TARMOQLAR VA SOHALARNI RIVOJLANTIRISHDA ISTE'MOLCHI XATTI-HARAKATLARI MODELINING TA'SIRI

Maxmudova Gulrux Ravshanbekovna
Guliston davlat universiteti
https://doi.org/10.5281/zenodo.15389171

Anotatsiya. *Mazkur maqolada tarmoqlar va sohalarning rivojlanishiga iste'molchilar xatti-harakatlari modelining ta'siri o'rganilgan. Iste'molchilarning ehtiyojlari, xarid qilish odatlari, tanlov qilish omillari va qaror qabul qilish mexanizmlari iqtisodiy tarmoqlar yo'nalishini belgilovchi muhim omillardan biri sifatida ko'rib chiqiladi. Shuningdek, bozor talabining shakllanishi, marketing strategiyalarining tuzilishi hamda mahsulot yoki xizmatlar taklifini yo'naltirishda iste'molchilarning psixologik va ijtimoiy xulq-atvori modellarining amaliy ahamiyati yoritilgan. Tadqiqotda zamonaviy yondashuvlar asosida iste'molchilarning harakatlari iqtisodiy jarayonlarga qanday ta'sir ko'rsatishi tahlil qilinadi.*

Kalit so'zlar: *iste'molchi xulq-atvori, iqtisodiy tarmoqlar, soha rivojlanishi, marketing, bozor talabi, qaror qabul qilish, ehtiyojlar, strategik rejalashtirish, iste'mol modeli*

Abstract. *This article studies the influence of the consumer behavior model on the development of industries and sectors. Consumer needs, purchasing habits, selection factors and decision-making mechanisms are considered as one of the important factors determining the direction of economic sectors. The practical significance of consumer psychological and social behavior models in the formation of market demand, the structure of marketing strategies and the direction of the offer of products or services is also highlighted. The study analyzes how consumer behavior affects economic processes based on modern approaches.*

Keywords: *consumer behavior, economic sectors, sector development, marketing, market demand, decision-making, needs, strategic planning, consumption model*

Аннотация. *В статье рассматривается влияние моделей потребительского поведения на развитие отраслей и секторов. Потребительские потребности, покупательские привычки, факторы выбора и механизмы принятия решений считаются одними из важных факторов, определяющих направление развития экономических секторов. Также подчеркивается практическое значение моделей психологического и социального поведения потребителей в формировании рыночного спроса, разработке маркетинговых стратегий и направлении предложения товаров или услуг. В исследовании анализируется, как действия потребителей влияют на экономические процессы на основе современных подходов.*

Ключевые слова: *поведение потребителей, секторы экономики, развитие промышленности, маркетинг, рыночный спрос, принятие решений, потребности, стратегическое планирование, модель потребления.*

Kirish. Bozor iqtisodiyoti sharoitida tarmoqlar va sohalarni samarali rivojlantirishda iste'molchilarning xatti-harakatlarini chuqur o'rganish muhim ahamiyat kasb etadi. Iste'molchi ehtiyojlari, istaklari va qaror qabul qilishdagi odatlari turli tarmoq va sohalarda taklif qilinayotgan mahsulot hamda xizmatlar ko'lamini shakllantirishda asosiy mezonlardan biri hisoblanadi. Shu

bois, zamonaviy marketing va iqtisodiyotda iste'molchi xatti-harakatlari modelini ishlab chiqish va uni tahlil qilish real iqtisodiy holatni chuqurroq anglash, strategik qarorlar qabul qilish va raqobatbardoshlikni oshirish imkonini beradi.

