IQRO JURNALI , IQRO JOURNAL, ИКРО ЖУРНАЛИ
ISSN:2181-4341| wordlyknowledge.uz/index.php/iqro
Volume 24. Issue 02. Noyabr ,2026

MARKETING TUSHUNCHASI VA UNING ZAMONAVIY IQTISODIYOTDAGI AHAMIYATI

Otajonova Sevara Alisher qizi
Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti
Turizm fakulteti
Savdo ishi yo`nalishi 2-bosqich talabasi
sevaraatajanova43@gmail.com
https://doi.org/10.5281/zenodo.24133003

Annottatsiya: Marketing zamonaviy bozor iqtisodiyotning muhim mexanizmlaridan biri hisoblanadi. U korxona va tashkilotninglarning bozordagi faoliyatini samarali tashkil etish, iste`molchilar ehtiyojlarini aniqlash, mahsulot va xizmatlarga bo`lgan talabni o`rganish hamda raqobatbardoshlikni oshirishga xizmat qiladi. Ushbu maqolada marketingning iqtisodiy mohiyari, shakllanish tarixi, asosiy tamoyillari, funksiyalari va zamonaviy iqtisodiyotdagi o`rni tahlil qilinadi. Shuningdek, raqamli marketingning rivojlanishi va uning tadbirkorlik faoliyatiga ta`siri yoritiladi.

**Kalit so`zlar:** Marketing, bozor iqtisodiyoti, raqobati, iste`molchi, reclama, talab, taklif, strategiya, raqamli marketing, innovatsiya, tadbirkorlik, iqtisodiy samaradorlik.

Kirish:

Hozirgi globallashuv sharoitda jahon iqtisodiyotida yuz berayotgan o`zgarishlar korxona va tashkilotlar faoliyatiga yangicha yondashuvlarni talab qilmoqda. Ayniqsa, bozor munosabatlarning rivojlanishi, iste`molchilar talabining o`zgarishi, yangi mahsulot va xizmatlarning paydo bo`lishi marketing faoliyatining ahamiyatini yanada oshirmoqda.

Bugungi kunda har qanday korxonaning muvaffaqiyati nafaqat mahsulot ishlab chiqarish hajmiga, balki ushbu mahsulotning bozordagi talabga mos kelishiga ham bog`liq. Shu sababli markeing korxona foaliyatining ajralmas qismi sifatida namoyon bo`lmoqda.

Marketing orqali korxonalar iste`molchilarning ehtiyojlarini o`rganadi, bozor imkoniyatlarini aniqlaydi, mahsulot sifatini takomillashtiradi va o`z faoliyatining istiqbolli yo`nalishlarini belgilaydi.

Mazkur mavzuning dolzarbligi shundaki, zamonaviy iqtisodiyotd marketing faqat mahsulotni sotish vositasi emas, balki korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta`minlovchi strategik boshqaruv tizimidir.

Marketing tushunchasi va uning iqtisodiy mohiyati

Marketing ingliz tilidagi market so`zidan olingan bo`lib, bozor ma`nosini anglatadi. Marketing tushunchasi keng ma`noda iste`molchilar ehtiyojlarini aniqlash, ularni qondirish va korxona maqsadlariga erishishga qaratilgan faoliyatlar majmuasidir.

Marketingning asosiy maqsadi iste`molchi talabini chuqur o`rganish vas hu talabga mos mahsulot yoki xizmatlarni taklif etishdan iborat.

Marketing faoliyati quyidagi yo`nalishlarni o`z ichiga oladi:

Bozor holatini o`rganish va tahlil qilish.

Iste`molchilar ehtiyojini aniqlash.

Mahsulot va xizmatlar sifatini takomillashtirish.

Narx siyosatini shakllantirish.

Reklama va targ`ibot ishlarini tashkil etish.

Mahsulotlarni sotish va yetkazib berish jarayonlarini boshqarish.

Raqobatchilar faoliyatini o`rganish.

