

GREAT BRITAIN

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
ONLINE CONFERENCE

INTERDISCIPLINE INNOVATION
AND SCIENTIFIC RESEARCH
CONFERENCE

 2024 YEAR

GREAT BRITAIN, LONDON



ISOC
INTERNATIONAL
SCIENTIFIC
ONLINE
CONFERENCES



**INTERDISCIPLINE INNOVATION AND
SCIENTIFIC RESEARCH CONFERENCE**
International scientific-online conference

Part 26

DECEMBER 15th

COLLECTIONS OF SCIENTIFIC WORKS

LONDON 2024



<i>KORRUPSIYA QARSHI KURASHISHNING DOLZARB MUAMMOLARI</i>	
Choriyeva Nigina Kaxramonovna <i>KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASIDA STRATEGIK MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH</i>	112
Mamaraimov Bekzod Kadirovich Makhmudov A'zam Kudratovich Musurmonov Ma'ruf Akrom ugli <i>IMPROVING THE METHODOLOGY FOR DEVELOPING CRITICAL THINKING IN INTEGRATED EDUCATION</i>	116
Ibroximova Maftunaxon Nozimjon qizi Bozorova Zulayho <i>INTEGRATING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MOBILE APPLICATIONS FOR PERSONALIZED USER EXPERIENCES</i>	122
O'rinov Omadbek O'rin o'g'li Izzatullayev Ravshanbek Akmaljon o'g'li Obitov Boburjon Voxidjon o'g'li <i>AMD FIRMASINING ZAMONAVIY PROTSESSORLARI VA ULARNING TASHKIL ETILISHI</i>	128
Allanova Khurliman Markabaevna <i>THE ESSENCE OF LEARNING AND TEACHING IT TERMS IN ENGLISH .</i>	132
Murodova Nafisa Mizrobovna <i>ZAMONAVIY TA'LIM JARAYONIDA RAQAMLI TA'LIM RESURS MATERIALLARINI QO'LLASH.</i>	136
Рузиева Саодат Анваровна <i>УЗБЕКИСТАН: ПРЕОБРАЗОВАНИЕ МУЗЕЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА.</i>	139
Abdusattorov Ilhom Baxriddinovich <i>ABU ISO AT-TERMIZIY JARH VA TA'DIL IMOMI</i>	144
Yuldashev Mansurjon Alijanovich <i>GASTRONOMIK TURIZM SOHASIDAGI LINGVISTIK TADQIQOTLAR</i>	148
Erkinov Ma'murjon <i>"MEHROBDAN CHAYON" ASARIDA TASVIRIY VOSITALARNING QO'LLANISHI</i>	151
G'aniyeva Ruxshona <i>JADIDALAR BIZNING MILLIY G'URURIMIZ</i>	153
Abdurahimova Muhabbat Rustamov qizi <i>NEYROMARKETING PR FAOLIYATINING INNOVATION VOSITASI SIFATIDA</i>	156
Badalova Zulfiya Kutbitdinovna	162



KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASIDA STRATEGIK MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH

Choriyeva Nigina Kaxramonovna

Buxoro davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu tezida bozor iqtisodiyotida marketingni o'rnini, savdo sohasini iqtisodiy munosabatlari, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish haqida so'z boradi.

Kalit so'zlar: iqtisodiyot, munosabat, shakllanish, rivojlanish, tadbirkorlik, biznes.

O'zbekiston Respublikasida bozor iqtisodiyoti munosabatlarini shakllantirish, ko'pmulkchilikni tashkil qilish, ularning asosida bozorning infratuzilmasini yaratish, jamiyatni iqtisodiy mexanizmini tubdan yangilashga olib keldi. Bu jarayonda savdo sohasini iqtisodiy munosabatlari, axborot tizimi va huquqiy muhiti bozor iqtisodiyoti sharoitiga moslashtirilmoqda.

Respublikamizda iqtisodiy o'sishni ta'minlash, yangi ish o'rinlarini tashkil etish, bandlik muammosini hal etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishda tobora muhim o'rin tutayotgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish, ularni rag'batlantirish va qullab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni izchil rivojlanib borishini ta'minlash orqali biz mamlakatimizda jamiyatimizning ijtimoiy-siyosiy tayanchi va poydevori bo'lgan o'rta sinfning shakllanishiga va uning tobora mustahkam bo'lib borishiga erishmoqdamiz. Shu bois kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bugungi kunda jamiyatimizdagi ijtimoiy va siyosiy barqarorlikning kafolati va tayanchiga, yurtimizning taraqqiyot yo'lidan faol harakatlantiradigan kuchga aylanib bormoqda.

