

**КИЧИК БИЗНЕС СУБЪЕКТЛАР ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА
МАРКЕТИНГ ХИЗМАТИНИНГ АХАМИЯТИ****А.Т.Тохиров***Катта ўқитувчи***Mukhammadiev N.I.***Тошкент кимё технология институти**Саноат иқтисодиёти ва менежменти кафедраси*

Аннотация: Мақолада бозор иқтисодиёти қонунларини амалда ишлаши, истеъмол бозоридаги талаб, кичик корхоналар истеъмолчи талабини қондириши учун маркетинг хизматидан фойдаланиши, Маркетинг хизмати бозорни ўрганиб ишлаб чиқарувчига ўзининг таклифини бериши, кичик корхоналарда маркетинг хизматларини ташкил этиши, вазирликлар, корпорациялар, концернлар ва акциядорлик жамиятлари қошидаги мавжуд маркетинг бўйича, бўлимларни кичик корхоналар билан ҳамкорликда ишлаши кенг ёритиб ўтилган.

Калит сўзи: Кичик бизнес, иқтисодиётни либераллаштириши, бозор иқтисодиёти, истеъмолчи, ички ва ташқи инвестиция, маркетинг хизмати, истеъмолчилар талаби.

Маълумки иқтисодиётни ривожланишида кичик бизнес корхоналарининг ўрни жуда катта аҳамиятга эга. Иқтисодиётимизни либераллаштириш шароитида мулкчиликнинг турли шакллари рақобат асосида ўз фаолиятини олиб бормоқда. Бозор иқтисодиёти қонунларини амалда ишлаши учун энг асосий шартларидан бири истеъмол бозоридаги талабни иложи борича қисқа муддатда кониктирилишидир. Истеъмолчининг талаби ҳар доим ўзгариб туради, шунинг учун ишлаб чиқарувчилар ўз мақсадига эришиши учун истеъмол бозори талабига мослашувчан бўлиши керак. Маълумки кичик корхоналар ўзининг мослашувчанлиги билан йирик корхоналар олдида кучли рақобат шароитида маълум устунликка эгадир. Бу устунлик биринчи галда корхонанинг янги турдаги маҳсулот ишлаб чиқариши учун молиявий харажатлари нисбатан кам талаб этади ва сарфланган маблағларни қоплаш даври нисбатан қисқа. Бу эса кичик корхоналарга ички ва ташқи инвестицияни жалб этишга асосий омил ҳисобланади. Ривожланган давлатларнинг иқтисодиётида кичик бизнес корхоналарининг улуши нисбатан катта. Юқорида айтганимиздек кичик корхоналар бозор талабига мослашувчан, Шунинг учун улар истеъмол бозорида бошқа корхоналар билан бозор сигментини эгаллаш учун рақобатлашади.

Кичик корхоналар истеъмолчи талабини қондириш учун маркетинг хизматидан фойдаланиши лозим. Маркетинг хизмати бозорни ўрганиб ишлаб чиқарувчига ўзининг таклифини беради. Маркетинг хизмати томонидан берилган таклиф ва кўрсатмалар асосида ишлаб чиқарувчи ўзининг сигментини эгаллайди. Маркетинг хизмати фаолияти ҳам ўз навбатида маблағ талаб қилади. Кичик корхоналарда маркетинг хизматларини ташкил этиш молиявий харажатларни талаб қилади, бу эса

махсулот таннархини оширади. Бизни олиб борган изланишларимиз кимё ва озиқ – овқат махсулотлари ишлаб чиқарадиган кичик корхоналар учун маркетинг хизматини ташкил этиш ва энг мухими уларни молиялаштириш масалаларга қаратилган. Юқорида келтирилган муаммоларни ҳал этишда биз бир неча йўналишларда изланишлар олиб бордик улардан бири маълум бир саноат тармоғида фаолият кўрсатаётган корхоналар учун марказлашган маркетинг хизматини ташкил этиш.

Бундай марказлар бир неча корхоналарни маблағи эвазига ташкил қилинади ва мутахассислар жалб этилади. Марказ ўз фаолиятида ҳар бир кичик корхона билан алоҳида ишлайди ва унинг муаммоларини ечишда ҳамкорлик қилади. Кичик корхоналар аниқ мақсадли буюртмалар беради ва бу буюртиаларни марказ томонидан бажарилишига қараб пул тўлайди. Бундай марказларни ташкил этиш ва улар хизматидан фойдаланиш кичик корхоналар учун молиявий жихатдан жуда ҳам қулайдир. Марказнинг мутахассислари алоҳида саноат тармоғи бўйича тадқиқотлар олиб боради ва мана шу тармоқ корхоналарининг истеъмол бозорининг қандай эгаллаши мумкинлиги устида ишлайди. Марказ ҳар бир корхона учун маркетингни бошқариш концепсиясини ишлаб чиқади ва уни корхона корхона фаолиятига жорий этиш усулларини тавсия қилади.

Яна бир йўналиш бу: вазирликлар, корпорациялар, концернлар ва акциядорлик жамиятлари қошидаги мавжуд маркетинг бўйича, бўлимларни кичик корхоналар билан ҳамкорликда ишалшга жалб этиш. Бу йўналишнинг ўзига хос афзалликлари бор. Булар: тармоқ миқёсидаги маълумотларга эга бўлиш, ҳом ашё материаллар, мутахассислар билан бўлган муаммолар бўйича маълумотга эга бўлиш. Маркетинг изланишларни тармоқ миқёсида олиб бориш имкониятларининг мавжудлиги кичик корхоналарни тармоқ миқёсида зарур маълумотларга эга бўлишларида имконият яратади. Маркетинг хизмати тадқиқотларида тармоққа тегишли истеъмол бозори, хизматлар бозори, кичик корхоналар ва истеъмолчилар талаби ўрганилади. Маркетинг хизмати тадқиқотлари қамров даражасини биз қуйидагича ифодалашимиз мумкин.

МАРКЕТИНГ ХИЗМАТИ	
ИСТЕМОЛЧИЛАР ТАЛАБИ	ИСТЕМОЛ БОЗОРИ
	КИЧИК КОРХОНАЛАР
	ХИЗМАТЛАР БОЗОРИ

Бир тармоқда фаолият кўрсатаётган кичик корхоналар ўзининг мулкчилик шаклидан қатий назар ана шу тармоқ тассаруфидаги маркетинг хизматидан фойдаланиш имкониятига эга бўлиши соғлом рақобат мухитини яратади. Тармоқ миқёсида ташкил қилинган кичик саноат кластерлари учун бу маркетинг хизматидан фойдаланиш юқори самара беради. Кичик корхоналар корпорациялар, концернлар қошидаги маркетинг хизмати билан шартнома тузади ва аниқ мақсадли буюртмалар бўйича ҳамкорликда ишлайди. Бундай усулда маркетинг хизматидан фойдаланиш иқтисодий жихатдан самаралидир.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Marketing Management. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, United State of America

2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Перевод с анлий. Учебное пособие. – М.: Издательский.

3. Soliyev A., Buzrukxonov S. Marketing, Bozorshunoslik. Darslik. – T.: Iqtisod - Moliya, 2010. 425 b.

4. Ergashxo'jayeva Sh.J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik. – T.: TDIU, 2005. – 176 b.