Marketingning iqtisodiy mohiyati ishlab chiqaruvchi va iste`molchi o`rtasidagi manfaatli munosabatlarni shakllantirishda namoyon bo`ladi. Ishlab chiqaruvchi bozor talabiga mos mahsulot yaratishga intilsa, iste`molchi o`z ehtiyojiga mos sifatli mahsulotni maqbul narxda xarid qilishni xohlaydi.

Marketingning asosiy tamoyillari

Marketing faoliyati muayyan tamoyillarga asoslanadi. Ushbu tamoyillar korxonaning bozordagi faoliyatini to`g`ri tashkil etishga yordam beradi.

1. Iste`molchiga yo`naltirilganlik

Marketingning eng muhim tamoyili iste`molchi ehtiyojlarini birinchi o`ringa qo`yishdir. Korxona mahsulot ishlab chiqarishdan oldin iste`molchilarning xohish-istaklari va talabini o`rganishi kerak.

2. Bozorni muntazam o`rganish

Bozrdagi talab, taklif, narxlar va raqobatchilar faoliyati doimiy ravishda tahlil qilinishi lozim.

3. Raqobatbardoahlikni ta`minlash

Korxona o`z mahsulotining sifati, narxi va xizmat ko`rsatish darajasi orqali bohqa korxonalardan ustunlikka erishishga harakat qiladi.

4. Innovatsion yondashuv

Yangi texnologiyalar, zamonaviy reklama usullari va yangi mahsulotlarni ishlab chiqish marketing samaradorligini oshiradi.

5. Iqtisodiy samaradorlik

Marketing faoliyati korxonaning daromadini oshirish, xarajatlarini oqilona boshqarish va uzoq muddatli rivojlanishiga xizmat qilishi kerak.

6. Marketingning asosiy funksiyalari

Marketing bir nechta muhim funksiyalarni bajaradi:

Analitik funksiya – bozor, iste`molchilar va raqobatchilar faoliyatini o`rganish.

Ishlab chiqarish funksiyasi – bozor talabiga mos mahsulotlar yaratish va ishlab chiqarish sifatini yaxsgilash.

Sotish funksiyasi – mahsulotlarni iste`molchilarga yetkazish va sotish jarayonlarini tashkil etish.

Boshqaruv funksiyasi – marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish.

Axborot funksiyasi – bozor haqidagi ma`lumotlarni yig`ish, qayta ishlash va tahlil qilish.

Ushbu funksiyalar bir-biri bilan uzviy bog`liq bo`lib, korxonaning umumiy iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Marketingning zamonaviy iqtisodiyotdagi ahamiyati

Zamonaviy iqtisodiyotda marketing korxona va tashkilotlarning rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki bugun bozor sharoitida mahsulot ishlab chiqarishning o`zi yetarli emas. Uni iste`molchiga to`g`ri tanishtirish, talabni shaklllantirish va raqobatchilar orasida munosib o`rin egallash ham zarur.

Marketingning iqtisodiyotdagi ahamiyati quyidagi jihatlarda ko`rish mumkin:

Birinchidan, ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi. Marketing tadqiqotlari orqali korxonalar qaysi mahsulotlarga talab yuqori ekanligini aniqlaydo. Natijada ortiqcha ishlab chiqarish va resurslardan samarasiz foydalanish xavfi kamayadi.

Ikkinchidan, iste`molchilar ehtiyojlarini qondiradi. Marketing xaridorlarning talab va istaklarini o`rganib, ularga mos taklif qilish imkonini beradi.

Uchinchidan, raqobatni rivojlantiradi. Korxonalar o`rtasidagi raqobat mahsulot sifatining oshishi, xizmat ko`rsatishning yaxshilanishi va yangi texnologiyalarning joriy etilishiga turtki beradi.

To`rtinchidan, tadbirkorlik faoliyatini rivojlantiradi. To`g`ri marketing strategiyasi yangi biznes loyihalarini amalga oshirish, mijozlar sonini oshirish va bozorda mustahkam o`rin egallashga yordam beradi.

