

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. **O‘zbekiston Respublikasi “Korrupsiyaga qarshi kurashish to‘g‘risida”gi Qonuni.** – 2017-yil, 3-yanvar.
2. **O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni.** “Korrupsiyaga qarshi kurashish tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. – 2020-yil.
3. Kobiljonovna K. M. Application Of Ways To Increase Efficiency In Learning The Russian Language //Texas Journal of Multidisciplinary Studies. – 2024. – T. 28. – C. 12-14.
4. Комилова М. К., Давлятова Т. Б. РОЛЬ ТЕРМИНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧИ //Лучшие интеллектуальные исследования. – 2025. – Т. 41. – №. 3. – С. 129-133.
5. Komilova M. Issues of the social significance of education in uzbekistan //Интернаука. – 2019. – №. 22-3. – С. 62-63.
6. **Xudoyberdiyev, A., Jo‘rayev, N.** Korrupsiyaga qarshi kurashishda raqamli texnologiyalarning o‘rni. – Toshkent: “Iqtisodiyot”, 2023. – 212 b.
7. **Saidov, S.** Davlat boshqaruvida shaffoflik va ochiqlikning oshishi: raqamli boshqaruv imkoniyatlari. – Toshkent: TDYMI nashriyoti, 2022. – 178 b.

Komilova Mukarram Qobiljonovna

SamISI katta o‘qituvchisi

komilova.mukarram29@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8799-413

Boliyeva Dinora Rustam Qizi

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Servis fakulteti MR 325-guruh talabasi

MARKETINGNING IQTISODIY TIZIMDAGI O‘RNI VA AHAMIYATI

Annotatsiya: Ushbu maqolada marketing va uning mohiyati, marketing nima va nima uchun bu darajada muhim qolaversa uning kelib chiqishi. Shu bilan birga marketinging vazifalari turlari haqida alohida aytib o‘tilgan. Marketing – bu sotuvning yuragi. Bu faqat reklama emas balki mahsulotni yaralishidan tortib toki iste’molchilarga yetguncha bo‘lgan barcha jarayondir. Uning ahamiyati – mahsulotni tanishtirish, mijozlarni jalb qilish va ularni olib qolish va savdoni oshirishda juda muhimdir. Eng asosiysi - bu korxonaning iqtisodiy faoliyatida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘lgan strategik jarayon bo‘lib, uning samarali tashkil etilishi raqobatda ustunlik, mijoz ehtiyojini qondirish va barqaror rivojlanishning asosiy omilidir.

Kalit so'zlar: Marketing, iste'molchi, reklama, 4P, narx, brend, sifat, ahamiyat, Raqamli marketing, An'anaviy marketing, influencer marketing

Abstract: This article discusses marketing and its essence, what marketing is, why it is so important, and its origins. It also separately explains the functions and types of marketing. Marketing is the heart of sales. It is not just advertising but includes all processes from the creation of the product to its delivery to consumers. Its importance lies in introducing the product, attracting customers, retaining them, and increasing sales. Most importantly, it is a strategic process with decisive importance in the economic activity of an enterprise. Its effective organization is the main factor for gaining competitive advantage, meeting customer needs, and sustainable development.

Keywords: Marketing, consumer, advertising, 4P, price, brand, quality, importance, digital marketing, traditional marketing, influencer marketing.

Kirish. Marketing- *(inglizcha market - bozor, bozordagi harakat, faoliyat)* "Marketing" atamasi ilk bor XIX asrning 60-yillarida Makkovern tomonidan kiritilgan. Marketing nazariy konsepsiya va tijorat faoliyatining o'ziga xos hodisasi tarzida XX-asr boshlarida AQShda ilk bor qo'llandi. Ishlab chiqarish va kapitalning yuksak darajada to'planishi, iqtisodiyot tarmoqlarida monopoliyalar hukmronligining, xalqaro bozorda keskin raqobatning vujudga kelishi mahsulot sotish muammosini obyektiv tarzda birinchi o'ringa chiqardi. 1908-yilda Amerika Qo'shma Shtatlarida marketing muammolarini o'rganadigan birinchi ixtisoslashgan firma paydo bo'ldi. 1911-yilda esa o'sha davrdagi bir qator yirik kompaniyalar tijorat tadqiqotlari bilan shug'ullanadigan dastlabki bo'limlarni ochdi. Kompaniyalar huzurida bozorni o'rganish, reklama, xaridorlarga xizmat ko'rsatish va boshqarishning boshqa vazifalari bilan shug'ullanadigan "marketing" bo'limlari ta'sis etila boshlandi. 1931-yilda Amerika marketing jamiyati, 1937-yilda esa Amerika marketing milliy uyushmasi tuzildi. XX-asrning 50-60-yillarida xalqaro marketing federatsiyasi, jamoatchilik fikri hamda marketing bo'yicha Yevropa jamiyati va Yevropa marketing akademiyasi kabi xalqaro marketing tashkilotlari tuzildi, marketing zamonaviy kasblardan biri deyiladi.

