

**KORXONALAR UCHUN MAKROMARKETING MUHIMLIGI VA AHAMIYATI****Yoqubov Madaminbek Abdurahim o'g'li***TMI IBI-91 guruh talabasi*

Makromarketing tushunchasini jamiyat va iqtisodiyotga ta'sir ko'rsatadigan marketing siyosati, strategiyalari va maqsadlari sifatida aniqlash mumkin. Makromarketing nazariyasi va yondashuvi, asosan, mahsulot, narx, reklama va joy kabi marketing strategiyasining 4Plariga qaratilgan. Ularning barchasi firmalar tomonidan ishlab chiqarilgan va iste'molchilarga sotiladigan tovarlarga bo'lgan ehtiyoj va talabni yuzaga keltirish va uning xalq iqtisodiyotiga ta'sirini aniqlashga yordam beradi.

Boshqacha aytganda, makromarketing har qanday tashkilotning butun marketing operatsiyalari va amaliyotining u faoliyat yuritayotgan jamiyat, iqtisodiyot va atrof-muhitga ta'sirini o'rganadigan marketing sohasidir³⁸. U marketingning bevosita ta'siridan tashqariga qaraydi va uning butun jamiyat bilan aloqalariga e'tibor qaratadi.

Makromarketing konsepsiyasi butun jamiyat manfaati uchun bo'lishi kerak, chunki u jamiyatning turli qadriyatlarini qamrab oladi. Demak, u jamiyat normalari va qadriyatlariga mos keladigan tovarlar va xizmatlarni sotish bo'yicha o'z g'oyalari va innovatsiyalarini ilgari surishi kerak.

Makromarketing nazariyasi tabiatan juda muhim va qimmatlidir, chunki u turli jamiyatlarning turli shaxslari qanday yangilanishlar, moslashishlari va o'rganishlarini hayotiy tushunishga turtki beradi.

Makromarketing marketing fikri va zamonaviy jamiyat o'rtasidagi turli xil o'zaro ta'sirlarni tahlil qilishga harakat qiladi. Iqtisodiyotning turli jihatlari, masalan, ishlab chiqarish, narxlar, rag'batlantirish, taqsimlash va tovarlar va xizmatlar iste'moli jamiyatga qanday ta'sir qilishini ko'rib chiqadi³⁹.

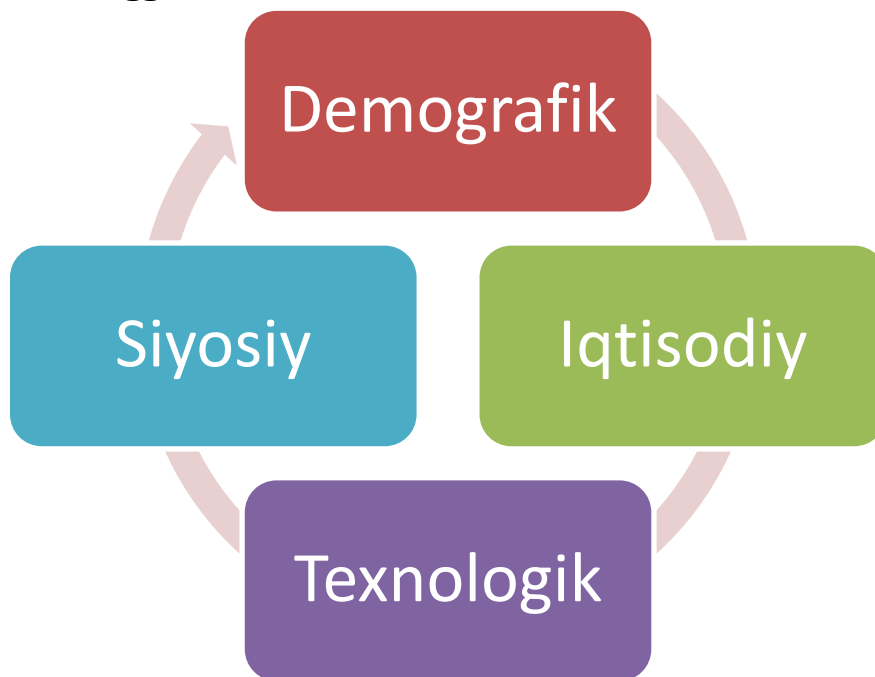
Shuningdek, u biznes tashkilotlari va ularning mijozlari o'rtasidagi munosabatlar va bu munosabatlar jamiyatga qanday ta'sir qilishini ko'rib chiqadi.

