



YENGIL SANOAT TARMOQLARIDA MARKETING FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISH

Sharafuddinova Madinaxon Isomuddin qizi

Andijon mashinasozlik instituti

Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

Egamberdiyev Shavkatbek

Andijon mashinasozlik instituti

Iqtisodiyot yo'nalishi 3-kurs talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqola “Yengil sanoat tarmoqlarida marketing faoliyatini optimallashtirish” mavzusini o'rganishga bag'ishlangan. Maqolada yengil sanoatning ahamiyati, uning iqtisodiyotdagi roli va marketing faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari tahlil qilinadi. Yengil sanoat korxonalarida marketing strategiyalarini samarali qo'llash, bozor talablarini o'rganish va iste'molchilarni jalb etish usullari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, maqolada marketing faoliyatini optimallashtirish uchun zamonaviy texnologiyalar va raqamli marketing vositalarining ahamiyati ta'kidlanadi. Tahlil natijalari asosida, yengil sanoat korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirish va bozor ulushini kengaytirish uchun tavsiyalar beriladi.

Kalit so'zlar: marketing strategiyalari, raqobatchi, brend, reklama, tadqiqotlar, raqamli marketing, onlayn savdo.

Kirish. Yengil sanoat, asosan, to'qimachilik, tikuvchilik, poyabzal ishlab chiqarish va boshqa turdagi iste'mol mollari ishlab chiqarish bilan shug'ullanadi. Ushbu soha iqtisodiyotning muhim tarmog'i bo'lib, u ko'plab ish o'rinlarini taqdim etadi va mamlakat iqtisodiy rivojiga katta hissa qo'shadi [1]. Marketing strategiyalarini samarali qo'llash, bozor talablarini o'rganish va iste'molchilarni jalb etish usullari yengil sanoat korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun zarurdir.



Marketing strategiyalarini samarali qo'llash. Marketing strategiyalari yengil sanoat korxonalarida mahsulotlarni bozorga chiqarishda, iste'molchilar bilan aloqalar o'rnatishda va raqobatbardoshlikni oshirishda muhim rol o'ynaydi. Samarali marketing strategiyasini ishlab chiqish uchun quyidagi asosiy omillarni inobatga olish zarur:

Bozor segmentatsiyasi. Bozorni segmentlarga ajratish orqali korxonalar maqsadli auditoriyani aniqlashlari mumkin. Bu esa mahsulotlar va xizmatlarni iste'molchilarning ehtiyojlariga mos ravishda taklif etishga imkon beradi.

Raqobatchilar tahlili. Raqobatchilarni o'rganish va ularning marketing strategiyalarini tahlil qilish, korxonalarga o'z pozitsiyalarini yaxshilash va raqobatda ustunlikka erishish imkonini beradi.

Brend yaratish. Kuchli brend yaratish yengil sanoat korxonalarining muvaffaqiyatida muhim ahamiyatga ega. Brendning qadr-qimmati, uni iste'molchilar orasida tanitish va sodiqlikni oshirish orqali korxona o'z mahsulotlarini muvaffaqiyatli sotishi mumkin [2].

Mahsulot innovatsiyalari. Yengil sanoatda innovatsiyalarni joriy etish, yangi materiallar va texnologiyalarni qo'llash mahsulotlarning sifatini oshirishga va iste'molchilarni jalb etishga yordam beradi.

Bozor talablarini o'rganish. Bozor talablarini o'rganish yengil sanoat korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyati uchun juda muhimdir. Buning uchun quyidagi usullarni qo'llash mumkin:

Iste'molchilar so'rovi. Iste'molchilar fikrini o'rganish uchun so'rovnomalar, intervyular va fokus-guruhlar o'tkazilishi kerak. Bu usul orqali iste'molchilarning ehtiyojlari, xohishlari va xarid qilish odatlari haqida ma'lumot olish mumkin.

Bozor tadqiqotlari. Bozor tadqiqotlari orqali raqobatchilar, narxlar, tendensiyalar va iste'molchi xatti-harakatlari haqida batafsil ma'lumot olish mumkin. Bu ma'lumotlar korxonalarga o'z strategiyalarini yanada takomillashtirishga yordam beradi.

Ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalar. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalar iste'molchilar bilan muloqot qilishning eng samarali vositalaridan



biridir. Korxonalar ijtimoiy tarmoqlarda faol bo'lish orqali iste'molchilarning fikrlarini tezda bilib olishlari va ularga javob berishlari mumkin.

Iste'molchilarni jalb etish usullari. Iste'molchilarni jalb etish usullari yengil sanoat korxonalarining marketing strategiyasining ajralmas qismidir [3]. Quyidagi usullar orqali iste'molchilarni jalb etish mumkin:

Reklama kampaniyalari. Reklama kampaniyalari orqali mahsulotlar haqida keng ommaga ma'lumot berish mumkin. Televizor, radio, internet va ijtimoiy tarmoqlarda reklama berish orqali korxonalar o'z mahsulotlarini yanada ko'proq iste'molchiga yetkazishi mumkin.

Aktsiyalar va chegirmalar. Iste'molchilarni jalb qilishda aktsiyalar, chegirmalar va maxsus takliflar juda samarali hisoblanadi. Bu usul orqali korxonalar yangi mijozlarni jalb etib, mavjud mijozlar bilan munosabatlarni mustahkamlashi mumkin.