Marketing bu faqatgina reklama emas, ammo ko'plab odamlar marketingni shunchaki reklama deb o'ylaydi, lekin bu noto'g'ri.

Marketing - bu mahsulot yoki xizmatni mijozlarga tanitishdan tashqari, iste'molchilarni chuqur o'rganish, ularning talab va istaklarini aniqlash, bozor sharoitiga moslashish va bozorga ta'sir ko'rsatish jarayonidir. Marketingning asosiy yo'nalishi - mijoz nimani xohlashini bilish, shu ehtiyoj asosida mahsulotni shakllantirish va uni bozorda muvaffaqiyatli joylashtirishdir. Ya'ni marketing reklama bilan cheklanib qolmaydi, balki butun biznesning rivojlanish strategiyasini belgilovchi

keng qamrovli tizimdir. Qisqa qilib aytganda mahsulotni yaratishdan tortib, sotilganga qadar bo'lgan barcha jarayon.

Marketingning maqsadi - yangi mijozlarni mahsulot, tovar yoki xizmat uchun jalb qilish, ularga yuqori iste'mol sifatini taklif qilib, eski mijozlarni saqlab qolgan holda, ularning tinimsiz o'zgarib turuvchi ehtiyojlarini qondirishdan iborat.

Marketingning asosiy vazifasi - har bir bozorni ehtiyojlari va zaruratlarini, talab va taklifni aniqlash, ular orasidan o'z kompaniyalari boshqa raqobatchilardan ko'ra yuqori darajali xizmat ko'rsata oladiganlarini tanlashdan iborat. Bu kompaniyaga yuqori sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish va uning natijasida iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish bilan kompaniyaning umumiy foydasini oshirishdir.

Marketingning asosiy vazifalaridir

- ✓ Bozorni o'rganish - talab, taklif, raqobatni tahlil qilish.
- ✓ Maqsadli auditoriyani aniqlash - kimga sotishni belgilash.
- ✓ Mahsulotni rivojlantirish - xaridor xohlagan sifatni berish.
- ✓ Narx siyosatini belgilash - raqobatchilarga mos, foydali narx.
- ✓ Reklama va targ'ibot - mahsulot haqida iste'molchiga to'g'ri axborot berish.
- ✓ Savdoni tashkil qilish - sotuv kanallarini yaratish.
- ✓ Mijozlar bilan aloqa - xizmat ko'rsatish, fikr-mulohazalar yig'ish.
- ✓ Mijoz ehtiyojini aniqlash - ular nima istaydi, qanday sifat kerak.
- ✓ Mahsulotni to'g'ri joyga yetkazish - aynan kerakli joyda, kerakli vaqtda bo'lishi.
- ✓ Brend yaratish - kompaniyaning ishonchli, sifatli ko'rinishini shakllantirish.

Metodologiya. Mazkur tadqiqot tahliliy-uslubiy yondashuv asosida amalga oshirilgan bo'lib:

marketingning nazariy konsepsiyalari o'rganildi;

klassik ta'riflar va ilmiy adabiyotlar tahlil qilindi;

marketing tizimining asosiy vazifalari umumlashtirildi;

Ushbu metodlar orqali marketingning amaliy va nazariy ahamiyati, uning iqtisodiy samaradorlikka ta'sir mexanizmlari aniqlandi.

Marketingning ahamiyati. Marketingning asosiy ahamiyatlaridan biri – iste'molchini chuqur o'rganish va uning ehtiyojidan kelib chiqib mahsulot shakllantirishdir. Bu yondashuv korxonaga resurslarni tejashni, bozordagi xatolarni kamaytirish va mahsulotni aniq maqsadli auditoriyaga yo'naltirish imkonini beradi.

