MARKETING STRATEGIYASINING MARKETING FAOLIYATIDA TUTGAN O‘RNI

Ishchanova Salomat Ismailovna
Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696435

Annotatsiya. *Ushbu maqolada marketing strategiyasining zaruriyati va uning marketing faoliyatida tutgan o‘rni yoritilgan. Shuningdek, marketing strategiyasining marketing faoliyatida tutgan o‘rnini tadqiq qilish yuzasidan xulosa va takliflar yoritilgan.*

Аннотация*. В данной статье рассматривается необходимость маркетинговой стратегии и ее роль в маркетинговой деятельности. Также приводятся выводы и предложения по дальнейшему исследованию роли маркетинговой стратегии в маркетинговой деятельности.*

Abstract*. This article discusses the necessity of marketing strategy and its role in marketing activities. It also discusses conclusions and suggestions for researching the role of marketing strategy in marketing activities.*

Kalit so‘zlar. *Marketing, strategiya, marketing strategiyasi, marketing faoliyati, biznes.*

Ключевые слова. *Маркетинг, стратегия, маркетинговая стратегия, маркетинговая деятельность, бизнес.*

Key words*. Marketing, strategy, marketing strategy, marketing activities, business.*

Kirish. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar o‘rtasidagi raqobat kuchayib, mijozlar ehtiyojlari va talablari muntazam ravishda o‘zgarib turadi. Mazkur sharoitda korxonaning muvaffaqiyati ko‘p jihatdan uning marketing faoliyatini qanchalik samarali tashkil etishiga bog‘liq bo‘ladi. Chunki, marketing faoliyatining samaradorligini ta’minlovchi eng muhim omil sifatida marketing strategiyasi korxonaning uzoq muddatli maqsadlariga erishish uchun bozorni o‘rganish, maqsadli iste’molchilarni aniqlash, raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish hamda mahsulot va xizmatlarni bozorga muvaffaqiyatli olib chiqish bo‘yicha aniq yo‘nalishlarni belgilaydi. Ushbu marketing strategiyasi korxona faoliyatining barcha marketing jarayonlarini yagona maqsad sari yo‘naltiradi. Bu esa mahsulotni sotishni, mijozlar bilan mustahkam munosabatlarni shakllantirishni, korxonaning bozor mavqeini mustahkamlashni va raqobat ustunligini yaratishni taqozo qiladi.

Adabiyotlar sharhi. Marketing strategiyasining marketing faoliyatida tutgan o‘rnini tadqiq qilish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, tadqiqotlarga asosan, moliyaviy firmaning marketing strategiyasi uning umumiy maqsadlariga mos kelishi kerak [1]. Shu bois, marketing strategiyasi korporativ yoki strategik rejaning ajralmas qismi bo‘lishi lozim. Yana bir tadqiqotlarga ko‘ra, bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing tamoyillaridan foydalanmasdan va puxta o‘rganilgan marketing strategiyasini ishlab chiqmasdan biznesni tashkil etish va boshqarish mumkin emas [2]. Chunki, bozor iqtisodiyotida o‘z-o‘zini ta’minlash va moliyalashtirishga erishish iste’molchilar va raqobatchilarga e’tibor qaratishni va o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashuvchan moslashishni talab qiladi. Boshqa yana bir tadqiqotlarga ko‘ra, marketing strategiyasi tadbirkorlik tuzilmalarining biznes modelida raqobatbardoshlikning muhim omili sifatida tadqiq etiladi [3]. Ya’ni, ushbu tuzilmada samarali strategiyani tanlash va uni amalga oshirishning dolzarb masalalari haqida so‘z

yuritiladi. Boshqa xil tadqiqotlarga binoan, kichik biznes sub'ektlari faoliyatida marketing strategiyalarini samarali qo'llashning ahamiyati va imkoniyatlari tahlil qilingan [4]. Unga asosan, marketing strategiyalari turlari, kichik biznes rivojlanishiga ta'siri va raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi o'rni yoritilgan. Yana boshqa bir manbalarga qaraganda marketing strategiyasi butun biznesning yo'nalishini belgilashi kerak, chunki bozor va iste'molchilarni tushunish innovatsiya yo'nalishini belgilaydi [5]. Shunga binoan, marketing tafakkurini qaror qabul qilishga integratsiya qilish barcha darajalarda mijozlarga yo'naltirilganlikni ta'minlaydi.

Tahlil va natijalar. Marketing strategiyasi korxonaning ma'lum bir bozor segmentida raqobatbardoshligini ta'minlash va iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan uzoq muddatli rejasini aks ettiradi. Ushbu strategiya korxonaning marketing maqsadlarini, ularga erishish yo'llarini va zarur resurslarni belgilaydi. Bu borada marketing strategiyasining asosiy vazifalari bozorni chuqur o'rganish va tahlil qilish, maqsadli iste'molchilar segmentini aniqlash, korxonaning raqobat ustunliklarini belgilash, mahsulot va xizmatlarni joylashtirish, narx siyosatini ishlab chiqish, taqsimot va sotuv kanallarini tanlash hamda reklama va kommunikatsiya faoliyatini tashkil etish kabilardan iborat bo'ladi.

