

**MAQSADLI BOZORLAR: STRATEGIYALAR VA MUAMMOLAR**

Shahnoza Maxsudova Shuxratovna

Toshkent kimyo-texnologiya institute talabasi,

Maxsudovaas17@gmail.com

Xasanovich Raxmatulla Sirajovich

Toshkent kimyo-texnologiya institute datsenti

ANNOTATSIYA: *Maqsadli bozorni aniqlash va unga yo'naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqish marketingda muvaffaqiyatning asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Ushbu maqolada maqsadli auditoriyalarni tanlashning metodlari, samarali marketing strategiyalari va bozorga chiqishda uchraydigan asosiy muammolar hamda ularning yechimlari tahlil qilinadi. Shu bilan birga, turli sohalarda maqsadli marketing amaliyoti ko'rib chiqiladi.*

Kalit so'zlar: *maqsadli bozor, marketing strategiyalari, mijoz segmentatsiyasi, iste'molchi talabi, raqobat*

KIRISH

Marketing strategiyasini ishlab chiqish jarayonida to'g'ri auditoriyani aniqlash va ularning ehtiyojlarini tushunish juda muhimdir. Maqsadli bozor aniq belgilangan taqdirda, kompaniya o'z resurslarini samarali taqsimlaydi va eng yaxshi natijalarga erishadi.

Maqsadli bozorlarni aniqlash

.Demografik segmentatsiya. Yoshi, jinsi, daromad darajasi, oilaviy holati. Geografik segmentatsiya. Hududlar, shahar va qishloq joylari, iqlim sharoiti. Psixografik segmentatsiya. Hayot tarzi, qadriyatlar, manfaatlar. Xulq-atvor segmentatsiyasi. Xarid qilish odatlari, brendga sadoqat, foydalanish chastotasi.

Marketing strategiyalari. Differensial marketing. Turli bozor segmentlariga mos alohida marketing yondashuvlarini ishlab chiqish. Kontent marketing va raqamli reklama. SEO, bloglar, ijtimoiy tarmoqlarda reklama. Savdo va tarqatish kanallarini



rivojlantirish. Mahsulotni supermarketlar, sport klublari va sog'lom ovqatlanish joylariga joylashtirish.

Bozorga chiqishda uchraydigan muammolar va ularning yechimlari. Yangi brend sifatida ishonch qozonish. Iste'molchilar yangi mahsulot yoki brendga ehtiyotkorlik bilan yondashadi. Narx raqobati. Raqobatchilar mahsulotlarini arzon narxlarda taklif qilishi mumkin. Logistika va tarqatish muammolari. Do'konlar va distribyutorlar bilan ishlashda qiyinchiliklar yuzaga kelishi mumkin.. Raqobat va brend farqlanishi. Bozorda o'xshash mahsulotlar ko'pligi sababli brendni ajratish qiyin bo'lishi mumkin.

Hozirgi kunda texnologiyaning rivojlanishi va iste'molchilarning talablarining o'zgarishi natijasida maqsadli bozorlarni aniqlash usullari ham takomillashmoqda. Quyidagi yondashuvlar marketingda yangi trend sifatida e'tirof etilmoqda:

Sun'iy intellekt va Big Data. Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar (Big Data) yordamida kompaniyalar mijozlarning harakatlarini tahlil qilish va ularga mos mahsulotlarni tavsiya qilish imkoniyatiga ega. Masalan, Amazon va Netflix kabi kompaniyalar mijozlar xarid tarixi asosida personalizatsiyalangan takliflar yaratadi. Ijtimoiy tarmoqlardagi trendlar. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlardagi ma'lumotlar marketing strategiyalarini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Brendlar Instagram, TikTok va Facebook kabi platformalar orqali mijozlarning fikrlarini o'rganib, reklama strategiyalarini optimallashtirishi mumkin. Eko-mahsulotlarga bo'lgan talab. Ekologik muammolar tufayli iste'molchilar tabiatga zarar yetkazmaydigan mahsulotlarga ko'proq e'tibor qaratmoqda. Bu esa kompaniyalar uchun eko-toza mahsulotlar ishlab chiqarishga o'tish zaruriyatini tug'diradi.

XULOSA

Maqsadli bozorni aniq belgilash va unga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqish kompaniya muvaffaqiyatining kalitidir. To'g'ri segmentatsiya, strategik joylashuv, raqamli marketing va tarqatish kanallarini optimallashtirish mahsulotni bozorga muvaffaqiyatli olib chiqish imkonini beradi.



ADABIYOTLAR

1. Kotler F. Marketing Principles. – Moscow: Williams, 2014. – 1072 b.
2. Ergashxo‘jayev Sh. Marketing asoslari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2019. – 305 b.
3. Xaydarov K.A. Raqamli iqtisodiyot va marketing strategiyalari. – 2022. – 110 b.