

МИНТАҚА САНОАТ КОРХОНАЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ

Эргашев Тохир Қурбонович, ҚарМIIИ доценти
Худаярова Чарос Юсуповна, ҚарМIIИ магистранти

Корхона фаолиятида маркетинг бошқарувининг илмий - назарий асослари давр талабларига кўра ўзгариб бормоқда. Ҳозирги даврда жаҳон адабиётида маркетингга берилган икки мингдан ортиқ таъриф мавжуд. Мутахассислар ўртасида маркетингнинг такрор ишлаб чиқариш жараёнида иштироки масаласида ягона фикр йўқ. Кўпгина хориж маркетинглоглари замонавий маркетинг тушунчаси ишбилармонликка қирадиган фаолиятни ўз ичига олмоғи керак деб ҳисоблайдилар, бошқалари эса бундай изоҳларни танқид қилиб, айирбошлашнинг ҳамма турлари ҳам маркетингга ўхшаш эмаслиги ва маркетинг тамойилларини ҳамма вазиятларга ҳам татбиқ қилиб бўлмаслигини таъкидлайдилар.

Маркетинг - бу истеъмол жамиятининг архитекторидир, яъни бу харидорлар истеъмолчиларни тижорий жиҳатдан эксплуатация қиладиган бозор тизимидир. Тобора кўпроқ ва янада кўпроқ товар сотиш учун янги эҳтиёжларни муттасил ташкил қилиб бориш лозим. Маркетингни унинг фаол жиҳатидан тушуниш, яъни маркетингга бир неча сотиш усуллари сифатида қараш (операцион маркетинг) тенденцияси кўп учрайди ва унинг таҳлилий жиҳати (стратегик маркетинг) етарлича баҳо берилмайди.

Бу борада Ўзбекистон Республикаси президенти Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек: "...экспортини кўпайтириш, импортни кескин камайитириш ва асбоб-ускуналар ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш ҳажмини ошириш учун қўшма корхона ташкил этиш бўйича пухта ишлаб чиқилган аниқ чора-тадбирлар комплексини тақдим этиш зарур".¹ Ўзбекистон Республикаси

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий йўналишлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим

Президенти Шавкат Мирзиёев жойларда амалга оширилаётган бунёдкорлик ва ободонлаштириш ишлари, ижтимоий-иқтисодий ислохотларнинг бориши билан яқиндан танишиш, халқ билан мулоқот қилиш мақсадида 24-25 февраль кунлари Қашқадарё вилоятига ташриф буюрди. Давлатимиз раҳбари даставвал саноатни ривожлантириш масаласига эътибор қаратди.

Бу борада Қашқадарё вилоятида ҳам сезиларли камчиликлар учрайди. Вилоятда истеъмол молларни ишлаб чиқариш республика кўрсаткичидан 5 баробар паст, саноатда республикага бўйсунувчи корхоналар 74%, ҳудудий корхоналар эса 26 % ташкил этади.

Кичик бизнесга етарли эътибор берилмаган. Вилоятда ҳар бир 1000та кишига 12 тадбиркор тўғри келади. Вилоятнинг республикада кичик бизнес улуши 26% (Ўзор – 1,5%, Муборак – 13%, Касби-21%). 2016 йил 2 минг 700та кичик бизнес субъектлари тугатилган, ваҳоланки 1,7 мингта ташкил этилган. Қашқадарёда 6 % пахта қайта ишлатилади.

Электротехника саноати бўйича ҳеч қандай корхона йўқ, электротехника четдан келади. Электротехника саноатини ривожлантириш учун эътибор берилмаяпти, бироқ аҳолида талаб телевизорга - 63 мингта, холодильникка - 43 мингта, кир ювиш машинага - 53 мингтани ташкил этади. Президент кўрсатмаси билан Қашқадарёда энг арзон электроника маҳсулотлари ишлаб чиқарилади. Президент Қарши шаҳрида электроника маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхонаси йилига TCL бренди остида 25 минг дона замонавий телевизор, 15 минг "SAMSUNG" чангютгичи, 100 мингдан ортиқ разетка ва электр узатгич маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўзда тутилган. Маҳсулот нархини арзонлаштириш ва уларни экспортга йўналтириш, ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш бўйича кўрсатмалар берилди. Бугунги кунда вилоятда 7 тўқимачилик корхонаси фаолият юритмоқда. Мазкур корхоналар ҳудудда етиштирилаётган пахта толасининг атиги 10 фоизини қайта ишлаш қувватига эга. Бу борадаги янги лойиҳалар билан танишди. Йирик лойиҳа - 2017

- 2019 йилларда вилоятда енгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришга ихтисослаштирилган замонавий корхоналар ташкил этиш ва мавжудларини модернизация қилиш бўйича манзилли дастур бўлиб, унда 17 корхона ташкил этиш режалаштирилган.

Маркетинг стратегияси корхона (фирма) имкониятларининг бозордаги ҳолатга мувофиқлаштириш, қўйилган мақсадларга эришишнинг комплекс воситаларини белгилашдан иборат. Америкалик етук иқтисодчи олим И. Ансоффнинг² фикрича, стратегия ўз моҳияти ва жиҳатидан ташкилотнинг ўз фаолиятида қарор қабул қилиш жараёнида қўллаш учун мавжуд бўлган қоидалар мажмуига айтилади.

Аслида стратегик маркетинг режаси - бу молиявий режадир, бироқ у молиявий оқимларнинг манбалари ва мақсадлари ҳақидаги маълумотлар бўйича бойитилган бўлади. Амалда у фирманинг жами иқтисодий фаолиятини белгилаб беради ва унинг қолган барча функцияларига: ИИТТИ (илмий изланиш ва тажриба-тадқиқот ишлари) га бевосита таъсир кўрсатади.

Илмий изланиш ва тажриба-тадқиқот ишлари:

- Бозор эҳтиёжлари янги, яхшиланган ёки мослаштирилган товарларга ўтказилиши керак.

Молиявий маблағлар:

- Маркетинг дастури молиявий чеклашларни ва ресурсларнинг мавжудлигини ҳисобга олиши керак.

Ишлаб чиқариш:

- Савдо ҳажмлари, ишлаб чиқариш имкониятлари ва етказиб бериш тезлиги билан чекланган.

Хулоса қилганда, бозор иқтисодиёти шароитида корхоналар фаолиятида маркетинг стратегияларини қўллаш уларнинг даромадлилигини ошириш орқали рақобатбардошлигини таъминлашга қаратилган.

² Ансофф Н. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. (научн. рук. и автор предисл. Л.И.Евченко). - М.: