

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASIDA STRATEGIK MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14492630>

Choriyeva Nigina Kaxramonovna

Buxoro davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada Mustqil Yurtimizda tadbirkorlikni rivojlantirish bo'yicha yaratilayotgan imkoniyatlar, chiqarilayotgan qaror va chora-tadbirlar, tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini ishonchli himoya qilish, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida strategik marketing faoliyatini takomillashtirish, biznesni rivojlantirishda marketing faoliyatidan oqilona foydalanish kabi masalalar borasida fikr yuritiladi.

Kalit so'zlar

iqtisodiyot, biznes, rivojlantirish, marketing, tadbirkorlik, faoliyat, manfaat, strategiya.

Аннотация

В данной статье рассматриваются такие вопросы, как создаваемые возможности для развития предпринимательства в независимой стране, принимаемые решения и меры, надежная защита прав и законных интересов субъектов предпринимательства, совершенствование стратегической маркетинговой деятельности в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства, рациональное использование маркетинговой деятельности в развитии бизнеса.

Ключевые слова

Экономика, Бизнес, развитие, маркетинг, предпринимательство, деятельность, интересы, стратегия

Annotation

this article reflects on such issues as the opportunities created for the development of entrepreneurship in our country, the decisions and measures taken, the reliable protection of the rights and legitimate interests of business entities, the improvement of strategic marketing activities in the field of small business and private entrepreneurship, the rational use of marketing activities in the development of business.

Keywords

economy, business, development, marketing, entrepreneurship, activity, interest, strategy

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 2016-yil 5-oktabrda imzolagan "Tadbirkorlik faoliyatining jadal rivojlanishini ta'minlashga, xususiyl mulkni har tomonlama himoya qilishga va ishbilarmonlik muhitini sifat jihatidan yaxshilashga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmon ana shu maqsadlarning amalda to'liq ro'yobga chiqishiga yangi imkoniyatlar yaratadi.

Yangi farmon bilan endilikda tadbirkorlarning bu boradagi imkoniyatlari yanada ortdi. Chunki shu asosda kichik biznes va xususiyl tadbirkorlikka keng erkinlik berish, faoliyatiga davlat organlarining aralashuvini tubdan qisqartish, huquqbuzarliklarning barvaqt oldi olinishini ta'minlash, ularning profilaktikasi samaradorligini oshirish va huquqbuzarliklarga yo'l qo'yilmaslik tadbirkorlik faoliyatini yanada rivojlantirish sohasida davlat siyosatining muhim ustuvor yo'nalishi va davlat organlarining birinchi darajali vazifasi etib belgilangan.⁵ Shu bilan bir qatorda Mamlakatimizda tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniyl manfaatlarini ishonchli himoya qilish, xususiyl mulkning qonuniyl hamda amaliyl jihatdan ustuvor rolini ta'minlash, iqtisodiyotda davlat ulushini bosqichma-bosqich kamaytirishga qaratilgan aniq manzilli chora-tadbirlar amalga oshirib kelinmoqda.⁶

Kichik biznes va tadbirkorlikda marketing samaradorligini oshirish - bu rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida korxona ishlab chiqarish -sotish faoliyatini boshqarish to'g'risidagi ilmiyl asoslangan tasavvurlarni amalda bajarish va takomillashtirib borishdir. Mohiyatiga ko'ra ushbu jarayon ishlab chiqarishni va mahsulotni sotishni tashkil etish asosiga aniq bilimlar, bozor talablarini hamda iste'molchilar ehtiyojini oldindan ko'ra bilish va hisobga olishga asoslanadi. Kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlari marketing faoliyatidan oqilona foydalanish orqali raqobat sharoitlarida o'zining butun strategiyasini va taktikasini belgilab beruvchi zamonaviyl biznesini rivojlantiradi.⁷

Tadbirkorlikni shakllantirish uchun iqtisodiy, ijtimoiyl, huquqiy va boshqa muayyan sharoitlar yaratilishi kerak. Iqtisodiy sharoitlarga quyidagilar kiradi:

- tovarga bo'lgan taklif va talab;
- xaridor sotib olishi uchun tovar turlarining mavjudligi;
- haridor sotib olishi uchun kerak bo'lgan pul hajmining mavjudligi;

⁵ <https://uza.uz/posts/82170>

⁶ 1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. –T.: "Xalq so'zi" gazetasi. 23.12.2017.