Makromarketing marketingga yaxlit yondashuvdir, chunki u bozorning barcha jihatlari qanday o'zaro ta'sir qilishini va jamiyatga qanday ta'sir qilishini ko'rib chiqadi. U biznesning marketing harakatlari, mijozlari va atrof-muhit o'rtasidagi turli xil o'zaro ta'sirlarni ko'rib chiqadi.

Makromarketing aspektlarini tadqiq qiluvchi akademik mutaxassislarning ba'zilari makromarketing sohasi marketingning vijdon va murakkabligiga e'tibor qaratadi, degan taxminda ishlaydi. Va ularning ba'zilari makromarketingning ahamiyati birinchi navbatda uning obyektivligida ekanligiga ishonishadi. Uning asosiy e'tibori jamiyatning tovarlar va xizmatlarni bozordagi iste'molchilarga qanday taqsimlashiga qaratilgan.

³⁸ <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-marketing-environments>

³⁹ <https://product2market.walkme.com/micro-marketing-vs-macro-marketing-understanding-differences/>

Makromarketingga ta'sir etuvchi 4 ta omil⁴⁰:**❖ Demografik omillar**

Makromarketing kontseptsiyasi va strategiyasiga turli demografik omillar, masalan, yosh, jins, daromad darajasi, ixtiyoriy daromad, kasb va boshqa shu kabi statik va parametrlar ta'sir ko'rsatadi. Kompaniyalar va marketologlar mahsulot va xizmatlar takliflari maqsadli bozorning demografiyasi, didi, ehtiyojlari va tanloviga qarab ishlab chiqilishi kerakligiga e'tibor berishlari kerak.

❖ Iqtisodiy omillar

Makromarketing jamiyati strategiyasiga ta'sir etuvchi iqtisodiy omillarga bozordagi iste'molchilarning xarid qobiliyati va sarf-xarajat shakllari kiradi. Shuningdek, davlat tomonidan o'rnatilgan QQS, soliq va boshqa shu kabi moliyaviy-iqtisodiy me'yorlar va muvofiqliklar ham ta'sir qiladi. Mamlakat yalpi ichki mahsuloti, inflyatsiya va ishsizlik ham makromarketingga ta'sir qiladi.

❖ Texnologik omillar

Bozordagi brendlar maqsadli bozor uchun innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqish uchun zamonaviy va texnologik yutuqlar bilan oldinga borishlari kerak. Firmalar o'zlarining mahsulot ishlab chiqarish texnikasi, sotish strategiyalari, marketing, reklama va mijozlarga xizmat ko'rsatish darajalari nuqtai nazaridan doimiy va doimiy ravishda yangilanishlari kerak.

❖ Siyosiy omillar

Makromarketing strategiyasi va konsepsiyasiga hukumat organlari, bosim guruhlari, davlat idoralari va siyosiy partiyalar kabi turli siyosiy omillar ham ta'sir ko'rsatadi. Bu holat, ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlarga tegishli.

Xulosa

⁴⁰ <https://quizlet.com/485556864/marketing-management-midterm-flash-cards/>
<https://www.wallstreetmojo.com/micromarketing/>



Yuqoridagilardan ko'rishimiz mumkinki, makromarketing bu bozor va jamiyat o'rtasidagi bog'liqlikdagi muammolarni hal qiluvchi mexanizm. Marketologlar buni odatda marketing imkoniyatlari va kamchiliklarini o'rganishga yordam beradigan mexanizm sifatida yuzaga keladi.