

**KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKDA MARKETING
FAOILYATINING O'RNI**

Toshkent kimyo texnologiya

instituti

Sanoat iqtisodiyoti menejmenti kafedrası katta o'qituvchisi

Aliyeva Janat Askarovna

Toshkent kimyo texnologiya instituti

*22-63 MT guruh talabasi **Abduraimova Madinabonu Mansur qizi***

Annotatsiya: *Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bugungi kunda mamlakat iqtisodiy taraqqiyotining eng muhim omillaridan biri sanaladi. Jamiyat taraqqiyoti, aholi turmush darajasining yuksalishi, yangi ish o'rinlarining yaratilishi, innovatsion yondashuvlar va mahsulotlar taqdimotida aynan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yetakchi rol o'ynaydi. Bunday iqtisodiy muhitda biznes subyektlari oldida doimiy ravishda o'sib borayotgan raqobat sharoitida o'z mavqeini saqlab qolish, bozor ehtiyojlariga moslashish va rivojlanish uchun ko'plab vazifalar turadi. Bu yo'nalishda marketing faoliyati alohida ahamiyat kasb etadi.*

Kalit so'zlar: *marketing, kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, bozor, strategiya, brend, reklama, mahsulot, raqobat, mijozlar.*

Marketing o'z mazmun-mohiyati bilan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda nafaqat mahsulot yoki xizmatlarni yaratish, balki ularni xaridorlarga yetkazish, sotish, bozor ehtiyojlarini o'rganish, talab va taklif muvozanatini saqlash, innovatsion fikrlarni ijtimoiy amaliyotga tadbiq etish jarayonlarining ajralmas qismidir. Ilg'or va tizimli marketing strategiyalari orqali bozorni chuqur o'rganish, iste'molchilarning ehtiyoj va didi, trend va dinamikasi, tovarlarning joylanishi, narxlari va raqobatchilarning harakati to'g'risida aniq tasavvur shakllanadi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun marketing faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari mavjud. Dastlab, cheklangan resurslar va imkoniyatlar doirasida samarali marketing strategiyasini ishlab chiqish va uni bosqichma-bosqich amalga



oshirish asosiy vazifa bo'lib qoladi. Bundan tashqari, innovatsion mahsulotlarni bozorga olib chiqishda, mijozlar bilan uzluksiz aloqani yo'lga qo'yishda, reklama va savdo tarmog'ini rivojlantirishda marketing faoliyatining o'rni beqiyosdir. Katta korxonalarga nisbatan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik vakillari uchun marketingning elastikligi, tez o'zgaruvchan bozorga moslashish qobiliyati, tezkor qarorlar chiqarish imkoniyati, individual xizmat ko'rsata olish va iste'molchilarning fikr-mulohazalariga darhol munosabat bildirish kabi jihatlar ustuvorlik kasb etadi. Marketing faoliyati orqali mahsulot yoki xizmat qiymatini oshirish, brend imidjini shakllantirish, iste'molchilar ishonchini qozonish mumkin. Bugungi bozorda muvaffaqiyatli ishlayotgan tashkilotlarning ko'pchiligi zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanmoqda, bozordagi har bir o'zgarishni monitoring qilib, o'z faoliyatini doimiy ravishda takomillashtirmoqda [1].