⁷ **Kichik biznes va xususiyl tadbirkorlikda marketing faoliyatini rivojlantirish va samaradorligini oshirish yo'llari**

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida strategik marketing faoliyatini takomillashtirish, cheklangan resurslarga ega bo'lgan holda, maksimal natijaga erishishni talab qiladi. Bu quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilishi mumkin:

I. Bozor tadqiqotlarini chuqurlashtirish:

- Maqsadli auditoriyani aniqlash: Kimga mahsulot yoki xizmat sotilishini aniq va batafsil o'rganish. Bu demografik ma'lumotlar, turmush tarzi, ehtiyojlar va xohishlarni chuqur tahlil qilishni o'z ichiga oladi.

- Raqobatni tahlil qilish: Asos raqobatchilarni aniqlash, ularning kuchli va kuchsiz tomonlarini o'rganish, narx siyosati va marketing strategiyasini tahlil qilish.

- Bozor tendentsiyalarini kuzatish: Bozor trendlarini doimiy ravishda kuzatib borish va yangi imkoniyatlardan foydalanish. Bu texnologiyalar, iste'molchilarning ehtiyojlari va raqobatbardoshlik muhitining o'zgarishlarini kuzatishni o'z ichiga oladi.

II. Marketing strategiyasini aniqlash va amalga oshirish:

- Marketing maqsadlarini belgilash: Aniq, o'lchanuvchi, erishiladigan, dolzarb va vaqt jihatidan cheklangan maqsadlarni belgilash (SMART maqsadlar). Masalan, bozor ulushini oshirish, brend xabardorligini oshirish yoki yangi mijozlar sonini ko'paytirish.

- Marketing kanallarini optimallashtirish: Eng samarali marketing kanallarini aniqlash va ular orqali mijozlarga yetib borish. Bu internet-marketing (SEO, SMM, kontekstli reklama), print reklama, radio va televideniye reklamasi, vositachilar orqali sotish va boshqa kanallarni o'z ichiga olishi mumkin.

- Brendlash: Kuchli va esda qolarli brend yaratish. Bu brend nomi, logotip, ranglar va boshqa vizual elementlarni o'z ichiga oladi. Brendning shaxsiyati va qadriyatlari aniq bo'lishi kerak.

- Narx siyosatini belgilash: Mahsulot yoki xizmatning narxini aniqlashda raqobat, xarajatlar va foydani hisobga olish.

- Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM): Mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish va ularning loyiqligiga erishish. Bu mijozlarga individual yondashish, ularning muammolarini hal qilish va ularga qo'shimcha qiymat taklif qilishni o'z ichiga oladi.

III. Marketing byudjetini samarali boshqarish:

- Byudjetni rejalashtirish: Marketing faoliyatiga sarflanadigan mablag'larni oldindan rejalashtirish va ularni samarali taqsimlash.

- Xarajatlarni nazorat qilish: Marketing faoliyatining samaradorligini muntazam ravishda baholash va xarajatlarni nazorat qilish.

IV. Texnologiyalardan foydalanish:

- Analitik vositalar: Marketing faoliyatining samaradorligini kuzatib borish va tahlil qilish uchun analitik vositalardan foydalanish (Google Analytics, va hokazo).
- Avtomatlashtirish: Marketing jarayonlarini avtomatlashtirish uchun maxsus dasturlardan foydalanish (email marketing, SMM avtomatlashtirilgan vositalar, va hokazo).

V. Doimiy baholash va takomillashtirish:

- Marketing strategiyasini muntazam ravishda baholash: Marketing faoliyatining samaradorligini muntazam ravishda baholash va kerak bo'lganda uni tuzatish.
- Yangiliklarni kuzatib borish: Marketing sohasidagi yangiliklar va tendentsiyalarni kuzatib borish va ularni biznesda qo'llash.

Kichik biznes uchun marketing resurslari cheklangan bo'lganligi sababli, yuqorida keltirilgan strategiyalarni amalga oshirishda ustuvorliklarni aniqlash va eng samarali kanallarga e'tibor qaratish muhimdir. Shuningdek, marketing faoliyatiga doimiy ravishda investitsiya qilish va uni rivojlantirish zarur.