Natijada ishlab chiqaruvchi ham, iste'molchi ham yutadi va korxona foyda oladi, xaridor esa o'z talabiga mos mahsulot topadi. Shuningdek, marketing bozor raqobatini sog'lomlashtiradi. Raqobatning kuchayishi korxonalarni ish sifatni oshirishga, xizmat ko'rsatishni yaxshilashga va narxlarni optimallashtirishga hissa qo'shadi. Bu holat

iqtisodiyotning umumiy rivojiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Marketing tahlillari yordamida korxonalar bozor o'zgarishlarini oldindan ko'ra oladi, yangi imkoniyatlarni aniqlaydi va xavflarni kamaytirishga yordam beradi.

Marketingning turlari: Iqtisodiyotda marketingni juda ham ko'plab turlari mavjud va ular juda muhimdir. Marketingning turlari biznesning turli sohalarida juda muhim ro'l o'ynaydi. Har bir marketing turi ma'lum bir maqsadga xizmat qiladi va mahsulot yoki xizmatni mijozga yetkazish jarayonini osonlashtiradi.

Raqamli marketing - bu mahsulot yoki xizmatlarni internet orqali va shunga o'xshash platformalar orqali targ'ib qilish jarayonidir. Bu jarayon *Instagram, Telegram, Facebook, YouTube, Google, Veb-saytlar va boshqa mobil ilovalar* kabi zamonaviy usullarni o'z ichiga oladi.

Marketingning yana bir muhim jihati - brend yaratish va uni boshqarishdir. Kuchli brend nafaqat sotuvni ko'paytiradi, balki korxonaning jamiyatdagi obro'sini mustahkamlaydi, iste'molchilarda ishonch uyg'otadi. Qolaversa bu brend bilan odamlarni yodida qolish mumkin bu esa xaridorlarni ushlab qolishda katta yordam beradi. Bu esa uzoq muddatli muvaffaqiyatning asosiy omillaridan sanaladi.

Natija va Muhokama: tahlillar quyidagi asosiy natijalarni ko'rsatdi:

1. Marketing korxona strategiyasining eng muhim bo'g'inidir

Marketing bozor talabi, iste'molchi xohishi va raqobatchilar faoliyati haqida aniq ma'lumot bermaydi, balki korxonaning uzoq muddatli rivojlanish strategiyasini shakllantiradi.

2. Iste'molchini o'rganish – muvaffaqiyatning asosiy sharti. Bozor ehtiyojlarini aniqlash mahsulotni to'g'ri shakllantirishga yordam beradi, xatolarni kamaytiradi va sotuvni oshiradi.

3. Marketing vazifalari korxonaning barcha bo'limlari bilan bog'liq

bozor tahlili

mahsulot strategiyasi

narx siyosati

reklama va kommunikatsiya

sotuv kanallari

mijoz bilan aloqa

Bu esa marketingni korxona faoliyatining integrativ tizimiga aylantiradi.

4. 4P modeli marketing jarayonining tuzilmasini belgilaydi

Element	Izoh
Product (Mahsulot)	Sifat, dizayn, brend, qadoqlash
Price (Narx)	Narx strategiyasi, chegirmalar, to'lov shartlari

Place (Joylashtirish)	Savdo kanallari, logistika, yetkazib berish
Promotion (Targ'ibot)	Reklama, PR, ton/kommunikatsiya strategiyasi

Ushbu model korxonaga mahsulotni bozorda to'g'ri joylashtirishga yordam beradi.

Muhokama;

- Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, zamonaviy marketing:
- raqobatni kuchaytiradi va uning sog'lom shakllanishiga yordam beradi;
- korxonalarga bozor o'zgarishlarini oldindan ko'rish imkonini beradi;
- brend yaratish jarayonida hal qiluvchi o'rin tutadi;
- iste'molchi bilan uzoq muddatli va mustahkam munosabatlar o'rnatishga yordam beradi.

Marketing faqat sotuv jarayoni emas, balki iste'molchiga nihoyatda mos va sifatli mahsulot yaratishga yo'naltirilgan katta boshqaruv tizimidir. Uning puxta yo'lga qo'yilishi korxonaning umumiy moliyaviy natijalariga, raqobatbardoshligi oshishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Raqamli marketingni asosiy vazifalari: Mijozlarni internet orqali topish, mahsulot va xizmatlarni online reklama qilish, sotuvni oshirish. Va uning afzalliklari: Arzon va samarali reklama, tezkor va qulay, 24/7 ishlaydi va mijozlar orasida tez tarqaladi.

