

An Expanded Scientifically Grounded Article on Marketing

Toshpo'latova Bahora Otabekovna

2nd-year Student, Economics Program Faculty of Economics and Information
Technologies Navoi Innovation University

Gafurova Dilobar Karamatovna

Senior Lecturer Navoi Innovation University

Abstract

This article provides an in-depth analysis of the concept of marketing, its role in the economy and stages of development. The main functions of marketing, strategic approaches, consumer behavior and the importance of digital marketing today are highlighted based on concrete evidence. Also, factors for increasing the effectiveness of marketing activities and modern trends are described in detail.

Keywords

Marketing, market economy, marketing strategy, consumer behavior, advertising, digital marketing, branding, segmentation, innovation

MARKETING HAQIDA KENGAYTIRILGAN ILMIY-ASOSLANGAN MAQOLA

Toshpo'latova Bahora Otabekovna

Navoiy innavatsiyalar universiteti iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti
iqtisodiyot yo'nalishi 2-bosqich talabasi

Gafurova Dilobar Karamatovna

Navoiy innavatsiyalar universiteti katta o'qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada marketing tushunchasi, uning iqtisodiyotdagi o'rni va rivojlanish bosqichlari chuqur tahlil qilinadi. Marketingning asosiy funksiyalari, strategik yondashuvlari, iste'molchi xulq-atvori hamda raqamli marketingning bugungi kundagi ahamiyati aniq dalillar asosida yoritiladi. Shuningdek, marketing faoliyatining

samaradorligini oshirish omillari va zamonaviy tendensiyalar keng ko‘lamda bayon etiladi.

Kalit so‘zlar (Keywords)

Marketing, bozor iqtisodiyoti, marketing strategiyasi, iste‘molchi xulq-atvori, reklama, raqamli marketing, brending, segmentatsiya, innovatsiya

Аннотация

В данной статье представлен углубленный анализ концепции маркетинга, его роли в экономике и этапов развития. На основе конкретных данных освещены основные функции маркетинга, стратегические подходы, поведение потребителей и важность цифрового маркетинга сегодня. Также подробно описаны факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности и современные тенденции.

Ключевые слова

Маркетинг, рыночная экономика, маркетинговая стратегия, поведение потребителей, реклама, цифровой маркетинг, брендинг, сегментация, инновации

Kirish

Marketing zamonaviy biznes muhitining ajralmas qismi bo‘lib, u korxonalar faoliyatining barcha bosqichlariga ta‘sir ko‘rsatadi. Marketingning asosiy vazifasi – iste‘molchilar ehtiyojini aniqlash va ularni maksimal darajada qondirish orqali foyda olishdir. Bugungi global iqtisodiyot sharoitida marketingsiz muvaffaqiyatga erishish deyarli imkonsiz.

- Xarajatlarning samaradorligi

Tadqiqotlarga ko‘ra, marketingga katta e‘tibor qaratadigan kompaniyalar o‘z daromadlarini sezilarli darajada oshiradi. Masalan, xalqaro tajribada marketing strategiyalarini to‘g‘ri qo‘llagan korxonalarda savdo hajmi o‘rtacha 25–40% ga oshgani kuzatilgan. Bu esa marketingning iqtisodiy samaradorligini yaqqol namoyon etadi.

1. Marketingning mohiyati va asosiy funksiyalari

Marketing – bu bozorda talab va taklifni muvofiqlashtirishga qaratilgan kompleks faoliyatdir. Uning asosiy funksiyalari quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- Bozorni o‘rganish: iste‘molchilar ehtiyoji, raqobatchilar va bozor tendensiyalarini tahlil qilish
- Segmentatsiya: bozorni turli guruhlariga ajratish va maqsadli auditoriyani aniqlash
- Mahsulot siyosati: mahsulotni ishlab chiqish, takomillashtirish va moslashtirish
- Narx siyosati: bozordagi talab va raqobatga mos narx belgilash
- Kommunikatsiya siyosati: reklama, PR va savdoni rag‘batlantirish

Ilmiy izlanishlar shuni ko‘rsatadiki, marketing faoliyatini tizimli ravishda olib boruvchi kompaniyalar bozorda uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishadi.