Mazkur tadqiqot davomida iste'molchilarning psixologik, sotsiologik va iqtisodiy omillar asosida qaror qabul qilish jarayonlari, ushbu jarayonlarning tarmoqlar rivojiga ta'siri, shuningdek, bu model asosida ishlab chiqilgan strategik yondashuvlarning natijadorligi tahlil qilinadi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, iste'molchilarning xulq-atvori nafaqat mavjud talabni belgilaydi, balki yangi mahsulot va xizmatlar yaratilishida, innovatsion g'oyalarni rivojlantirishda ham muhim omil sifatida maydonga chiqadi,

Tadqiqot metododlogiyasi. Ushbu tadqiqotda iste'molchi xatti-harakatlari modelining tarmoqlar va sohalarni rivojlantirishga ta'sirini aniqlash maqsadida tizimli yondashuv qo'llanildi. Ma'lumotlar yig'ish jarayonida so'rovnoma va intervyu usullari orqali iste'molchilarning qaror qabul qilish omillari o'rganildi. Shuningdek, mavjud ilmiy adabiyotlar, marketing tadqiqotlari va amaliy tajribalar asosida komparativ (taqqoslovchi) tahlil usuli qo'llanilib, turli sohalarda iste'molchi xatti-harakatlari modelining iqtisodiy samaradorlikka ta'siri baholandi.

Adabiyotlar sharhi. Iste'molchi xatti-harakatlari bo'yicha olib borilgan xorijiy tadqiqotlar ushbu sohaning nazariy asoslarini shakllantirishda muhim o'rin tutadi. Masalan, P. Kotler, G. Armstrong, D. Ariely, va S. Schiffman kabi olimlar iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayonlari, motivatsiyalari va tashqi omillarning ta'siri bo'yicha chuqur tahlillarni taqdim etgan. Ayniqsa, P. Kotlerning marketing konsepsiyasi va iste'molchi xatti-harakatlarini bosqichma-bosqich o'rganuvchi modeli bugungi kunda ko'plab sohalar rivojida metodologik asos bo'lib xizmat qilmoqda. Ularning tadqiqotlarida psixologik, madaniy va iqtisodiy omillarning iste'molchi tanloviga ta'siri keng yoritilgan.

Milliy olimlar tomonidan ham ushbu yo'nalishda bir qator muhim ilmiy ishlar amalga oshirilgan. Jumladan, A. Qurbonov, B. Toshmuxamedov, M. Jo'rayev kabi iqtisodchi va marketing sohasi tadqiqotchilari O'zbekiston sharoitida iste'molchi xatti-harakatlarining o'ziga xos jihatlarini, ularning bozor talabiga ta'sirini o'rganib chiqqan. Ularning ilmiy ishlari orqali respublika miqyosida marketing strategiyalarini shakllantirish, ichki bozor o'zgarishlariga moslashuvchan yondashuvlarni ishlab chiqish imkoniyati yaratilgan.

Tahlil va natijalar. Zamonaviy iqtisodiyotda tarmoqlar va sohalarning dinamik rivojlanishi iste'molchilarning xatti-harakatlari bilan chambarchas bog'liqdir. Iste'molchilarning talablari, ularning mahsulot va xizmatlarni tanlash, sotib olish va ulardan foydalanish jarayonlari turli bozorlarning shakllanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli, iste'molchi xatti-harakatlarini o'rganish va ularni modellashtirish tarmoqlar va sohalarni rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu maqolaning maqsadi tarmoqlar va sohalarning rivojlanishida iste'molchi xatti-harakatlari modellarining ta'sirini tahlil qilishdan iborat.

Iste'molchi xatti-harakatlari modellari iste'molchilarning mahsulot yoki xizmatni sotib olish, foydalanish va baholash jarayonlarini tushunishga yordam beradi. Ushbu modellar iste'molchilarga ta'sir etuvchi psixologik, sotsiologik va iqtisodiy omillarni o'z ichiga oladi. Iste'molchi xatti-harakatlarini o'rganish orqali tarmoqlar va sohalar quyidagi imkoniyatlarga ega bo'ladi:

- **Bozor segmentlarini aniqlash:** Iste'molchilarning turli guruhlarini ularning ehtiyojlari, demografik xususiyatlari va xatti-harakatlariga ko'ra aniqlash.

