



## **MARKETING STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH VA TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI**

Shukiraliyev Muhammadsaid Shukirali o'g'li

Andijon Davlat Texnika Instituti

3-kurs K13-22 guruh talabasi

Ilmiy rahbar Dotsent Bazarova G.

Bugungi kunda yengil sanoat korxonalari iqtisodiy o'sishning muhim tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Aholi ehtiyojlarini qondirish, eksport salohiyatini oshirish va raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish ushbu sohaning asosiy vazifalaridan sanaladi. Shu bois, yengil sanoat korxonalarida marketing strategiyasini shakllantirish masalalari alohida dolzarblik kasb etmoqda. Raqobat muhiti tobora keskinlashib, bozordagi konyunkturaviy o'zgarishlar jadallashib borayotgan bugungi kunda mulk shaklidan qat'iy nazar, barcha xo'jalik yurituvchi subyektlar oldida turgan bosh maqsad va vazifalardan biri muntazam, sistemali tarzda xaridor va mijozlar talab va ehtiyojlarini o'rganish va uning natijalariga muvofiq holda ishlab chiqarish(xizmat ko'rsatish)ni samarali tashkil etishdan iborat. Bu esa o'z navbatida har bir ishchi, mutaxassisdan qonunan, vijdonan, halol savdo va muomalani talab qiladi.

Marketing strategiyasi – bu korxonaning ichki va tashqi muhitini chuqur tahlil qilib, bozorda mustahkam o'rin egallashga qaratilgan rejalashtirilgan faoliyatidir. Yengil sanoat korxonalari uchun to'g'ri marketing strategiyasini ishlab chiqish mahsulotni sifatli va mijozlar talabiga mos ravishda ishlab chiqarishga, shuningdek, bozordagi raqobatchilardan ajralib turishga yordam beradi. Ayniqsa, globalizatsiya jarayonida marketing strategiyasining ahamiyati yanada ortib bormoqda.

Marketing strategiyasini shakllantirish bosqichlari: Bozorni tahlil qilish marketing strategiyasini shakllantirishning birinchi va eng muhim bosqichi bozorni tahlil qilishdir. Bu bosqich kompaniyaga bozor muhitini chuqur o'rganish, raqobatchilarni baholash va iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash imkonini beradi.



---

**Asosiy bosqichlar:**

**1. Bozorni segmentatsiya qilish:**

Mahsulot qaysi maqsadli auditoriyaga mo'ljallanganligini aniqlash.

Misol: Yoshlar uchun innovatsion texnologik mahsulot yoki kattalar uchun yuqori sifatli mahsulot.

**2. Raqobatchilarni tahlil qilish:**

Bozorda mahsulotning raqobatchilarga nisbatan ustun va zaif tomonlarini aniqlash.

Misol: Narx, sifat, texnologiya yoki mijozga xizmat ko'rsatish darajasida farq yaratish.

**3. O'ziga xos taklif (USP) ishlab chiqish:**

Mahsulotning bozordagi asosiy raqobatbardosh xususiyatini aniqlash.

Misol: "Tezkor yetkazib berish," "Yuqori sifatdagi tabiiy ingredientlar," "Ko'p funktsionallik."

**4. Kommunikatsiya strategiyasini tanlash:**

- Mahsulotni reklama qilishda foydalaniladigan vositalarni aniqlash (TV, internet, ijtimoiy tarmoqlar).

- Mijozlarning mahsulot haqida bilishini oshirish uchun samarali xabarlarini yetkazish.

Misol uchun: Bir brend o'z mahsulotini ekologik toza va innovatsion texnologiyalar asosida ishlab chiqilgan sifatida pozitsiyalashi mumkin. Bu brendni ekologik masalalarga e'tibor qaratadigan auditoriya orasida ajralib turishiga yordam beradi. Innovatsion yechimlar kompaniyaga bozorda raqobat ustunligini ta'minlash va mijozlarning talablariga moslashishda yordam beradi.

**1. Innovatsiyalarni mahsulotga joriy etish:**

- Yangi mahsulotlar ishlab chiqish: Iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot yaratish.

Misol: Zamonaviy texnologiyalarga asoslangan aqlli qurilmalar.



• Mahsulot sifatini oshirish: Ishlab chiqarishda yangi materiallar va texnologiyalarni qo'llash orqali sifatni yaxshilash.

## **2. Mahsulotga qo'shimcha qiymat qo'shish:**

- Mahsulot bilan birga xizmatlar taklif qilish (masalan, bepul texnik xizmat ko'rsatish yoki kafolat muddati).
- Xaridorlar uchun qulay foydalanish imkoniyatlarini yaratish (masalan, mahsulotning intuitiv dizayni).

## **3. Raqamli innovatsiyalarni qo'llash:**

- Texnologik ilovalar: Mahsulotlar yoki xizmatlarni qo'llash uchun mobil ilovalarni ishlab chiqish.