2. Marketing strategiyasi va raqobat ustunligi

Marketing strategiyasi korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta‘minlovchi asosiy vositadir. To‘g‘ri ishlab chiqilgan strategiya quyidagi ustunliklarni beradi:

- Raqobatchilardan ajralib turish imkonini yaratadi
- Mijozlar sodiqligini oshiradi
- Brend qiymatini mustahkamlaydi
- Bozorda barqaror o‘shishni ta‘minlaydi

Masalan, yetakchi kompaniyalar marketing strategiyalarini ishlab chiqishda SWOT tahlil, PEST tahlil kabi ilmiy yondashuvlardan foydalanadi. Bu esa qarorlarning asosli va samarali bo‘lishini ta‘minlaydi.

3. Iste‘molchi xulq-atvori va marketing tadqiqotlari

Marketingning muvaffaqiyati bevosita iste‘molchini tushunishga bog‘liq. Iste‘molchi qaroriga ta‘sir etuvchi omillar quyidagilardan iborat:

- Ijtimoiy muhit (oila, do‘stlar, jamiyat)
- Madaniy qadriyatlar

- Shaxsiy ehtiyojlar va motivatsiya
- Psixologik omillar

Marketing tadqiqotlari orqali kompaniyalar iste'molchilarning ehtiyojlarini aniqlab, ularga mos mahsulot va xizmatlar taklif etadi. Statistika ma'lumotlarga ko'ra, marketing tadqiqotlariga investitsiya qilgan kompaniyalarda mahsulot muvaffaqiyati ehtimoli 60% ga yuqori bo'ladi.

4. Raqamli marketing va innovatsion yondashuvlar

Raqamli marketing bugungi kunda marketingning eng tez rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biridir. Internet, ijtimoiy tarmoqlar va mobil texnologiyalar marketing imkoniyatlarini kengaytirdi.

Raqamli marketingning asosiy afzalliklari:

- Aniq auditoriyaga yo'naltirish (targeting)
- Tezkor natijalarni o'lchash (analytics)
- Global bozorga chiqish imkoniyati

Tadqiqotlarga ko'ra, dunyo bo'yicha reklama xarajatlarining 60% dan ortig'i raqamli marketingga to'g'ri keladi. Bu esa uning ahamiyati tobora ortib borayotganini ko'rsatadi.

5. Brending va uning iqtisodiy ahamiyati

Brend – bu mahsulot yoki xizmatning bozordagi identifikatsiyasi va obro'sidir. Kuchli brend quyidagi ustunliklarni beradi:

- - Mijozlar ishonchini oshiradi
- - Narxni yuqoriroq belgilash imkonini yaratadi
- Raqobatbardoshlikni kuchaytiradi

Mashhur brendlar o'z qiymatining katta qismini aynan marketing va brending orqali shakllantiradi. Bu esa marketingning nafaqat savdo, balki imij yaratishdagi rolini ham ko'rsatadi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, marketing zamonaviy iqtisodiyotning muhim va ajralmas qismi hisoblanadi. U korxonalar faoliyatining barcha yo‘nalishlariga ta‘sir ko‘rsatib, ularning muvaffaqiyatini belgilaydi. Marketingning samarali qo‘llanilishi korxonalariga nafaqat qisqa muddatli foyda, balki uzoq muddatli barqaror rivojlanish imkonini ham beradi.

Ayniqsa, raqamli marketingning rivojlanishi marketingning yangi bosqichini boshlab berdi. Shu sababli, zamonaviy tashkilotlar marketing strategiyalarini ilmiy asosda ishlab chiqishi va zamonaviy texnologiyalar bilan uyg‘unlashtirishi zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar

Yahyoxonov N.B. **Savdo korxonalarida raqamli marketing strategiyalarini optimallashtirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish.** – Economics and Innovative Technologies, 2026.

iqtisodiyot.tsue.uz

Levakov I.N., Jo‘rayev I.K. **Raqamli marketing strategiyalarining elektron tijorat tizimidagi roli: nazariy va model asosida yondashuv.** – Innovations in Science and Technologies, 2025.

innoist.uz

Sobirova K., Ergashyeva N. **Raqamli marketing va uning zamonaviy dunyoda ahamiyati.** – “Digital Economy” jurnali, 2025.

InLibrary

Yahyoyev B. **O‘zbekistonda raqamli marketing va uni rivojlantirish.** – SHOKH Library, 2025.

wosjournals.com