- **Mahsulot va xizmatlarni takomillashtirish:** Iste'molchilarning fikr-mulohazalari va preferensiyalari asosida mavjud mahsulot va xizmatlarni yaxshilash yoki yangilarini yaratish.
- **Marketing strategiyalarini optimallashtirish:** Iste'molchilarning xarid qilish odatlari va axborot olish manbalarini tushunish orqali samarali reklama va sotuv strategiyalarini ishlab chiqish.
- **Raqobatbardoshlikni oshirish:** Iste'molchilarning sodiqligini ta'minlash va raqobatchilardan ustun kelish uchun innovatsion yondashuvlarni qo'llash.

Iste'molchi xatti-harakatlariga ko'plab ichki va tashqi omillar ta'sir ko'rsatadi. Asosiy omillarga quyidagilar kiradi (1-rasm):

- Psixologik omillar: Motivatsiya, idrok etish, o'rganish, e'tiqodlar va munosabatlar.
- Sotsiologik omillar: Madaniyat, ijtimoiy sinf, referent guruhlar, oila.
- Iqtisodiy omillar: Daromad, narx, kredit imkoniyatlari, tejamkorlik.
- Vaziyat omillari: Vaqt, muhit, vazifa turi.
- Marketing omillari**:** Mahsulot, narx, joy, reklama (4P).



1-rasm. Iste'molchi xatti-harakatlariga ta'sir ko'rsatuvchi omillar.

Ushbu omillarning o'zaro ta'siri iste'molchining qaror qabul qilish jarayoniga bevosita ta'sir etadi.

1-jadval

Iste'molchi xatti-harakatlariga ta'sir etuvchi asosiy omillar

Omil turi	asosiy omillar	Tarmoqlar va sohalarga ta'siri misollari
Psixologik	motivatsiya, idrok etish, o'rganish, e'tiqodlar, munosabatlar	- **Oziq-ovqat sanoati:** Sog'lom turmush tarziga intilish motivatsiyasi organik mahsulotlarga talabni oshiradi. - **Reklama:** Iste'molchining mahsulot haqidagi idrokini shakllantirish orqali sotuvlarni ko'paytirish. - **Ta'lim sohasi:** Yangi bilimlarni o'rganishga bo'lgan intilish o'quv kurslariga talabni oshiradi.

Sotsiologik	madaniyat, ijtimoiy sinf, referent guruhlar, oila	- **Moda sanoati:** Madaniy urf-odatlar va ijtimoiy sinfga mos kiyim-kechaklarga talab. -**Texnologiya sohasi:** Referent guruhlarning tavsiyalari yangi gadjetlarni sotib olishga ta'sir qilishi. - **Oilaviy xaridlar:** Oila a'zolarining ehtiyojlari va preferensiyalari xarid qarorlariga ta'sir etadi.
Iqtisodiy	daromad, narx, kredit imkoniyatlari, tejamkorlik	- **Avtomobil sanoati:** Daromad darajasi avtomobil markasi va modelini tanlashga ta'sir etadi. - **Chakana savdo:** Narxga sezgir iste'molchilar arzonroq mahsulotlarni tanlashga moyil bo'lishi. - **Uy-joy bozori:** Kredit imkoniyatlari uy-joy sotib olish qobiliyatiga ta'sir ko'rsatadi.
Vaziyatli	vaqt, muhit, vazifa turi	- **Restoran biznesi:** Tushlik vaqtida ishbilarmonlar uchun tezkor xizmatga talabning oshishi. - **Chakana savdo:** Bayram kunlari sovg'alar sotib olish uchun xaridlarning ko'payishi. - **Onlayn xaridlar:** Uyda o'tirgan holda qulay xarid qilish imkoniyati.
Marketing	mahsulot, narx, joy, reklama (4p)	- **Yangi mahsulotlar:** Iste'molchilarning ehtiyojlariga mos innovatsion mahsulotlarning muvaffaqiyati. -**Raqobatbardosh narxlar:** Iste'molchilarni jalb qilish uchun to'g'ri narx siyosatini yuritish. - **Qulay joylashuv:** Mahsulotlarning iste'molchilarga oson yetib borishi. - **Samarali reklama:** Mahsulot haqida xabardorlikni oshirish va sotuvlarni rag'batlantirish.