Marketing konsepsiyasi kichik biznes uchun asosan 4P, ya'ni mahsulot (product), narx (price), joylashtirish (place) va targ'ibot (promotion) asosida quriladi. Bunda mahsulot sifatini yaxshilash va iste'molchilar ehtiyojlariga muvofiqlashtirishga alohida e'tibor qaratiladi. Narx siyosatini aniqlashda bozor kon'yunkturasi, raqiblarning takliflari, xarajatlar, daromadlar va mijozlarning to'lov qobiliyati inobatga olinadi. Mahsulot yoki xizmatlarni iste'molchilarga qulay va oson yetkazib berishga qaratilgan distributsiya tarmog'ini rivojlantirish, yaxshi tashkil etilgan logistika tizimi eng muhim bosqich sanaladi. Marketing faoliyatining asosiy bo'g'ini bu targ'ibot jarayonidir. Reklama, PR, ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulot yoki xizmatlar haqida axborot tarqatish, keng jamoatchilik ongida brend imidjini shakllantirish, potensial mijozlarni jalb qilish samaraliroq natijalarga olib keladi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari o'z faoliyatida marketing tadqiqotlariga alohida e'tibor berishi talab etiladi. Bozorni o'rganish, auditoriyani tahlil qilish, yangi mahsulotlarni sinovdan o'tkazish, raqobatchilar faoliyatini monitoring qilish, marketing strategiyalari samaradorligini baholash va tahlil qilish natijasida eng to'g'ri qarorlar qabul qilinadi. Bularning barchasi biznesning barqaror ishlashi va rivojlanishini ta'minlaydi. So'ngi yillarda axborot-kommunikatsion texnologiyalarning taraqqiyoti kichik biznes va xususiy tadbirkorlar uchun



marketingning yangi imkoniyatlarini ochib berdi. Raqamli marketing asboblari, onlayn savdo platformalari, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama va interaktiv marketing vositalari yordamida qisqa vaqt ichida keng auditoriyani qamrab olish, mijozlar bilan bevosita va tez muloqot qilish, tavsiyalar olish va xizmat sifatini oshirish mumkin bo'ldi. Kichik biznes vakillari endi internet orqali yangi iste'molchilarni jalb qilish, mahsulot yoki xizmatlarning afzalliklarini taqdim etish, elektron pochta va messenjerlar orqali direkt-marketing olib borish, sodiq mijozlar bazasini shakllantirish va ularni saqlab qolish imkoniyatiga ega bo'ldi. Marketing faoliyatining samaradorligi tadbirkorlik faoliyatida barqarorlik va muvaffaqiyat kalitidir. Samarali marketing strategiyasi orqali o'z tovar yoki xizmatining mos segmentiga yetib borish, uning ehtiyoj va talablariga aniq mos mahsulot yaratish, bozordagi dinamik va o'zgaruvchan sharoitlarga moslashuvchan rivojlanish mumkin bo'ladi. Bu esa kichik biznes uchun iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik rivojlanish sari mustahkam zamin yaratadi [2].

Kichik biznes subyektlarida marketing faoliyati boshqarmasi tashkil etilishi, marketing rejasini ishlab chiqish, maqsadli auditoriyani aniqlash, reklama va targ'ibot strategiyasini to'g'ri yo'lga qo'yish, bozordagi raqobatchilar harakati va narx o'zgarishlariga bevosita ta'sir ko'rsata olish, tovar belgisi va brendni ommaviylashtirish kabi jarayonlar biznes muvaffaqiyati uchun muhim ahamiyatga ega. Marketing faoliyati nafaqat bozorda o'z o'rnini topish, balki mahsulot yoki xizmatning davomiy xaridorgirligini ta'minlash, ilg'or tendensiyalarni aniqlash va ularga tezda moslashishni nazarda tutadi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda marketing chora-tadbirlariga kreativlik va innovatsion fikrlash xos. Zamonaviy marketing vositalari yordamida mahsulot va xizmatlarning xaridorgirligini oshirish, uzoq muddatli mijoz sadoqatini ta'minlash, mahsulotga nisbatan ishonch va qoniqish indikatorlarini oshirish, korxona rentabelligiga ijobiy ta'sir ko'rsatish mumkin. Bugungi kun real sharoitida har bir tadbirkor marketingni ilmiy yondashuv asosida olib borishi, biznes jarayonlarining barcha bosqichida sifat, iste'molchilarga xizmat ko'rsatish, yangi mahsulotlarni taklif qilish va zamonaviy kommunikatsiyalarni tatbiq etishni asosiy tamoyil sifatida ko'radi. Kichik biznes



uchun marketing tahlilining yana bir muhim bosqichi – mijozlar ehtiyojlarini o'rganish va ularni qoniqtirish darajasini tahlil qilishdir. Mijozlar ehtiyojining tahlili, ularning orzulari va muammolari, sotib olishdagi ustuvorliklari, narxga, sifatga bo'lgan munosabati biznes strategiyasida markaziy o'rin egallaydi. Bu jarayon natijasida korxona o'z resurslarini optimal yo'naltirib, eng foydali mahsulotlarni ishlab chiqarish imkoniga ega bo'ladi. Ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish yoki savdo faoliyatida bo'lishidan qat'iy nazar, makroiqtisodiy sharoitlarni hisobga olgan holda marketing strategiyasini ishlab chiqish, bozor segmentatsiyasi va pozitsiyalash, mahsulotlarning bozor qiymatini aniqlash va strategik rejalashtirish kichik biznes muvaffaqiyatining eng asosiy muhim omillaridan biridir [3].