Misol: Onlayn do'konlar uchun xaridlarni kuzatish va mijozlarni qo'llab-quvvatlash ilovalari.

- Sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlili: Xaridorlarning xatti-harakatlarini tahlil qilish va mahsulot takliflarini moslashtirish uchun AI texnologiyalaridan foydalanish.

## **4. Barqaror rivojlanish innovatsiyalari:**

Ekologik mas'uliyatli yondashuvni tatbiq etish orqali kompaniya brend imidjini mustahkamlash.

Misol: Qayta ishlangan materiallardan foydalanish yoki energiya tejamkor texnologiyalarni joriy qilish.

## **1. Bozorni tahlil qilish va maqsadlarni aniqlash**

- Bozorni o'rganish: Maqsadli auditoriya, raqobatchilar, va umumiy bozor tendensiyalarini o'rganing. SWOT (kuchli, zaif tomonlar, imkoniyatlar va tahdidlar) tahlilidan foydalaning.
- Auditoriyani segmentatsiya qilish: Mijozlarni yosh, jins, qiziqishlar, ehtiyojlar va xarid qilish odatlariga qarab guruhlang.



• Strategik maqsadlarni belgilash: Daromadni oshirish, mijozlar bazasini kengaytirish yoki brend tan olinuvchanligini oshirish kabi aniq va o'lchanadigan maqsadlar qo'ying.

## **2. Unique Selling Proposition (USP) yaratish**

- Mahsulot yoki xizmatning raqobatchilardan farqli ustunliklarini aniqlang.
- Mijozlar uchun qimmatli bo'lgan noyob xususiyatlarni ajratib ko'rsatib, ularga qanday foyda berishini ta'kidlang.

## **3. Marketing kanallarini tanlash**

- Digital marketing: Ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari optimallashtirish (SEO), email marketing, va kontent marketingi orqali onlayn ko'rinishchanlikni oshiring.
- An'anaviy marketing: Televideniye, radio, bannerlar va bosma nashrlar kabi usullarni maqsadli auditoriyaga mos ravishda qo'llang.
- Omnichannel yondashuvi: Onlayn va oflayn marketing strategiyalarini uyg'unlashtiring.

## **4. Kontent strategiyasini yaratish**

- Mijozlarning ehtiyoj va muammolariga mos tushadigan foydali, qiziqarli va dolzarb kontent tayyorlang.
- Kontent turini belgilash: Bloglar, video materiallar, infografikalar va mijozlarning sharhlari.
- Doimiy ravishda kontentni yangilang va maqsadli auditoriyaga yetkazib turing.

## **5. Innovatsiyalar va mijoz tajribasiga e'tibor**

- Yangi texnologiyalar va tendensiyalardan foydalaning: Sun'iy intellekt, AR/VR yoki chat-botlar.
- Mijozlar tajribasini doimiy ravishda yaxshilash orqali ularning sadoqatini oshiring.



## **6. KPI va natijalarni monitoring qilish**

- O'lganadigan ko'rsatkichlarni belgilang: Xarajatlarning qaytimi (ROI), veb-sayt trafik hajmi, ijtimoiy tarmoqdagi jalb qilish darajasi va sotuvlar.
- Doimiy monitoring olib boring va strategiyani tahlil qiling. Olingan natijalarga asoslanib, kerakli o'zgartirishlarni kiritib boring.

## **7. Takomillashtirish va moslashuvchanlik**

- Raqobatchilar harakatlarini kuzating va ularga tezkor javob bering.
- Mijozlarning fikr-mulohazalarini tahlil qiling va ularga mos ravishda xizmat yoki mahsulotni yaxshilang.
- Tajribalardan xulosa chiqarib, yangi yondashuvlarni sinab ko'ring.

## **8. Hamkorlik va tarmoq yaratish**

- Influencerlar yoki brendlashgan kontent orqali hamkorlikni rivojlantiring.
  - Mahalliy yoki global hamkorlik orqali auditoriya ko'lamini kengaytiring.
- Yuqoridagi qadamlar orqali marketing strategiyasini samarali shakllantirish va rivojlantirish mumkin. Har bir bosqichda mijoz ehtiyojlariga asoslangan, moslashuvchan va yangilikka ochiq bo'lish muhim.
- Yengil sanoat korxonalarida marketing strategiyasini shakllantirish hozirgi kunda katta ahamiyatga ega bo'lib, korxonalarning barqaror rivojlanishi va bozor talablariga moslashuvchanligini ta'minlashda muhim omil hisoblanadi.

## **Foydalanilgan adabiyot va manbalar**

### **Farmon va qarorlar:**

- 1.O'zbekiston respublikasi prezidentining qarori pq-4186-sonli. 2019 yil 12-fevral.
- 2.O'zbekiston respublikasi prezidenti sh.mirziyoyevning 2018 yil 28 – dekabrda oiliy majlisiga murojaatnomasi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. ERGASHXODJAEVA SH.D., SHARIPOV I.B.. MARKETING ASOSLARI. O'QUV QO'LLANMA. -T.: TDIU, 2013. 3-BET.