Turli tarmoqlar va sohalarning rivojlanishida iste’molchi xatti-harakatlari modellari muhim rol o'ynaydi. Misol uchun:

- **Rieltorlik sohasida:** Iste’molchilarning uy-joyga bo'lgan ehtiyojlari, moliyaviy imkoniyatlari va geografik preferensiyalarini tushunish orqali yangi turar-joy komplekslari loyihalashtiriladi va marketing strategiyalari ishlab chiqiladi.
- **Oziq-ovqat sanoatida:** Iste’molchilarning sog'lom ovqatlanishga bo'lgan talabi, organik mahsulotlarga qiziqishi va qulaylikka intilishi yangi mahsulotlar va xizmatlarning paydo bo'lishiga olib keladi.
- **Axborot texnologiyalari sohasida:** Iste’molchilarning texnologik yangiliklarga bo'lgan qiziqishi, mobil qurilmalardan foydalanish odatlari va internetdagi faolligi yangi dasturiy ta'minotlar, ilovalar va onlayn xizmatlarning rivojlanishiga turtki beradi.
- **Turizm sohasida:** Iste’molchilarning sayohat qilish motivlari, byudjeti va dam olish preferensiyalari turli turistik yo'nalishlar va xizmatlarning shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi.

Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi iste’molchi xatti-harakatlarini modellashtirish uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Katta hajmdagi ma'lumotlarni (Big Data) tahlil qilish, sun'iy intellekt va mashinaviy o'rganish usullari iste’molchilarning xatti-harakatlarini yanada aniqroq bashorat qilish va individual yondashuvlarni ishlab chiqish imkonini beradi. Shuningdek,

neyromarketing kabi yangi yo'nalishlar iste'molchilarning ongsiz reaksiyalarini o'rganish orqali marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishga yordam beradi.

Takliflar. Tarmoqlar va sohalarning muvaffaqiyatli rivojlanishi iste'molchilarning xatti-harakatlarini chuqur tushunishga bog'liqdir. Iste'molchi xatti-harakatlari modellarini qo'llash orqali tarmoqlar bozor segmentlarini aniqlashi, mahsulot va xizmatlarini takomillashtirishi, marketing strategiyalarini optimallashtirishi va raqobatbardoshligini oshirishi mumkin. Kelajakda raqamli texnologiyalarning rivojlanishi iste'molchi xatti-harakatlarini modellashtirishning yangi istiqbollarini ochib beradi va tarmoqlar uchun yanada samarali rivojlanish imkoniyatlarini yaratadi.

2-jadval

Tarmoqlar va sohalarni rivojlantirishda iste'molchi xatti-harakatlari modelini qo'llashga doir takliflar