An'anaviy Marketing – Internet orqali emas balki *Televizor, radio, gazeta va jurnallarda odatiy (offline) tarzda reklama qilish jarayonidir*. Ya'ni anchadan ishlatilayotgan reklama turidir.

Asosiy vazifalari: Brendni ommaga tanitish, Mahsulotni ko'proq odamlar ko'rishini ta'minlash va ishonchli auditoriyani jalb qilish. Shu bilan birga **uning afzalliklari:** Ishonchli, katta auditoriani qamrab oladi va hududiy reklama uchun juda qulay.

Influencer marketing – Ushbu tur mahsulot va reklamalarni mashhur odamlar orqali targ'ib qiladi, masalan: blogerlar, aktyorlar va sportchilar orqali reklama qilish strategiyasi hisoblanadi. Ya'ni odamlar ko'p kuzatadigan shaxslar brendni reklama qilishadi. **Bu yo'nalishning afzalliklari:** Auditoriya orasida ishonch kuchli, tez tarqaladigan reklama, mijozlarga to'g'ridan to'g'ri chiqish va brend obrusini tez ko'tarish. Masalan: biror bir mashhur bloger o'z instagramiga biror xizmat yoki mahsulotni unga yoqganini va yaxshi ekanini e'trof etib video qo'ysa (po'st joylasa) u – influencer marketing bo'ladi.

Xulosa. Yuqorida olib borilgan ilmiy tahlillar shuni ko'rsatadiki, marketing nafaqat

mahsulot yoki xizmatni bozorga olib chiqish jarayoni, balki iqtisodiy tizimning barqaror rivojlanishini ta'minlovchi strategik boshqaruv funksiyasidir. Marketingning asosiy vazifasi bozor ehtiyojlarini aniqlash, iste'molchilar xulq-atvori va talab tendensiyalarini o'rganish hamda korxonalar faoliyatini ushbu omillarga moslashtirishdan iborat bo'lib, bu o'z navbatida iqtisodiyotda resurslarning oqilona taqsimlanishi, raqobatning kuchayishi va innovatsion g'oyalar paydo bo'lishiga zamin yaratadi.

Marketing mexanizmlarining iqtisodiy tizimga ta'siri ikki yo'nalishda namoyon bo'ladi: birinchidan, u ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasida samarali aloqa kanallarini yaratadi, ikkinchidan esa bozor muvozanatini saqlash va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi. Raqobatbardosh korxonalar aynan marketing strategiyasiga tayangan holda bozorga moslashadi, brend qiymatini oshiradi va mijozlar sodiqligini shakllantiradi.

Umuman olganda, marketingning iqtisodiy tizimdagi o'rni zamonaviy biznes jarayonlarining ajralmas qismi sifatida tobora ortib bormoqda. Uning asosiy ustunligi shundaki, marketing bozorni o'rgangan holda korxonaning nafaqat bugungi manfaatlarini, balki kelajakdagi rivojlanish istiqbollarini ham belgilab beradi. Shu sababli, marketingni to'g'ri yo'lga qo'yish iqtisodiy o'sishning muhim drayveri, milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi va barqarorligining muhim omili sifatida baholanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. — Москва: Вильямс, 2021. — 880 с.
2. Lamb, Ch., Hair, J., McDaniel, C. Marketing: Principles and Practice. — New York: Cengage Learning, 2022. — 562 p.
3. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing and Strategy. — London: Pearson Publishing, 2023. — 470 p.
4. Porter, M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. — Harvard Business Review Press, 2020. — 396 p.
5. Stiglitz, J., Greenwald, B. Creating a Learning Society: A New Approach to Growth. — New York: Columbia University Press, 2021. — 512 p.
6. Солиев, А., Абдуллаев, Х. Marketing asoslari. — Toshkent: "Yangi asr avlodi", 2022. — 213 b.
7. Qodirov, O., Abdurahmonova, M. Marketingning innovatsion iqtisodiyotdagi o'rni. — Iqtisodiy tadqiqotlar jurnali, 2023, №2. — B. 35–42.
8. OECD Digital Market Outlook Report. — Paris: OECD Publishing, 2023. — 122 p.