

## **БИОЛОГИК МАРКЕТИНГНИНГ ТАШКИЛ ЭТИШ ТАМОЙИЛЛАРИ ВА БОШ ҚОИДАСИ**

**Шамсидинова Гулчехра Дўстмуродовна**

Навоий давлат педагогика институти Биология кафедраси доценти

[gulchikhra.shamsiddinova@mail.ru](mailto:gulchikhra.shamsiddinova@mail.ru)

### **ANNOTATSIYA**

*Мақолада мамлакатимизда аҳолининг турмуш фаровонлигини таъминлаш мақсадида биологик соҳадаги маркетингнинг ўрни, корхонани ривожлантириши, рақобатбардошлигини таъминлашда маркетинг стратегиясидан фойдаланиши йўналишлари, шу билан бирга, соҳани ривожлантиришда эришилаётган натижалардан унумли фойдаланган ҳолда маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиши уларнинг истиқболлари ҳақида тўхталиб ўтилган ва тегишли тарзда илмий асосланган хулоса ва таклифлар берилган.*

**Калим сўзлар:** *маркетинг, стратегия, экологик, рақамли технологиялар, рақамли воситалар, геномика, биоинформатика, биологик, тадбиркорлик, рақамли иқтисодиёт, корхона, бозор.*

### **АННОТАЦИЯ**

*В статье в целях обеспечения благосостояния населения в нашей стране показано направление использования картографической стратегии для обеспечения развития и конкурентоспособности картографической стратегии в биологической сфере и, таким образом, развития картографической стратегии с использованием результатов, достигнутых в развитии области, обсуждаются, и делаются соответствующие научные выводы и предложения.*

**Ключевые слова:** *картографирование, стратегия, экология, цифровые технологии, цифровые инструменты, геномика, биоинформатика, биологическая, индустриальная, цифровая экономика, жилье, рынок.*

### **ABSTRACT**

*In the state and in order to ensure the well-being of the population in our country, the implementation of the cartographic strategy for the development and competitiveness of the cartographic strategy in the biological sphere is shown, in this way, the development of the cartographic strategy and the use of the results achieved*

*in the development area are discussed and delayutsya sootvetstvuyushchie nauchnye i predlogenia.*

**Keywords:** *cartography, strategy, ecology, digital technologies, digital instruments, genomics, bioinformatics, biological, industrial, digital economy, technology, market.*

*Бугунги кунда биология соҳасида маркетинг сифатини ошириш стратегияси, мамлакатда бозор иқтисодиётини янада ривожлантириш, барча тармоқлар бўйича ишлаб чиқариш жараёнларининг сифатини ошириш натижасида биология соҳасида эришилаётган муваффақиятлар муҳим аҳамият касб этади.*

Шавкат Мирзиёев.

## **КИРИШ**

“Ҳаракатлар стратегиясидан — Тараққиёт стратегияси сари” тамойилига асосан ишлаб чиқилган етти та устувор йўналишдан иборат 2022-2026-йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси қабул қилинди. Мазкур стратегияга асосан қуйидаги ишларни амалга ошириш режалаштирилди.

- Мамлакатимизда адолат ва қонун устуворлиги тамойилларини тараққиётнинг энг асосий ва зарур шартига айлантириш;
- Миллий иқтисодиётни жадал ривожлантириш ва юқори ўсиш суръатларини таъминлаш;
- Адолатли ижтимоий сиёсат юритиш, инсон капиталини ривожлантириш;
- Маънавий тараққиётни таъминлаш ва соҳани янги босқичга олиб чиқиш;
- Миллий манфаатлардан келиб чиққан ҳолда умумбашарий муаммоларга ёндашиш;
- Мамлакатимиз хавфсизлиги ва мудофаа салоҳиятини кучайтириш, очик, прагматик ва фаол ташқи сиёсат олиб бориш.

Тараққиёт стратегиясида инсон кадрини улуғлашга йўналтирилган ижтимоий ҳимоя сиёсати бўйича белгиланган вазифалар доирасида 2026-йилга қадар эҳтиёжманд аҳоли ижтимоий нафақа ва моддий ёрдам билан тўлиқ қамраб олиш масалалари кўриб чиқилди.

Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, таълим муассасаларида таълим сифатини ошириш ва уларнинг мамлакатда амалга оширилаётган кенг қамровли ислохотларда фаол иштирокини таъминлаш бўйича бир қатор қонун ва қарорлари билан танишиб чиқилди.

