqlash va targ'ib qilish: Bu strategiya marketingning asosiy qismidir. Bu potentsial mijozlarni tanishish, ularning talablari va xohishlari haqida ma'lumot to'plash va ularni sotib olishga yo'naltirishdir.

2. Mahsulot yoki xizmatni tayyorlash va taqdim etish: Bu strategiya mahsulot yoki xizmatning sifatini, narxini, sifatini va foydalanishini belgilash va uni sotish uchun muvofiqlashtirishni o'z ichiga oladi.

3. Narxlarni belgilash va marketing kommunikatsiyasi: Bu, mahsulotlar yoki xizmatlar narxini aniqlash, chegirmalar, chegirma kampaniyalari, reklama va boshqa marketing kommunikatsiyalar orqali mijozlarga mahsulot yoki xizmatni sotishga yo'naltirishni o'z ichiga oladi.

4. Dastlabki mijozlarga oid qo'llanmalar va axborot: Bu strategiya yangi mijozlarni jalb qilish va ularni tadbirkorlikga jalb qilishga yo'naltirilgan, masalan, reklama, tanlovlar, chegirmalar va boshqa marketing vositalari orqali amalga oshiriladi.

5. Xizmatlardan keyingi yuzlab mijozlar va ularga qayta sotish, mijoz loyalligini yaratish: Bu, mavjud mijozlarga qayta sotish, ularga yangi mahsulotlar va xizmatlar taklif qilish orqali marketingning davomiy o'sishini ta'minlashga yo'naltirilgan.

Bu marketing strategiyalari, tadbirkorlarga xizmatlarini o'zaro raqobatbardosh, innovatsion va mijozlarga qiziqtirishga ko'rsatish uchun tayyorlanadi. Har bir tadbirkorning marketing strategiyasi o'zining maxsus maqsadi va turli darajadagi muvaffaqiyatga erishishning usullarini o'z ichiga oladi.

Marketing va marketing strategiyalari raqobatli bozor sharoitida juda muhim sanaladi, chunki u tadbirkorni to'g'ri tanitib, xaridorlarni jalb qilish va xaridorlarning talablariga o'z takliflarini berishni o'z ichiga oladi. Marketing faoliyatlarining muhimligi quyidagi sabablarga asoslanadi:

1. Mijozlar bilan bog'lanish: Raqobatda marketing, tadbirkorni o'zining mahsulotlarini yoki xizmatlarini boshqalar bilan solishtirishga va ularni jalb qilishga yordam beradi. Mijozlarni o'zlariga xos bo'lgan mahsulotlar yoki xizmatlar bilan qiziqtirish, ularni sotib olishga rag'batlantirish uchun turli marketing vositalari ishlatiladi.

2. Mahsulotlar va xizmatlarni sotish: Raqobatda marketingning asosiy maqsadi - tadbirkorni o'zining mahsulotlarini yoki xizmatlarini sotishga yo'naltirishdir. To'g'ri marketing strategiyalari va vositalari bilan, tadbirkorlar xaridorlarni jalb qilish, ularning takliflariga rag'batlantirish va sotib olishlarini ta'minlashadi.

3. Tadbirkorlikning taniqlik darajasini oshirish: Raqobatda marketing, tadbirkorlikning taniqlik darajasini oshirishga yordam beradi. Yangi mijozlarni jalb qilish, mavjud mijozlar bilan bo'g'liqni kuchaytirish, tadbirkorni sektorda taningan va etakchilar orasida maqbul bo'lgan marka sifatiga olib chiqish uchun marketingni amalga oshirish juda muhimdir.

4. Turli vositalar orqali aloqani yaxshilash: Marketing faoliyatlarining muhim aspekti turli marketing vositalari va kommunikatsiya usullari orqali aloqani yaxshilashdir. Reklama, PR, digital marketing, tanlovlar, chegirmalar va boshqa usullar orqali tadbirkorlar o'zlarining mahsulotlarini va xizmatlarini keng doira miqdorda mijozlarga taqdim etishadi.

5. Qo'shimcha qadriyatni olish: Raqobatda marketing, tadbirkorlarga qo'shimcha qadriyat olishga yordam beradi. Mahsulot yoki xizmatning qo'shimcha foydasi, uning texnologik, dizayn,

narx va boshqa afzalliklari orqali xaridorlarga ko'rsatiladi va ularni boshqa ta'sirchan takliflardan ajralib turishga olib keladi.

Bular marketingning raqobatda muhimligining asosiy sabablari, ammo bu faoliyatlar qanday shaklda va qanday sifatda amalga oshirilishi kerakligi, tadbirkorlar uchun muhimdir.

Xulosa qilib aytganda, marketing va marketing strategiyalar xizmat va tadbirkorlik faoliyatini tanitishda, shu jumladan raqobatli bozor sharoitida boshqa raqobatchilarga qarshi muqobil ravishda kurashish uchun juda muhim hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Prezident Shavkat Mirziyoyevning PQ-4947 qarori va PF-6019 farmoni www.lex.uz
2. "Principles of Economics" by N. Gregory Mankiw, 9th chapter
3. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 02.03.2021 yildagi 114-son
4. "Marketing Made Simple" kitobi Robert B. Cialdini