



MARKETINGNI MAMLAKAT IQTISODIYOTI UCHUN AFZALLIKLARI VA UNING ISTIQBOLLARI

Hasanov Samandar Kamol o'g'li¹

Ilmiy rahbar: Zakirova Sayyora Alimovna²

¹ Jahon Iqtisodiyoti va Diplomatika universiteti

Xalqaro iqtisodiyot va menejment fakulteti 2-bosqich talabasi,

² Jahon Iqtisodiyoti va Diplomatika universiteti o'qituvchisi,

Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent (PhD)

<https://doi.org/10.5281/zenodo.6364872>

MAQOLA TARIXI

Qabul qilindi: 01-mart 2022

Ma'qullandi: 10-mart 2022

Chop etildi: 14-mart 2022

KALIT SO'ZLAR

marketing, reklama, bozor, jamiyat, tovar va xizmatlar, xarajatlar, milliy daromad, investitsiyalar, turizm, segmentatsiya, geomarketing, milliy brend.

ANNOTATSIYA

Ushbu ilmiy maqolada, Marketing bozor holatini kuzatish va iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish maqsadida tovarlarni to'g'ri taqsimlash tushuniladi. Marketing vazifalari sifatida jamiyat uchun xizmat qilishi, bozordagi ayirboshlashni nazoratga olishi, davlat budjetini oshirish uchun bozordagi taabni oshirish va davlatga investitsiyalarni olib kelish ko'rib chiqilgan.

Mustaqillik yillarida O'zbekistonda bozor munosabatlariga asoslangan milliy iqtisodiyot qaror topdi. Jamiyat hayotida bozor munosabatlari va bozor iqtisodiyotining amal qilishi haqidagi bilimlarga talab va qiziqish sezilarli oshdi. Bozor harakatlarining rivojlanishi bilan davlatimizga "Marketing" so'zi xalq keng rivojlana boshladi. Marketing sohasi bozorni o'rganish, undagi qonuniyatlar, tendensiyalar va yuzaga kelgan vaziyatlarni yoritish, uni jadval, diagramma, grafik, rasm va amaliy elementlar yordamida tadqiq qilish uchun ko'p qo'llanilib kelmoqda.

Marketing inglizchadan "market" – bozor, bozordagi harakat, faoliyat, ya'ni bozor faoliyatini o'rganish ma'nosini anglatadi. Marketing tushunchasi bozor bilan bog'liq bo'lgan istalgan faoliyatni

o'z ichiga oladi. Marketing murakkab, ko'p qirrali tushunchadir. Marketing – korxonaning tovarlar ishlab chiqarish va sotishni tashkil etish hamda boshqarish shaklidir. "Marketing" ga "sotish" va "reklama qilish"dan ham ko'proq muhim jihatlarni o'z ichiga oladi. Marketing – mijozni kerakli tovar va xizmatlar bilan ta'minlashda "mijozni qanoatlantirish", ya'ni mijozning ehtiyoji, xohish va istaklarini qoniqtirish katta ahamiyatga ega.

Marketing butun mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi uchun muhim o'rin egalladi. Bu ijtimoiy farovonlik obyektiga erishish uchun ham zaruratga aylandi. Marketing birinchi o'rinda jamiyatning erkin tanlay olish va mahsulotlarni sifatini bilishga yordam beradi. Jamiyat - bu turli xil did va afzalliklarga ega bo'lgan xilma-xil



odamlarning aralashmasi. Zamonaviy marketing har doim mijozlar ehtiyojini qondirishga qaratilgan. Demak, marketingning asosiy mas'uliyati jamiyat uchun o'z ehtiyojlari va didiga ko'ra maqbul narxlarda tovar va xizmatlar ishlab chiqarishdan iborat. Marketing jamiyatning ehtiyojlari va ehtiyojlarini ochib beradi, shu ehtiyojlarga muvofiq tovarlar va xizmatlar ishlab chiqaradi, bu tovarlar va xizmatlarga talabni yaratadi. Ular tovarlarni targ'ib qiladilar va odamlarni ular haqida xabardor qiladilar va tovarlarga talabni yaratadilar, mijozlarni ulardan foydalanishga undashadi. Shunday qilib, u jamiyatning turmush darajasini oshiradi. Marketingning ikkinchi muhim majburiyati bu tarqatish xarajatlarini nazorat qilishdir. Samarali marketing orqali kompaniyalar tarqatish xarajatlarini sezilarli darajada kamaytirishi mumkin. Tarqatish tannarxining pasayishi mahsulot narxiga bevosita ta'sir qiladi, chunki tarqatish xarajatlari mahsulot umumiy narxining muhim qismini tashkil qiladi.

Marketingni yana bir vazifalaridan bu bozor ko'lamini kengaytirish hisoblanadi. U bozorda iste'molchilarning yashirin istaklarini o'ziga tortadi, yangi talabni yaratadi, foydalanilmagan joylarni topadi va yangi mahsulotlarni sotish imkoniyatlarini o'rganadi. Shunday qilib, u bozorni kengaytiradi va ishlab chiqaruvchilarga mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish va ko'proq foyda olish imkonini beradi.