Marketing strategiyasi korxonaga bozor sharoitlariga moslashish, iste'molchilarning o'zgaruvchan talablariga tezkor javob berish va uzoq muddatli rivojlanishni ta'minlash imkonini beradi. Strategiyasiz marketing faoliyati tartibsiz va samarasiz bo'lib qolishi mumkin. Bu bo'yicha marketing strategiyasi marketing faoliyatining asosiy yo'nalishini belgilaydi. Ushbu yo'nalish korxona oldiga qo'yilgan maqsadlarni amalga oshirish uchun barcha marketing vositalarini muvofiqlashtiradi. Strategiyaning mavjudligi esa marketing qarorlarini qabul qilish bo'yicha quyidagi yo'nalishlardagi aniqlik va izchillikni ta'minlaydi:

birinchidan, marketing strategiyasi bozor imkoniyatlarini aniqlashga imkon beradi. Ya'ni, korxona bozorni o'rganish orqali qaysi mahsulot yoki xizmatlarga talab yuqori ekanligini aniqlab, o'z faoliyatini shu yo'nalishda rivojlantiradi.

ikkinchidan, strategiya maqsadli auditoriyani aniqlash imkonini beradi. Xususan, har bir iste'molchi guruhi o'ziga xos ehtiyoj va xulq-atvorga ega bo'lib, marketing strategiyasining aynan qaysi guruhga e'tibor qaratish lozimligi belgilaydi va marketing xarajatlari samaradorligini oshiradi.

uchinchidan, marketing strategiyasi korxonaning raqobatbardoshligini kuchaytiradi. Unga ko'ra, bozordagi raqobatchilar faoliyati tahlil qilinib, korxona afzalliklari aniqlanadi va kompaniyada mahsulotlarini raqobatchilarnikidan ajratib ko'rsatish imkoniyati shakllanadi.

to'rtinchidan, strategiya marketing kompleksining samarali tashkil etilishiga xizmat qiladi. Bu bo'yicha mahsulot, narx, taqsimot va rag'batlantirish unsurlari strategik maqsadlarga mos ravishda shakllantiriladi.

Umuman olganda, marketing strategiyasi korxonaning qisqa muddatli va uzoq muddatli faoliyati o'rtasida muvozanatni ta'minlaydi. Hamda bugungi natijalar bilan birga kelajakdagi rivojlanish istiqbollarini hisobga oladi. To'g'ri ishlab chiqilgan marketing strategiyasi korxonaning iqtisodiy samaradorligini oshiradi. Strategiya yordamida korxona resurslardan oqilona foydalanib, ortiqcha xarajatlarni kamaytiradi va foyda miqdorini ko'paytiradi.

Shuningdek, marketing strategiyasi quyidagi yo'nalishlarda korxona rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi:

- savdo hajmini oshirish. Bu borada maqsadli bozor segmentlari aniqlangach, korxona aynan shu auditoriyaga mos mahsulot va reklama siyosatini ishlab chiqadi. Natijada, mahsulotlarga bo'lgan talab ortib, savdo hajmi oshadi.

- mijozlar sodiqligini shakllantirish. Bu bo‘yicha marketing strategiyasi yangi mijozlarni jalb qilishga va mavjud mijozlarni saqlab qolishga xizmat qiladi. Natijada, mijozlar ehtiyojlarini muntazam o‘rganish va qondirish orqali ularning korxonaga bo‘lgan ishonchi mustahkamlanadi.

- brend qiymatini oshirish. Bu borada Strategik marketing korxona imidjini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Shu orqali kuchli brend bozorda yuqori mavqega ega bo‘lib, iste’molchilar orasida tan olinadi.

- raqobat ustunligini yaratish. Unga ko‘ra, korxona o‘zining noyob afzalliklarini aniqlab, ularni marketing faoliyatida samarali qo‘llaydi. Bu esa raqobatchilar orasida ajralib turish imkoniyatini beradi.

- innovatsion rivojlanishni rag‘batlantirish. Bu esa bozor ehtiyojlarini tahlil qilish yangi mahsulot va xizmatlarni yaratishga turtki beradi. Natijada, korxona yangi innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tadi.

Shularga asosan, marketing strategiyasining marketing faoliyatida tutgan o‘rni quyidagicha tavsiflanadi (1-jadval).

