

## MARKETINGDA SIYOSIY VA MADANIY MUHITLAR

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

To'rtko'l fakulteti Iqtisodiyot yo'nalishi talabalari

**Axmadova Rayhon Qudrat qizi**

**Yusupova Munisa Ergash qizi**

**Annotatsiya:** Mazkur tezisdagi marketing faoliyatiga ta'sir etuvchi siyosiy va madaniy muhitlarning ahamiyati tahlil qilinadi. Siyosiy barqarorlik, qonunchilik tizimi, davlat siyosati hamda jamiyatning madaniy qadriyatlari marketing strategiyalarini shakllantirishda muhim omil sifatida ko'rib chiqiladi. Tadqiqot natijasida marketing faoliyatida tashqi muhit omillarini hisobga olish zarurligi asoslab beriladi.

**Kalit so'zlar:** marketing, siyosiy muhit, madaniy muhit, strategiya, iste'molchi xulqi, reklama, bozor muhiti

**Abstract:** This thesis analyzes the importance of political and cultural environments that affect marketing activities. Political stability, the legislative system, state policy, and the cultural values of society are considered as important factors in the formation of marketing strategies. The study substantiates the need to take into account external environmental factors in marketing activities.<sup>1</sup>

**Keywords:** marketing, political environment, cultural environment, strategy, consumer behavior, advertising, market environment

**Аннотация:** В данной работе анализируется значение политической и культурной среды, влияющей на маркетинговую деятельность. Политическая стабильность, законодательная система, государственная политика и культурные ценности общества рассматриваются как важные факторы формирования маркетинговых стратегий. Исследование обосновывает необходимость учета внешних факторов окружающей среды в маркетинговой деятельности.

---

<sup>1</sup> Armstrong G. "Principles of Marketing" — London: "Pearson Education" — 2018.

**Ключевые слова:** маркетинг, политическая среда, культурная среда, стратегия, поведение потребителей, реклама, рыночная среда

Zamonaviy iqtisodiyotda marketing faoliyati nafaqat ichki resurslarga, balki tashqi muhit omillariga ham bevosita bog‘liq. Ayniqsa, siyosiy va madaniy muhit marketing qarorlarini qabul qilishda muhim rol o‘ynaydi. Har bir davlatning siyosiy tizimi va jamiyatning madaniy qadriyatlari kompaniyalar faoliyatiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

Siyosiy muhit davlat tomonidan olib borilayotgan iqtisodiy siyosat, qonunlar va tartibga solish mexanizmlarini o‘z ichiga oladi. Madaniy muhit esa jamiyatning urf-odatlarini, qadriyatlari, diniy qarashlari va ijtimoiy xulq-atvorini aks ettiradi. Ushbu ikki omil marketing strategiyalarining muvaffaqiyatini belgilovchi asosiy faktorlar hisoblanadi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili:** Marketing nazariyasida tashqi muhit omillari keng o‘rganilgan. Jumladan, F. Kotler marketingni boshqarishda siyosiy va huquqiy omillarning muhimligini ta’kidlaydi. Uning fikricha, davlat siyosati kompaniyalar faoliyatiga cheklovlar yoki imkoniyatlar yaratadi.

P. Drucker esa marketingni ijtimoiy jarayon sifatida baholab, madaniy omillarning iste’molchilar xulq-atvoriga kuchli ta’sirini ko‘rsatadi. Shuningdek, zamonaviy tadqiqotlarda madaniyatlararo marketing (cross-cultural marketing) konsepsiyasi keng rivojlanmoqda.<sup>2</sup>

Mahalliy olimlar ham marketing muhitini o‘rganishda siyosiy barqarorlik va milliy qadriyatlarning rolini alohida ta’kidlaydi. Ularning fikricha, marketing strategiyasi milliy mentalitetga mos bo‘lishi zarur.

**Tadqiqot metodologiyasi:** Mazkur tezisdagi metodlardan foydalanildi:

- tahlil va sintez usuli
- taqqoslash usuli
- ilmiy adabiyotlarni o‘rganish
- kuzatuv va umumlashtirish

---

<sup>2</sup> Drucker P. F. "Management: Tasks, Responsibilities, Practices" — New York: "Harper & Row" — 2008.

Tadqiqot jarayonida marketing muhitiga oid nazariy manbalar va amaliy misollar tahlil qilindi.

**Tahlil va natijalar:** Marketing faoliyatiga siyosiy muhit quyidagi jihatlar orqali ta'sir ko'rsatadi:

- qonunchilik tizimi (soliqlar, litsenziyalar)
- davlatning iqtisodiy siyosati
- siyosiy barqarorlik darajasi
- tashqi savdo siyosati

Masalan, siyosiy barqaror davlatlarda investorlar uchun qulay sharoit yaratiladi va marketing faoliyati samaraliroq bo'ladi.

Madaniy muhit esa quyidagilar orqali ta'sir etadi:

- iste'molchilarning urf-odatlar
- diniy qarashlar
- milliy qadriyatlar
- til va kommunikatsiya uslublari

Masalan, reklama mazmuni har bir mamlakat madaniyatiga moslashtirilmasa, u samarasiz bo'lishi mumkin. Ayrim ranglar yoki ramzlar turli madaniyatlarda turlicha ma'noga ega.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, marketing strategiyasini ishlab chiqishda siyosiy va madaniy muhitni chuqur tahlil qilish zarur. Aks holda, kompaniya bozorda muvaffaqiyatsizlikka uchrashi mumkin.<sup>3</sup>

**Xulosa va takliflar:** siyosiy va madaniy muhit marketing faoliyatining ajralmas qismi hisoblanadi. Ular kompaniyaning strategik qarorlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Quyidagi takliflarni berish mumkin:

- marketing strategiyalarini ishlab chiqishda siyosiy risklarni hisobga olish
- reklama va mahsulotlarni milliy madaniyatga moslashtirish

---

<sup>3</sup> Ergashev Sh. Sh. "Marketing tadqiqotlari" — Toshkent: "Iqtisodiyot" — 2019.

- xalqaro bozorlarda madaniyatlararo tadqiqotlar o‘tkazish
- davlat siyosatini doimiy monitoring qilish

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. Armstrong G. "Principles of Marketing" — London: "Pearson Education" — 2018.
2. Drucker P. F. "Management: Tasks, Responsibilities, Practices" — New York: "Harper & Row" — 2008.
3. Ergashev Sh. Sh. "Marketing tadqiqotlari" — Toshkent: "Iqtisodiyot" — 2019.
4. Kotler F. "Marketing Management" — New Jersey: "Prentice Hall" — 2016.
5. Qosimova M. S. "Marketing asoslari" — Toshkent: "Iqtisodiyot" — 2020.