Маркетинг тушунчаси - бозор соҳасини ҳар қандай фаолияти билан боғлиқ булиб, (маркет сўзи – бозор, инг – фаол, фаолият, ҳаракат маъносини англатади). Тадбиркорлик фаолиятида қарор қабул қилиш ва уни ишлаб чиқишда тадбиркорликнинг самарали воситаси ҳамда асоси маркетинг ҳисобланиб, тадбиркорлик фаолиятини бошқариш, ташкил этиш, режалаштириш ва назорат қилишда муҳим аҳамият касб этади. «Ау-си-ау» концерни бошқаруви раиси Djon Harvi Djons тадбиркорликда маркетингни ўрнини тавсифлаб, «Маркетинг тадбиркорликнинг таянч омили, нафақат ёқилғи, балки кема командасидир» дейди. Маркетинг мазмуни ва терминологияси янгилашиб бориб, айирбошлаш жараёни, товар-пул муносабатлари пайдо бўлиши, сотиш шакллари ривожланиши ҳамда истеъмолчиларни товар ва хизматлар билан ўзаро ҳаракати билан боғланади.

Ҳозирги вақтда жаҳонда кенг тарқалган “маркетинг” тушунчаси бозорни эгаллаш билан боғлиқ фаолиятни англатади. Маркетинг товарларни сотиш билан боғланиб, сотиш тизимининг вазифаси харидорни ишлаб чиқарилган маҳсулотни харид қилиш лозимлигига ишонтиришдан иборат бўлса, маркетинг фаолияти истеъмолчига нафақат бугун, балки эртага ҳам керак бўлган товарларни ишлаб чиқариш ва сотиш ҳамда хизматларни кўрсатишни назарда тутаяди.

Маркетингнинг бош қоидаси – истеъмолчига амалда зарур бўлган маҳсулотни ишлаб чиқариш, унга ўз эҳтиёжларини аниқлашга ёрдам бериш, истеъмолчинини тўлақонли қондирадиган маҳсулот ва хизматларга талабни шакллантиришдан иборатдир. Маркетинг - бозорнинг барча субъектларини қамраб олади, унинг методлари комплекс қўлланилган ҳолда самара беради ва ягона стратегик мўлжалга эга бўлади. Маркетинг – бозор фаолиятини пухта ўйлаб ташкил этиш орқали унинг асосий йўналишлари ташкил этилади (1-расм).



### **1-расм. Маркетинг фаолиятининг асосий йўналишлари.**

Маркетинг – эҳтиёж ва муҳтожликни айирбошлаш орқали қондиришга қаратилган инсон фаолиятининг туридир. Маркетинг вужудга келишининг асосий сабабларидан бири, бу Маркетингни асосий категориялари: товар ёки хизмат, қондирилганлик, айирбошлаш, бозор, эҳтиёж чиқариш ҳажмининг ортиб бориши, янги тармоқларнинг вужудга келиши, товар турларининг кўпайиши ва тадбиркорлар ўртасида маҳсулотни сотиш муаммосининг вужудга келишидир.

Талаб билан таклифни ўзаро таъсири - бу алоҳида шахслар ёки гуруҳнинг ҳоҳиш - эҳтиёжларини узлуксиз қондириш жараёни бўлиб ҳисобланиб, мазкур жараён ижтимоий-иқтисодий категорияларни ўзаро таъсирига асосланади. Маркетингни асосий категориялари, унинг тушунчаси, моҳиятини аниқлашга имкон беради:

Маркетингни моҳияти -товарни ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва талаб имкониятларини мўлжаллашдан иборат булиб, унинг вазифаси талабни қондириш ва таклифга мос келишдан иборатдир.

### **МУАММОНИНГ ЎРГАНИЛГАНЛИК ДАРАЖАСИ.**

Сўнгги йилларда мамлакатимизда хизмат кўрсатиш ва ижтимоий соҳа корхоналарида маркетинг стратегиясидан фойдаланиш масалаларига бағишланган илмий ишлар Қ.Х.Абдурахмонов, Г.Н.Ахунова, А.Ш.Бекмуродов, М.Р.Болтабаев, М.А.Икрамов, М.М.Зияева, Д.Х.Набиев, Ш.Дж.Эргашходжаева, М.С.Қосимова, М.Юсупов ва бошқаларнинг илмий тадқиқотларида ўз аксини топган.