Shu bilan birga marketing orqali ko'proq ehtiyojlar, qulayliklar va hashamatli narsalar, arzonroq va qimmatroq va ko'proq xizmatlar va qulayliklar bilan ta'minlanishi tufayli jamiyat yuqori turmush darajasiga ega bo'ladi. Hatto jamiyatning eng kambag'al

qatlamlari ham tovarlar va xizmatlar narxini pasaytirish tufayli o'z qo'lida ko'p narsalarni topadilar. Pol Mazur "marketing jamiyatga turmush darajasini yetkazib berishdir" deydi. Professor Malkom Me Nair yana qo'shimcha qildiki, "marketing jamiyatga turmush darajasini yaratish va yetkazishdir". Marketing davlatning milliy daromadida ham hissasi ega. Milliy daromad - bu davlat ega bo'lgan tovarlar va xizmatlar yig'indisidir. Barcha marketing sa'y-harakatlarining sof samarasi mavjud sanoat ishlab chiqarishining o'sishi, yangi sanoat bo'linmalariga investitsiyalar va ko'proq xizmatlar ko'rsatishdir. Milliy daromadning oshishi bilan xalq boyib boradi va aholi jon boshiga daromadning o'sishi kuzatiladi. Iqtisodiyot kam rivojlangan bosqichdan rivojlanayotgan bosqichga ko'tariladi va keyin rivojlangan iqtisodiyot tomon yuradi. Yuqorida aytilganidek marketing bozor talabini oshiradi va o'z navbatida kompaniyalar ishlab chiqarish darajasini, daromadlarini oshirishlari kerak. Bu o'sish, o'z navbatida, milliy daromadni oshiradi. Keyinchalik samarali marketing eksportni milliy daromadga qo'shishga olib keladi. Bu butun jamiyat uchun foydalidir.

Marketingni Davlat uchun yana bir eng katta foydasi albatta turizmdir. Marketing yo'li bilan Davlat, xalq o'z vatanini, uning go'zal manzaralarini turistlar uchun namoyish qila oladi. Albatta turizm juda ham murakkab xizmatlarni o'z ichiga olganligi tufayli marketing xizmat ko'rsatish masalalarini ko'rib chiqadi. Marketing turizm rivojlanishi shu hududdagi barcha turistik obyektlarni dunyoga tanitadi. Bu davlatga ko'plab mijozlarni jalb qilishi shubhasiz. Shuningdek juda katta investorlar davlatning mashxurligiga e'tibor



qaratishadi. Bu esa davlat uchun sarmoyalarni jalb qilishning eng yaxshi usullaridan biri.

So'nggi yillarda ro'y berayotgan global dunyodagi rang-barang o'zgarishlar insoniyat hayotida yangicha qarashlarni vujudga keltirmoqda. Ilm-fan rivoji va innovatsion texnologiyalar sabab sayyoramiz misli ko'rilmagan o'zgarishlarga yuz tutmoqda. Shu o'rinda marketing borasidagi eskicha qarashlar ham kundan kunga o'zgarib bormoqda. Dastavval, marketing mahsulotni iloji boricha foyda bilan sotishni ko'zda tutgan bo'lsa, bugunda u iste'molchilarning foydasini ko'zlaydi. Ya'ni xaridorlar qaysi mahsulotni sotib olish va bozorda qanday turdagi tovarga talabni borligini bilish va yangi tovarlar bozorda o'rnini toptirish marketingda o'rganilmoqda. Lekin bu tadqiqotlar ba'zan davlatda bozor iqtisodiyoti yo'lga qo'yilishi va aholi erkinlik xurfi krilikni talab qiladi. Marketing albatta erkin faoliyat bo'lganligi sababli unda aholi demografik, geografik segmentatsiya va davlatning cheklovlari marketingda alohida rol o'ynaydi. Shunday ekan, marketingni rivojlantirish uchun davlatda liberallik, tinchlik hukm surmog'i darkor.

Ba'zan kuchli marketing davlatni tashqi savdoda o'rnini belgilab beradi. Bugungi kunda dunyoda 200 ga yaqin davlat mavjud bo'lib, ularning barchasi resurslar, savdo va e'tibor uchun

raqobatlashadi. Agarda dunyoning bir chekkasidagi davlat o'zini dunyoga bildirish uchun nima qilish zarur? Buning mamlakat milliy brendi yaratish va uni targ'ib qilish geo-marketingni rivojlanishda yordam beradi. G'arb matbuotida geomarketing tushunchasi biznes va geoaxborot texnologiyalarini ajralmas bir butunlikka bog'laydi. Chet elda geomarketing turizm, logistika, geodeziya asbob-uskunalarini sotishda, loyihadan oldingi tadqiqotlarda, masofadan zondlash ma'lumotlarini sotishda, muhandislik va atrof-muhitni o'rganishda, xizmat ko'rsatish ob'ektlarini qurishning loyihadan oldingi texnik-iqtisodiy asoslashlarida aniq qo'llaniladi. Milliy brend albatta davlatni mashxurlikka chorlaydi. Kuchli mamlakat brendi bir vaqtning o'zida sayyohlar, savdo sheriklar va investorlarni rag'batlantirishi kerak. Oddiy Chili misolida olsak, bu davlat urf-odatlarini, madaniyatini tomonidan braziliyaliklarga o'xshab ketishini ta'kidlashgan. Lekin hozirgi kunda bu brend dunyodagi juda kompaniya nomiga aylangan va har bir tovarga qo'yilgan bu milliy brend uchun qat'iy soliqlar va tartiblar joriy etilgan.

Bu nomlar faqatgina logo sifatida qaralishi kerak emas, balki davlatni biror o'zgacha xislatini ochib bera olishi ham lozim, xuddi O'zbekiston deganda palov milliy taomi esga tushgandek.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. "Marketing" F.T.Bazarova O'zbekiston Respublikasi "Iqtisod - moliya" nashriyoti 2015, bet 129;
2. <https://www.bbc.com/news/business-45263511>
3. <https://www.yourarticlelibrary.com/marketing/importance-of-marketing-for-the-economic-development-of-a-country>



4. www.Business.com
5. Development of Geo-Marketing Tatiana Ozhereleva bet 1776, Copyright © 2014 by Academic Publishing House Researcher