- 
2. ЧАЙНИКОВА Л.Н., ЧАЙНИКОВ В.Н. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ. - ТАМБОВ: ИЗД-ВО ТАМБ. ГОС. ТЕХН. УН-ТА, 2007. – 192 Б
  3. Philip Kotler va Kevin Lane Keller – “Marketing Management” 15-nashri, 2015-yil, Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey, AQSh.
  4. David A. Aaker va Christine Moorman – “Strategic Market Management” 12-nashri, 2023-yil, Wiley, Hoboken, New Jersey, AQSh.
  5. Philip Kotler – “Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control” 11-nashri, 2003-yil, Prentice-Hall of India Private, Nyu-Dehli, Hindiston.
  6. Abduqayumovna, Karimova Muyassarkhan. "Global Threats Today Conquering the Minds and Hearts of Mankind." *Telematique* 22.01 (2023): 1714-1718.
  7. Каримова, Муяссархон Абдукаюмовна. "Ёш авлодга таълим ва тарбия беришда ўқитувчининг инновацион фаолияти ва таълим технологиялари." *Proceedings of International Educators Conference*. Vol. 2. No. 3. 2023.
  8. Muyassar, Karimova, and Muhammadjon Salohiddinov Iqboljon o'g'li. "MEN UCHUN BO'LGAN OLIMLAR." *Proceedings of International Conference on Educational Discoveries and Humanities*. Vol. 2. No. 5. 2023.
  9. Каримова, М. А. "ЗАРДУШТИЙЛИК ДИНИДАЧОРВАЧИЛИК БИЛАН БОҒЛИҚ МАРОСИМЛАР." *Proceedings of International Conference on Modern Science and Scientific Studies*. Vol. 2. No. 3. 2023.
  10. Muyassar, Karimova, Arabboyeva Feruza Uchqunovna, and Tojiboyev Muhammadjon Muxitdin o'g'li. "DUNYONING ENG MASHHUR KASHFIYOTLARI." *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI* 2.12 (2022): 162-166
  11. Muyassar, Karimova, and Odilov Islombek. "JAMIYATDA HUQUQIY ONG VA HUQUQIY MADANIYATNI YUKSALTIRISH DEMOKRATIK DAVLAT BARPO ETISH ASOSI." *fan, jamiyat va innovatsiyalar* 1.1 (2023): 179-182.
  12. Muyassar, Karimova, and Yulchibayev Omadbek Ulug'bek o'g. "ANDIJON VILOYATIDA XALQARO YUKLARNI TASHISH JARAYONI UCHUN



YETKAZIB BERISH ZANJIRIINI BOSHQARISHNI  
TAKOMILLASHTIRISH." *MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR  
SCIENTIFIC SOLUTIONS* 2.2 (2023): 84-93.

13. Abduqayumovna, Karimova Muyassarxon, and Azimov Sarvarbek  
Qayumjon o'g'li. "MEN SEVGAN YETUK OLIMLAR." *Journal of new century  
innovations* 19.5 (2022): 125-129..

14. Abduqayumovna, Karimova Muyassarxon. "INSON TAFAKKURI VA  
ROBOTOTEXNIKA." *Journal of new century innovations* 19.5 (2022): 135-140.

15. Abduqayumovna, Karimova Muyassarxon. "KAMBAG'ALLIKNI  
KAMAYTIRISH." *Journal of new century innovations* 19.5 (2022): 130-134.

16. Abduqayumovna, Karimova Muyassarxon, and Turgunova Tursunoy  
Maratovna. "DUNYONING ENG MASHHUR KASHFIYOTLARI." *Journal of  
new century innovations* 19.5 (2022): 187-190.

17. Abduqayumovna, Karimova Muyassarxon, and Umaraliyev Javlonbek  
Xamzabek o'g'li. "YOSHLARNI TA'LIMGA BO'LGAN QIZIQISHLARINI  
KAMAYIB BORISHIGA SABABLAR VA ULAR NIMALARDAN  
IBORAT." *Journal of new century innovations* 19.8 (2022): 16-19

18. Абдуллаев, У. С., and М. А. Каримова. "Обряды, связанные с  
посещением мазаров у женщин Ферганы: традиция и  
современность." *Международный научно-исследовательский журнал* 6-4  
(37) (2015): 72-74.

19. Абдуллаев, Улугбек Сайданович, and Муяссархон Абдукаюмовна  
Каримова. "основные направления традиционных межэтнических процессов  
в ферганской долине (XIX–XX в. в)." *Социально-гуманитарный вестник Юга  
России* 4 (2014): 3-7.

20. Хусанова, Ш. А., & Андижон, Мингтепа археология  
ёдгорлиги. *Марказий Осиё давлатлари олма аёлларининг илм-фан соҳасига*,  
323.

21.

### Saytlar:

1. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)
2. [www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)