Шу билан бирга таъкидлаш лозимки, республикаимизда ижтимоий вазифаларни ҳал этишда, аҳолини иш билан таъминлаш, камбағалликдан чиқариш, тобора ўсиб бораётган моддий ва маънавий эҳтиёжлар, озиқ -овқат эҳтиёжларини қондиришда хизматларни тизимли йўлга қўйиш, унинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш билан боғлиқ масалаларга мутахассислар ва олимлар томонидан етарлича эътибор берилмаган. Бу ҳолат мазкур йўналишда илмий изланишлар олиб бориш зарурлигини белгилайди

### **ТАДҚИҚОТНИНГ УСУЛЛАРИ.**

Тадқиқотда абстракт-манتيкий фикрлаш, монографик, таққослаш, солиштирма таҳлил, эксперт баҳолаш, иқтисодий-математик, статистик, кластер таҳлил усулларида фойдаланилган.

## **ТАҲЛИЛЛАР ВА НАТИЖАЛАР.**

биологик маркетингнинг ташкил этиш тамойиллари ва бош қоидасини ишлаб чиқилишида маркетинг тадқиқотларини ўтказилиши муҳим ўрин эгаллайди. Айниқса, рақамли иқтисодиёт даврида камчилик маркетинг тадқиқотлари тезкор ва самарали ўтказилган ҳолда тадбиркорлик фаолиятининг натижадорлиги ҳамда истеъмолчиларнинг қониқиш даражаси юқори бўлади. Биология соҳасида эришилган тадқиқот натижалари яратилган янги маҳсулотлар, тиббий, биологик, экологик ва бошқа хизматлар соҳасини ривожлантириш стратегияси маркетингининг асосий мақсади ва вазифалари ҳам истеъмолчиларга унинг хизматларини муносиб баҳолашга ёрдам беришдан иборатдир.

Президентимиз Олий Мажлисга қилган Мурожаатномасида асосий вазифалардан бири сифатида «..барқарор иқтисодий ўсишнинг энг муҳим гарови – рақобатдош маҳсулотлар ишлаб чиқариш, улар учун янги халқаро бозорлар топиш ва экспортни кўпайтириш, транзит салоҳиятидан тўлиқ фойдаланиш»,– деб таъкидлаб ўтган [1]. Ушбу вазифани бажаришда, албатта, маркетинг тадқиқотларининг ўрни бекиёсдир. Маркетинг тадқиқотларининг ялпи маркетинг фаолиятини ташкил этишда, уни бошқаришда, режалаштиришда ва назорат этишда муҳим аҳамиятга эга бўлиши замонавий маркетинг назариясининг асосий хусусиятларидан бири сифатида намоён бўлмоқда.

**Биология соҳасида маркетинг стратегиясини амалга ошириш масалалари:**

✓ Биология соҳасида эришилган тадқиқот натижалари яратилган янги маҳсулотлар, тиббий, биологик, экологик ва бошқа хизматлар соҳасини ривожлантириш стратегияси ҳар қандай ривожланган давлатнинг салоҳиятини белгилаб берувчи кўрсаткичларидан биридир.

✓ Бугунги кунда мамлакатимизда ҳам шу соҳада катта ютуқларга эришилиб, Илғор технологиялар маркази, Геномика ва биоинформатика маркази ва Республика илмий тадқиқот институтлари ҳамда Олий таълим муассасаларининг биология соҳасидаги олиб тадқиқотларни амалиётга жорий қилиш бўйича кенг қўламли ислохотлар олиб борилмоқда.

✓ Биологик объект ёки хизматлар маркетингини йўлга қўйиш бўйича Президент қарорлари асосида, кўплаб хусусий корхоналар, Венчур компаниялари ташкил қилиш, бугунги кунда биология соҳасида ҳам маркетинг стратегияси бўйича муҳим ечимларидан бири бўлиб ҳисобланади.



### **1-диаграмма. Маркетинг стратегиясини амалга ошириш алгоритми.**

Ҳозирги вақтда фирма, корхона компаниялар аввалги даврларда учратилмаган жуда қаттиқ рақобат курашига тўқнашмоқдалар. Бу курашда ғолиб чиқиш учун, улар истеъмолчиларни эгаллаши ва ўзларининг рақобатчиларидан устун келишлари зарур. Бунинг учун улар ўз фаолиятида товар ва сотиш фалсафасини эмас, балки маркетинг ва истеъмолчи фалсафасини қўллашлари керак. Бугунги куннинг замонавий бозорларида муваффақиятларга эришаётган фирмалар товарларни яратувчи эмас, балки истеъмолчиларни яратувчи стратегиясини ишлаб чиқувчи ва фойдаланувчи ҳақиқий усталардир. Замонавий фирмалар фаолияти бозорга йўналтирилган бўлиши керак, яъни улар бир вақтнинг ўзида диққат билан ўзининг истеъмолчиларини ва шунингдек, рақобатчиларини кузатиб боришлари керак.