Sifatli xizmat ko'rsatish. Iste'molchilarga yuqori sifatli xizmat ko'rsatish, ularning ehtiyojlariga e'tibor berish va tezkor javob berish orqali ularni jalb etish mumkin. Mijozlar bilan yaxshi munosabatlar o'rnatish ularning sodiqligini oshiradi.

Ijtimoiy mas'uliyat. Yengil sanoat korxonalari ijtimoiy mas'uliyatni o'z zimmasiga olishi, ekologik masalalarni hal qilishga hissa qo'shishi iste'molchilarning e'tiborini tortadi [4]. Bunday faoliyatlar brend imijini yaxshilaydi va iste'molchilar orasida ijobiy taassurot qoldiradi.

Zamonaviy texnologiyalar va raqamli marketing. Zamonaviy texnologiyalar va raqamli marketing vositalarining yengil sanoat korxonalaridagi ahamiyati juda katta. Ular marketing faoliyatini optimallashtirishda muhim rol o'ynaydi:

Raqamli marketing. Internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing strategiyalarini amalga oshirish, maqsadli auditoriyani aniqroq aniqlash va ularga mos ravishda reklama qilish imkonini beradi.

Ma'lumotlar tahlili. Ma'lumotlarni tahlil qilish orqali korxonalar iste'molchilarning xatti-harakatlarini kuzatib borishi va ularning ehtiyojlariga mos ravishda mahsulotlarini taklif etishi mumkin.



E-commerce. Onlayn savdo platformalari orqali mahsulotlarni sotish jarayonini soddalashtirish va kengaytirish imkonini beradi. Bu esa iste'molchilarga qulaylik yaratadi va xarid qilish jarayonini tezlashtiradi.

Mijozlar bilan aloqalar boshqaruvi (CRM). CRM tizimlari orqali mijozlar bilan aloqalarni boshqarish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va shaxsiylashtirilgan xizmatlar taklif etish mumkin [5].

Yengil sanoat korxonalarida marketing strategiyalarini samarali qo'llash, bozor talablarini o'rganish va iste'molchilarni jalb etish usullari korxonaning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun muhimdir [6]. Zamonaviy texnologiyalarni qo'llash, raqamli marketing vositalaridan foydalanish va iste'molchilar bilan mustahkam munosabatlar o'rnatish orqali yengil sanoat korxonalarida raqobatda ustunlikka erisha oladilar. Ushbu yo'nalishda amalga oshiriladigan harakatlar natijasida korxonalar bozor ulushini kengaytirishi, raqobatbardoshligini oshirishi va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishi mumkin.

Xulosa. Xulosa qilib aytganda, Yengil sanoat korxonalarida marketing faoliyatini optimallashtirish, raqobatbardoshlikni oshirish va iste'molchilar bilan samarali aloqalar o'rnatish uchun muhim ahamiyatga ega. Ushbu maqolada keltirilgan strategiyalar, jumladan, bozor segmentatsiyasi, raqobatchilar tahlili, brend yaratish va mahsulot innovatsiyalari, korxonalarga o'z marketing faoliyatini yanada samarali tashkil etishga yordam beradi. Zamonaviy texnologiyalar va raqamli marketing vositalarining qo'llanilishi, ma'lumotlar tahlili va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish orqali korxonalar iste'molchilarning ehtiyojlarini yanada chuqurroq tushunishi va ularga mos ravishda mahsulotlarni taklif etishi mumkin. Shuningdek, aktsiyalar, chegirmalar va sifatli xizmat ko'rsatish kabi usullar iste'molchilarni jalb etishda muhim rol o'ynaydi. Natijada, marketing faoliyatini optimallashtirish yengil sanoat korxonalariga bozor ulushini kengaytirish, brend imijini yaxshilash va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi. Ushbu jarayonlar orqali korxonalar nafaqat iqtisodiy foyda olish, balki iste'molchilar orasida ijobiy taassurot qoldirishga ham erishadilar.



Foydalanilgan adabiyotlar:

1. M.S.Jamoliddinova. To‘qimachilik sanoatining rivojlanish tendensiyalari // Scientific Impulse: Vol. 1 No. 11 (2023)
2. Aybeshov H. va boshqalar. Marketing asoslari (Amaliy mashg‘ulotlar). Kasb-hunar kollejlari uchun o‘quv qo‘llanma(4-nashri). T.: “ILM ZIYO”, 2013 – 112-b.
3. O.A. Davronov. To‘qimachilik sanoatini rivojlantirishning xorijiy davlatlar tajribasi. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy-elektron jurnali. №1, yanvar-dekabr, 2016. –198
4. Шарафуддинова М. И. РОЛЬ ПЕРЕПОДГОТОВКИ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ В ПОВЫШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ //SCIENTIFIC APPROACH TO THE MODERN EDUCATION SYSTEM. – 2024. – Т. 3. – №. 26. – С. 99-103.
5. Ch.G. Nosirova. O‘zbekiston respublikasi to‘qimachilik sanoatini rivojlanishdagi asosiy parametrelarni va tendensi-yalarni o‘rganish. Journal of AdvancedResearch and Stability // Volume: 02 Issue: 07| July -2022.
6. E.A.Muminova. To‘qimachilik sanoati korxonalarida innovatsion-investitsion faoliyatni boshqarish yo‘nalishlari. “Iqti-sodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 1, yanvar-fevral, 2021. –156 b