Beshinchidan, iqtisodiy o`sishga xizmat qiladi. Marketing ishlab chiqarish, savdo, xizmat ko`rsatish va boshqa iqtisodiy tarmoqlar o`rtasidagi aloqalarni rivojlantiradi.

Raqamli marketing va uning rivojlanish istiqbollari

Axborot texnologiylarining jadal rivojlanishi natijasida marketingning yangi shakli – raqamli marketing keng tarqalmoqda.

Raqamli marketing internet va zamonaviy axborot texnologiyalari yordamida mahsulot va xizmatlarni targ`ib qilish faoliyatidir.

Uning asosiy vositalari quyidagilardan iborat:

Ijtimoiy tarmoqlarda reklama.

Qidiruv tizimlarida marketing (CEO).

Elektron pochta orqali marketing.

Veb-saytlar va mobil ilovalar orqali reklama.

Video va content marketing.

Blogerlar va ta`sir ko`rsatuvchilar bilan hamkorlik.

Masalan, kichik tadbirkor o`z mahsulotlarini Instagram yoki Telegram orqali reklama qilib, keng auditoriyaga yetib borishi mumkin. Buning uchun katta savdo maydoniga ega bo`lishi shart emas.

Raqamli marketingning asosiy afzalligi shundaki, u reklama samaradorligini kuzatish, xaridorlar bilan tezkor muloqot qilish va maqsadli auditoriyani aniqlash imkonini beradi.

Shu bilan birga, raqamli marketingda axborot xavfsizligi, shaxsiy ma`lumotlarni himoya qilish va noto`g`ri reklama tarqatilishining oldini olish mumkin.

Marketingning O`zbekiston iqttisodiyotidagi o`rni

O`zbekistonda bozor iqtisodiyotining rivojlanishi, xususiy tadbirkorlikning kengayishi va xizmat krsatish sohasining o`sishi marketingga bo`lgan ehtiyojini kuchaytirmoqda.

Bugungi kunda mamlakatimizda savdo, bank-moliya, turizm, ta`lim, ishlab chiqarish va xizmat ko`rsatish sohalarida marketing faoliyatidan keng foydalanilmoqda.

Ayniqsa, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun marketing muhim ahamiyatga ega. Chunki ular bozorda yirik korxonalar bilan raqobatlashish, yangi mijozlarni jalb qilish va o`z mahsulotlarini tanitishda marketing imkoniyatlaridan foydalanadilar.

Masalan, mahalliy ishlab chiqaruvchilar ijtimoiy tarmoqlar orqali o`z mahsulotlarini reklama qilish, buyurtmalar qabul qilish va mijozlar bilan bevosita aloqa o`rnatish imkoniyatiga ega.

O`zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishi ham marketing faoliyatining yangi yo`nalishlarini shakllantirmoqda.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, marketing zamonaviy iqtisodiyotning ajralmas va muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. U nafaqat mahsulot va xizmatlarni sotish, balki bozorni o`rganish, iste`molchilar ehtiyojlarini aniqlash, ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish va korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o`ynaydi.

Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida marketingning an`anaviy usullari bilan bir qatorda internet marketing va elektron tijorat kabi yangi yo`nalishlar ham rivojlanmoqda.

Kelajakda marketing faoliyatida sun`iy intellect, katta ma`lumotlar tahlili va avtomatlashritilgan texnogiyalardan foydalanish yanada kengayishi kutiladi.

Shunday ekan, marketingni chuqur o`rganish va uni amaliyotga samarali tatbiq etish korxonalar rivojlanishi, tadbirkorlik faoliyati kengayishi hamda mamlakat iqtisodiy salohiyati oshishining muhim omillaridan biridir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler F. Marketing asoslari.
2. Kotler F, Keller K. L. Marketing Management.
3. Armstrong G, Kotler F. Principles of Marketing
4. McCarthy E. J. Basic Marketing: A Managerial Approach.
5. O`zbekiston Respublikasining reklama va elektron tijorat sohasiga oid qonunchilik hujjatlari.
6. Marketing va menejment yo`nalishidagi ilmiy maqolalar va o`quv qo`llanmalar.