1-jadval

Marketing strategiyasining marketing faoliyatida tutgan o‘rni

№	Marketing strategiyasining yo‘nalishlari	Marketing faoliyatidagi o‘rni	Natijasi
1	Bozorni tahlil qilish	Bozor talabi, iste’molchilar ehtiyoji va raqobatchilarni o‘rganishga imkon beradi	To‘g‘ri marketing qarorlari qabul qilinadi
2	Maqsadli bozorni aniqlash	Eng istiqbolli iste’molchilar segmentini tanlash imkonini beradi	Marketing xarajatlari samaradorligi oshadi
3	Mahsulot siyosatini shakllantirish	Mahsulot yoki xizmatning bozor talabiga mosligini ta’minlaydi	Sotuv hajmi yanada ortadi
4	Narx strategiyasini belgilash	Mahsulot uchun maqbul narxni tanlashga imkon beradi	Foyda va raqobatbardoshlik oshadi
5	Taqsimot kanallarini tanlash	Mahsulotni iste’molchiga qulay yetkazib berishni tashkil qiladi	Bozor qamrovi yanada kengayadi
6	Reklama va kommunikatsiya faoliyatini amalga oshirish	Korxona va mahsulot haqida iste’molchilarga ma’lumot yetkazadi	Brendning tan olinishi kuchayadi
7	Raqobat ustunligini yaratish	Korxonaning bozordagi afzalliklarini aniqlaydi va rivojlantiradi	Bozor ulushi darajasi ortadi
8	Mijozlar bilan munosabatlarni rivojlantirish	Mijozlarning ehtiyojlarini qondirish va sodiqligini oshirishga xizmat qiladi	Doimiy mijozlar soni ko‘payadi
9	Resurslardan samarali foydalanish	Marketing budjeti va imkoniyatlarini to‘g‘ri taqsimlaydi	Xarajatlar miqdori kamayadi

10	Uzoq muddatli rivojlanishni ta’minlash	Korxonaning kelajakdagi maqsadlariga erishish yo‘nalishini belgilaydi	Barqaror rivojlanish yo‘llari ta’minlanadi

Ushbu 1-jadvalga asosan, marketing strategiyasi korxonaning marketing faoliyatini samarali tashkil etish va boshqarishda muhim ahamiyatga ega. Yuqoridagi jadvaldan ko‘rinib turibdiki, marketing strategiyasi bozorni tahlil qilishdan boshlab, mahsulotni yaratish, narx belgilash, reklama faoliyatini olib borish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishgacha bo‘lgan barcha jarayonlarni qamrab oladi.

Strategiya korxonaga bozor imkoniyatlarini aniqlash, iste’molchilar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish va raqobatchilar orasida o‘z o‘rnini topishga imkon beradi. Bu borada marketing faoliyatining barcha unsurlarini yagona maqsad sari yo‘naltirib, resurslardan oqilona foydalanishni ta’minlaydi. Natijada, korxona savdo hajmini oshiradi, foydadorlikka erishadi va bozordagi mavqeini mustahkamlaydi. Shunday qilib, marketing strategiyasi marketing faoliyatining markaziy unsuri sifatida korxonaning qisqa muddatli natijalari bilan birga uzoq muddatli muvaffaqiyatini ham ta’minlaydigan muhim boshqaruv vositasi bo‘lib hisoblanadi.

Xulosa. Marketing strategiyasi marketing faoliyatining asosiy tayanchi bo‘lib hisoblanadi. Ushbu strategiya korxonaning bozor sharoitlarida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishini, iste’molchilar ehtiyojlarini qondirishini va raqobat ustunligiga erishishini ta’minlaydi. Shu bois, marketing strategiyasi marketing resurslaridan samarali foydalanish, savdo hajmini oshirish, mijozlar sodiqligini shakllantirish va korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta’minlashda qo‘llaniladi. Chunki, zamonaviy biznes muhitida marketing strategiyasiga ega bo‘lmagan korxonaning muvaffaqiyat qozona olmaydi. Shu sababli, har bir korxona o‘z faoliyatida puxta o‘ylangan va ilmiy asoslangan marketing strategiyasini ishlab chiqishi hamda uni amaliyotga samarali tatbiq etishi zarur. Marketing strategiyasi korxonaning bugungi va kelajakdagi muvaffaqiyatini belgilovchi eng muhim boshqaruv vositalaridan biridir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Meidan A. Marketing Financial Services. - London: Macmillan Press Ltd., 1996. - p. 295.
2. Арокина В.И. Роль маркетинговых стратегий в деятельности предприятий. // Journal of Economy and Business, Vol.12-1 (82), 2021. - с. 35.
3. Mamadalieva M. Biznes modelida marketing strategiyasining ahamiyati. // Педагогика и психология в современном мире: теоретические и практические исследования, 2024, 3 (13), Special issue. - с. 167-171. https://doi.org/10.71337/ inlibrary.uz.zdpp.57575
4. Xujaev S.S. Kichik biznes subyektlari faoliyatida marketing strategiyalarini samarali qo‘llash. // “Raqamli iqtisodiyot” ilmiy-elektron jurnali, 10-son, 2025. - 649 b.
5. https://digital.econ.msu.ru/blog/chto-takoe-marketing-opredelenie-funkcii-vidy-i-strategii-razvitiya-biznesa/