	Taklif nomi	**Mazmuni va izohi**	**Kutilayotgan natija**
1	Iste'molchi ehtiyojlarini o'rganish markazini tashkil etish	Turli sohalarda iste'molchilarning xatti-harakatlarini muntazam o'rganadigan ilmiy markaz	Bozor talabi asosida xizmat va mahsulotlar taklifini moslashtirish
2	Raqamli iste'molchi modeli asosida sohalarni segmentatsiya qilish	Iste'molchilarning onlayn xatti-harakatlariga asoslangan soha segmentatsiyasi	Sektorlar bo'yicha maqsadli marketing va mahsulot strategiyasini ishlab chiqish
3	Sun'iy intellekt asosida iste'molchi xulqini prognoz qilish	Ma'lumotlarga asoslangan holda AI yordamida iste'molchi tendensiyalarini bashoratlash	Oldindan rejalashtirish orqali samarali investitsiya yo'nalishlarini belgilash
4	Mahalliy tarmoqlarda iste'molchi tahlilini kuchaytirish	Hududiy darajada iste'molchilarni o'rganish orqali tarmoqlarning mahalliy moslashuvini ta'minlash	Tadbirkorlikni rivojlantirish va ish o'rinlari yaratish
5	Iste'molchi modeli asosida innovatsion mahsulotlar yaratish	Iste'molchilarning xatti-harakatlari asosida yangi mahsulot yoki xizmatlar ishlab chiqish	Mahsulotlar va xizmatlarga bo'lgan talabni oshirish
6	Davlat siyosatida iste'molchi xatti-harakatlarini inobatga olish	Soha siyosatlari ishlab chiqishda iste'molchi psixologiyasi va ehtiyojlarini tahlil qilish	Sog'lom iqtisodiy muhit va barqaror rivojlanish
7	Iste'molchilarning ekologik ongini o'rganib, yashil sohalarni rivojlantirish	Eko-mahsulotlarga bo'lgan munosabat asosida yashil iqtisodiyot tarmoqlarini rivojlantirish	Barqaror rivojlanish va ekologik xavfsizlikni ta'minlash
8	Sektorlararo sinergetik yondashuvda iste'molchi modelini qo'llash	Iste'molchi xatti-harakatlari modelini bir nechta tarmoqlarga integratsiya qilish	Kompleks iqtisodiy o'sish va sektorlararo hamkorlik

9	Ta’lim va treninglarda iste’molchi xatti-harakatlari tahlilini joriy etish	O‘quv dasturlarida marketing, menejment va iqtisodda bu modelni o‘rgatish	Kelajak kadrlari bozor tahliliga asoslangan qarorlar qabul qiladi
10	Kichik va o‘rta biznes uchun iste’molchi modeli asosida maslahat xizmati	KO‘Blar uchun iste’molchi ehtiyojlarini aniqlashda yordam beruvchi xizmat	Kichik biznesning bozor talabiga tez moslashuvi

Xulosa. Ushbu maqola tarmoqlar va sohalarning rivojlanishida iste’molchi xatti-harakatlari modellarining muhim rolini ochib berdi. Iste’molchilarning ehtiyojlari, preferensiyalari va qaror qabul qilish jarayonlarini tushunish tarmoqlarga bozor segmentlarini aniqlash, mahsulot va xizmatlarni takomillashtirish, samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish va natijada raqobatbardoshlikni oshirish imkonini beradi. Psixologik, sotsiologik, iqtisodiy, vaziyatli va marketing omillari iste’molchi xatti-harakatlariga ta'sir etuvchi asosiy kuchlar sifatida namoyon bo'ladi. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi iste’molchi xatti-harakatlarini modellashtirish uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda, bu esa tarmoqlarga yanada aniqroq prognozlar qilish va individual yondashuvlarni qo'llash imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. — М.: Вильямс, 2018. — 736 с.
2. Ариэли Д. Поведение потребителя: иррациональное, но предсказуемое. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 288 с.
3. Шиффман Л. Г., Канук Л. Л. Поведение потребителей. — М.: Юрайт, 2016. — 512 с.
4. Қурбонов А. Истеъмолчилар хулқ-атвори ва бозор муносабатлари. — Тошкент: Иқтисодиёт, 2019. — 220 б.
5. Тошмуҳамедов Б. Маркетинг асослари. — Тошкент: Молия, 2017. — 198 б.
6. Жўраев М. Истеъмол бозори ва стратегиялар. — Тошкент: Иқтисодиёт, 2020. — 240 б.
7. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. — 15th ed. — Pearson Education, 2016.
8. Statista.com — Global consumer trends 2024 [Elektron resurs] // https://www.statista.com
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmon va qarorlari. Rasmiy hujjatlar // www.lex.uz
10. Deloitte. The consumer behavior trends 2023. [PDF hisobot] — www.deloitte.com