ADABIYOTLAR RO'YHATI:

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda marketing faoliyatini rivojlantirish va samaradorligini oshirish yo'llari
2. Abdulloev, A. J. (2023). THE ROLE AND IMPORTANCE OF STRATEGIC PLANNING IN MARKETING.
3. Абдуллаева, Х. Н. (2024). МАХАЛЛИЙ КОРХОНАЛАР ФАОЛИЯТИДА МАРКЕТИНГ ДАСТУРЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ АМАЛИЁТИ ТАҲЛИЛИ ВА УНИНГ САМАРАДОРЛИК КЎРСАТКИЧЛАРИ. *Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting*, 4(05), 1-9.
4. Abdullayeva, H. (2024). KORXONA FAOLIYATIDA INNOVATION MARKETINGDAN FOYDALANISH. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 49(49).
5. Axrorovna, B. M. (2022). The Importance of Digitizing the Tax System. *European Journal Of Business Startups And Open Society*, 2(11), 1-5.
6. Giyazova, N. B. (2024). INCREASING THE EFFICIENCY OF WASTE RECYCLING IN THE ECONOMY OF OUR COUNTRY. *MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH*, 3(34), 455-461.
7. Giyazova, N. B., & Sh, B. S. (2024). ZAMONAVIY RAQAMLI IQTISODIYOTDAGI MUAMMOLAR VA CHORA-TADBIRLAR. *Science and innovation*, 3(Special Issue 42), 482-489.

8. Gulchehra, N. (2023). The Role Of Creative Marketing In Creating Modern Brands. *Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz)*, 34(34).
9. Choriyeva, N. K., & Mohinabonu, M. (2024). MAMLAKATIMIZ IQTISODIY O'SISHIDA SANOAT TARMOQLARINING HISSASI. FORMATION OF PSYCHOLOGY AND PEDAGOGY AS INTERDISCIPLINARY SCIENCES, 3(29), 218-224.
10. Чориева, Н. К., & Равшанов, М. (2024). МАМЛАКАТИМИЗДА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ СОҲАСИДАГИ ИСЛОҲОТЛАР ЖАРАЁНИ ВА ЭРИШИЛГАН ИСТИҚБОЛЛИ НАТИЖАЛАР. *INTELLECTUAL EDUCATION TECHNOLOGICAL SOLUTIONS AND INNOVATIVE DIGITAL TOOLS*, 3(27), 133-139.
11. Dustova, A. K. (2022). Features of the Introduction of Marketing Logistics in the Development of an Enterprise in a Competitive and Market Economy. *European Journal Of Business Startups And Open Society*, 2(11), 45-48.
12. Junaydulloyevich, A. A., Bakhridinovna, A. N., & Rasul-qizi, Q. D. (2022). TURIZM VA MEHMONXONA XO'JALIGI KORXONALARINING MARKETING KOMMUNIKATSIYALARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI TAKOMILLASHTIRISH. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 949-953.
13. Navruzzoda, Z. B. (2023). AREA MARKETING IS A TOOL TO MOVE LOCATIONS TO CUSTOMERS. *STUDIES IN ECONOMICS AND EDUCATION IN THE MODERN WORLD*, 2(10).
14. Niyozova, I. N., & Shodibekov, U. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BOJXONA TIZIMINI AVTOMATLASHTIRISH. *INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM*, 5(40), 619-623.
15. Niyozova, I. (2023). Digitalization-Merits And Demerits On The Whole Society. *Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz)*, 38(38).
16. Tairova, M. M., Narzullayeva, G. S., & Odinayeva, N. F. (2021). Foreign Experience in Ensuring High Competitiveness of Economists in Higher Education.
17. Таирова, М. М., & Зойитов, Д. (2024). ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ. *Science and innovation*, 3(Special Issue 42), 371-376.
18. Hakimovna, U. M., & Muhammedrisaevna, T. M. S. (2023). Audit and Marketing Audit in Small Business and Private Entrepreneurship: The Order and Process of Inspection.
19. Sayfullayeva, M. (2023). Establishment Of Agritourism Clusters In Uzbekistan Based On The Principles Of Sustainable Tourism. *Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz)*, 35(35).

20.Sharopova, N. (2024). Tadbirkorlik faoliyatida istemolchilar xulq-atvorini o'rganish bo'yicha tadqiqotlarni takomillashtirish. *YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT*, 1(5).

21.Sharopova, N. (2023). MILLIY IQTISODIYOT RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA BIZNESNI KENGAYTIRISHGA QARATILGAN MARKETING TADQIQOTLARINING ZAMONAVIY TENDENTSIYALARI. *Nashrlar*, 319-322.

22.Sharopova, N. (2023). TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA ISTE'MOLCHILAR TADQIQOTINI O'TKAZISHDA CRM TIZIMLARINING ROLI. *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*, 1(4), 50-56.