Iqtisodiyotning rivojlanishi hozirda ko'proq marketingga bog'liqdir.

Marketing bozor iqtisodiyotining ajralmas elementi bo'lib, iqtisodiyot fanining eng zamonaviy va tez rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Bugungi murakkab dunyoda barchamiz marketingni tushunishimiz kerak. Biz marketing va iste'molchilar sifatidagi rolimizni va fuqarolar sifatidagi rolimizni tushunishimiz kerak. Marketing nazoratining maqsad va vazifalariga quyidagilar kiradi:

- maqsadga erishish darajasini belgilash;

- korxonaning atrof-muhit sharoitlarining o'zgarishiga moslashuvi talab qilinganiga mos kelishini tekshirish. Nazorat korxonaning ishlab chiqarish va tijorat faoliyatini boshqarish funksiyalaridan biri sifatida marketingda muhim o'rin tutadi. Bu, birinchi navbatda, korxonada xodimlariga maqsadli ta'sir ko'rsatish, korxonada faoliyatini tizimli nazorat qilish, amaldagi ko'rsatkichlarni rejalashtirilgan bilan taqqoslash shaklidir.¹²

To'liq tushuncha beradigan bo'lsak bo'lsak, Biznesda marketing faoliyati – bu mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqaruvchi yoki sotish bilan shug'ullanuvchi korxonada tomonidan amalga oshiriladigan faoliyat bo'lib, uning maqsadi maqsadli auditoriyani

¹² korxonada marketing xizmati faoliyatini tashkil etish



aniqlash, ularning ehtiyojlarini qondirish va mahsulot yoki xizmatni sotish orqali foyda olishdir. Marketing faoliyati biznesning muvaffaqiyati uchun juda muhim rol o'ynaydi.

Marketing faoliyatining asosiy komponentlari:

1. Bozor tadqiqoti: Bu marketingning eng muhim bosqichi hisoblanadi. U maqsadli auditoriyani aniqlash, ularning ehtiyojlarini va xohishlarini o'rganish, raqobatchilarni tahlil qilish va bozorning umumiy holatini o'rganishni o'z ichiga oladi. Bozor tadqiqoti natijalari marketing strategiyasini shakllantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

2. Mahsulotni ishlab chiqish: Bu mahsulotning sifati, xususiyatlari, dizayni, brendlash va qadoqlashni o'z ichiga oladi. Mahsulot maqsadli auditoriyaning ehtiyojlariga javob berishi va raqobatbardosh bo'lishi kerak.

3. Narx siyosati: Bu mahsulot yoki xizmatning narxini aniqlash jarayonidir. Narxni aniqlashda xarajatlar, raqobat, bozor talabi va foyda marjasi hisobga olinadi.

4. Tarqatish (Place): Bu mahsulot yoki xizmatni maqsadli auditoriyagacha yetkazish jarayonidir. Bu do'konlar, internet-do'konlar, vositachilar va boshqa tarqatish kanallaridan foydalanishni o'z ichiga oladi.

5. Promosiyasi (Promotion): Bu mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish va maqsadli auditoriyaga yetkazish bo'yicha faoliyatdir. Bu reklama, PR, sotuvlarni rag'batlantirish, ijtimoiy media marketing va boshqa vositalarni qo'llashni o'z ichiga oladi.

Marketing faoliyatining turlari:

● Strategik marketing: Uzoq muddatli maqsadlarni belgilash va ularga erishish uchun marketing strategiyasini ishlab chiqish.

● Operativ marketing: Kundalik marketing faoliyatini rejalashtirish va amalga oshirish.

● Internet-marketing: Internet vositalaridan foydalanib mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish.

● Kontent-marketing: Qiziqarli va foydali kontent yaratish orqali maqsadli auditoriyani jalb qilish.

● Sotuvlarni rag'batlantirish: Qisqa muddatli aksiyalar va chegirmalar orqali sotuvlarni ko'paytirish.

● Brendlash: Kuchli va esda qolarli brend yaratish.

Marketing faoliyatining muvaffaqiyati maqsadli auditoriya, raqobatbardoshlik muhiti, resurslar va boshqa omillarga bog'liq. Samarali marketing faoliyati biznesning o'sishini va rivojlanishini ta'minlaydi. Doimiy ravishda bozorni kuzatib borish, marketing strategiyasini yangilab turish va mijozlar bilan munosabatlarni yaxshilash muhim ahamiyatga ega.

REFERENCES:

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, N. (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 ILMIIY 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., & Зойтов, 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 (Вухду. 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.