Bugungi raqobatshunoslik sharoitida kichik tadbirkorlik subyektlari marketing strategiyasini ishlab chiqishda ko'p qirrali yondashuvlardan foydalanmoqda. Bozor tendensiyalari, iste'molchilarning xarid qilish xatti-harakatini tahlil qilish, elektron savdo maydonchalarining joriy qilinishi, axborot texnologiyalaridan keng foydalanish marketing samaradorligini oshiradi. Statistika ma'lumotlar va tadqiqot natijalari, aniq rejalashtirish va monitoring bilan birga, strategik rejalashtirish va boshqaruvda muhim rol o'ynaydi. Marketing vositalari zamonaviy taraqqiyot asosida, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda mahsulot yoki xizmat turli ehtiyojli iste'molchilarga tez va samarali yetkazilishiga xizmat qiladi. Har bir biznes subyekti, o'z raqobatchilaridan ustun jihatlar, sifatli mahsulot yoki xizmat taklifi, individual yondashuv, qiziqarli dizayn va qulay narxlar orqali xaridorgirlik darajasini oshira oladi. Markazida mijoz turgan marketing strategiyalari bugungi kunda eng muvaffaqiyatli tadbirkorlikni ta'minlaydi. Mijozlarni o'rganishga asoslangan yondashuv, ularning talablari va afzalliklarini doimiy suratda tahlil qilish hamda yangiliklarni taklif qilish biznes subyektining ishlab chiqarish jarayoniga, xizmat ko'rsatish sifatiga va bozor imkoniyatlarini kengaytirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan marketing faoliyati natijasida korxonada uzoq muddatli rivojlanish strategiyasi ishlab chiqiladi, narx siyosati va mahsulot namunasi muntazam ravishda



takomillashtiriladi, bozorni chuqur tahlil qilish orqali istiqboldagi o'zgarishlarga tayyorlanish imkoniyati yaratiladi. Har qanday kichik korxona yoki xususiy tadbirkor marketingning zamonaviy usullari, elektron tijorat vositalari, raqamli platformalar va sodiqlik dasturlaridan to'liq foydalanib, barqaror va dinamik taraqqiyot yo'lidan borishi mumkin [4].

Bugungi iqtisodiy taraqqiyot sharoitida kichik biznesda marketingning o'rni, mahsulot hamda xizmatlarni sotishda asosiy vosita sifatida yuksaldi. Jonli kommunikatsiyalar, onlayn reklama, samarali brending, xizmatlarni yanada sifatli amalga oshirish, shaxsiy brend yaratish va muloqot madaniyati – bular barchasi kichik tadbirkorlikda muvaffaqiyat kaliti hisoblanadi. Aniq strategik yo'nalishga ega marketing siyosati orqali kichik biznes vakili bozorga taklif etayotgan mahsulot yoki xizmatining o'ziga xos afzalliklari, sifati, qulay narxi, yetkazib berish tezligi va xizmat ko'rsatish madaniyati bilan differentsiallashtirilgan holda xaridorgirlikka erishadi. Xizmat ko'rsatish jarayonida mijozlar fikri va mulohazalarini o'rganish, ularning noroziliklarini bevosita hal qilish va xizmat sifatini uzluksiz oshirib borish bugungi marketing faoliyatining ajralmas qismidir. Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish maqsadida har bir kichik biznes subyekti mijozlarga tobora sifatli xizmat ko'rsatishga intiladi. Mijoz ehtiyojlariga, bozordagi o'zgarishlarga va yangi tendensiyalarga javob beruvchi marketing strategiyasi ishlab chiqilishi biznes muvaffaqiyatining kafolati sanaladi. Bunda doimiy innovatsiyalarga ochiqlik, o'zgarishga tez moslashish, yangi texnologiyalarni o'z faoliyatiga integratsiyalash muhim ahamiyatga ega [5].