Замонавий маркетинг –истеъмолчиларни қидирувчи, яратувчи ва ушлаб қолувчи фан ҳамда санъат булиб, бозор рақобати шароитида уни комплекс тадқиқ этиш орқали, истеъмолчиларни реал талаб, эҳтиёжларини максимал қондиришга қаратилган, хўжалик фаолиятини бошқаришни ташкил этиш тизимидир. Маркетингнинг асосий мақсади – истеъмолчини, яъни харидорни вужудга келтиришдир. Маркетинг асосида бозорни ҳар тарафлама ўрганиш йўналишларининг асосийларидан қуйидагиларни кўрсатиб ўтиш зарур:

- талабни ўрганиш, бозор таркибини аниқлаш, товарни ўрганиш;
- рақобат шароитлари, сотиш шакли ва услубларини таҳлил этиш.

### **ХУЛОСА**

Хулоса сифатида шуни айтиш мумкинки, кичик корхоналар фаолиятини қўллаб-қувватлаш, уларга давлат томонидан турли имтиёзлар ажратиш,

фаолият турини кенгайтириш орқали корхоналарнинг инновацион ривожланишига кўмаклашиш лозим. Мамлакатда биологик соҳасини ривожлантиришда ҳар бир хизмат кўрсатувчи корхона ёки тадқиқотни амалга оширишда холистик маркетинг концепциясига таянган ҳолда истеъмолчининг хоҳиш ва истакларини қондиришга эътибор қаратиши ҳамда хизматлар сифатини ошириб бориши лозим.

Биология соҳасини ривожланишининг қонуниятлари ва хусусиятлари, назарияси ва амалиёт фаолияти таҳлил қилиниб, ушбу соҳага таъсир этувчи омиллар тизимлаштирилди. Биологик маркетингнинг ташкил этиш тамойиллари ва бош қоидаси аниқланиб, асосий эътиборни қайси йўналишларга қаратилиши лозимлиги кўрсатилган.

## REFERENCES

1. Президент Шавкат Мирзиёев раислигида хизмат кўрсатиш ва ички туризм соҳаларини ривожлантириш масалалари бўйича видеоселектор йиғилиши ўтказилди // Халқ сўзи, 2020 йил 16 июнь. - <https://xs.uz>
2. “2022 - 2026-йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тасдиқлаш тўғрисида”ги Президент Фармони (2022 йил 28 январь)
3. Рахматова, С. (2022). РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА КИЧИК КОРХОНАЛАР МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ. *Экономика и образование*, 23(4), 184-189.
4. Fayziyev, T. R. R., & Xolmo‘minov, M. Z. O. L. (2022). IJTIMOIIY SOHADA MARKETING XIZMATLARINING KONSEPTUAL ASOSLARI. *Oriental Art and Culture*, 3(2), 32-40.
5. Расулмухамедов, М., Кочкаров, Б., & Шукурова, Ш. (2022). Та’лим хизматлари соҳасида marketing tadqiqotlari. *Актуальные вопросы развития инновационно-информационных технологий на транспорте*, 2(2), 55-66.
6. Белобородова, О. Г. (2019). Особенности маркетинга в здравоохранении. In *Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века* (pp. 34-37).
7. Sayfullayev, A. (2020). MICROALGAE AND CYAN BACTERIA AS BIO FERTILIZERS. *SCIENCE, RESEARCH, DEVELOPMENT*# 26.
8. Shomurodov, H. F., Saribaeva, S. U., Abduraimov, O. S., Khayitov, R. S., & Sayfullayev, A. F. (2021). The Current State of Iris Hippolyti’s (Vved.) Kamelin Population in Uzbekistan. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 6589-6597.
9. Shamsidinova, G. D., Sayfullayev, A. F., Achilova, N. R., & Baratov, U. D. (2021). Prospects for the development of" Education for sustainable ecological

development" on the basis of the declaration of Uzbekistan. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 10(3), 144-149.

10. Nabieva, N. M. (2022). ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИНИ ОЛИБ БОРИШ АЙРИМ ХУСУСИЯТЛАРИ. *Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali*, 2(4), 59-74.