Kichik tadbirkorlikda kuchli marketing strategiyasining mavjudligi mahsulot yoki xizmatlar bozordagi o'ziga xosligini mustahkamlaydi, yangi auditoriyalarni jalb qilish va mavjud mijozlarni sodiq saqlab qolish imkonini oshiradi. Bu esa o'z navbatida, kichik biznes va xususiy tadbirkorlar uchun moliyaviy barqarorlik, doimiy daromad va iqtisodiy taraqqiyot sari mustahkam poydevor bo'ladi. Har bir kichik biznes subyekti zamonaviy marketing faoliyatini o'z faoliyatining har bir bosqichida muhim vosita sifatida qabul qilishi zamon talabi. Bozorda bosib o'tgan har bir qadam, marketing faoliyatining to'g'ri va joyida



qo'llanilishi, mijozlar bilan doimiy muloqot va axborot almashinuvining yuqori saviyada yo'lga qo'yilishi biznesni muvaffaqiyatga yetaklaydi. Natijada, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda marketing faoliyati zamonaviy iqtisodiyot sharoitida ilg'or taraqqiyot, barqaror o'sish, innovatsion mahsulot yaratish, mijozlar ehtiyojini qondirish va bozor talabiga javob berishda asosiy vosita hisoblanadi. Har tomonlama o'ylangan marketing strategiyasi va samarali faoliyat tufayli kichik biznes subyektlari iqtisodiyotni rivojlantirishda, ijtimoiy farovonlikni oshirishda va raqobatbardosh muhitni shakllantirishda peshqadamlik qilmoqda.

Xulosa:

Xulosa qilib aytganda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda marketing faoliyatining o'rni nihoyatda ulkan, ahamiyati ham ezguliklar sari yetaklaydigan omil ekanligini anglash mumkin. Bozorda faqatgina mahsulot yoki xizmatni taklif etish emas, balki uni to'g'ri va samarali targ'ibot qilish, faol reklama va PR, mijoz g'amxo'rligiga asoslangan yondashuv, zamonaviy marketing vositalaridan foydalanish orqali barqaror muvaffaqiyat sari intilish lozim. Marketing faoliyati tadbirkorlikda asosiy harakatlantiruvchi kuch, mijozlar ehtiyojini to'liq o'rganish va qondirish, mahsulot yoki xizmatni sifatli taklif qilish va bozorda yetakchi pozitsiyani egallash uchun eng muhim vositalardan biri bo'lib qoldi va bundan buyon ham shunday bo'lib qoladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Abdukarimov, A. (2019). "Tadbirkorlik rivojida marketingning ahamiyati." Tadbirkorlik va Innovatsiya, 3(2), 56-62.
2. Abdullayev, D. S. (2021). "Kichik biznes subyektlarida marketing strategiyalarini takomillashtirish yo'llari." O'zbekiston Iqtisodiyoti, 9(4), 112-119.
3. Ahmadaliyev, B. (2018). "Xususiy tadbirkorlik subyektlarida marketing xizmatining samaradorligi." Innovatsion Taraqqiyot, 2(3), 71-76.
4. Akbarov, U. & Elmurodov, J. (2020). "Bozor iqtisodiyotida kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish." O'zbekiston Fanlari Akademiyasi axborotnomasi, 5(1), 84-91.



5. Allamov, S. (2017). "Kichik biznesda marketing tahlili va raqobatbardoshlik." Yosh Olimlar Jurnal, 2(1), 40-46.
6. Islomov, Y. (2022). "Marketingning zamonaviy usullari va kichik tadbirkorlikda qo'llanilishi." Biznes va Menejment, 7(2), 24-30.
7. Karimova, M. (2018). "O'zbekistonda xususiy tadbirkorlik subyektlarining marketing faoliyati." Iqtisodiyot va Statistika, 4(2), 53-59.