

МАХАЛЛИЙ КОРХОНАЛАР ФАОЛИЯТИДА МАРКЕТИНГ ДАСТУРЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ АМАЛИЁТИ ТАҲЛИЛИ ВА УНИНГ САМАРАДОРЛИК КЎРСАТКИЧЛАРИ



Ҳ.Н.Абдуллаева

БухДУ Иқтисодиёт ва туризм факултети ўқитувчиси

Аннотация: Корхона фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш, инновацион маркетингни йўлга қўйиш, дастурлардан фойдаланиш таҳлили ҳақида назарий маълумотлар ва амалий жиҳатлари очиб берилиб, таклифлар баён этилган.

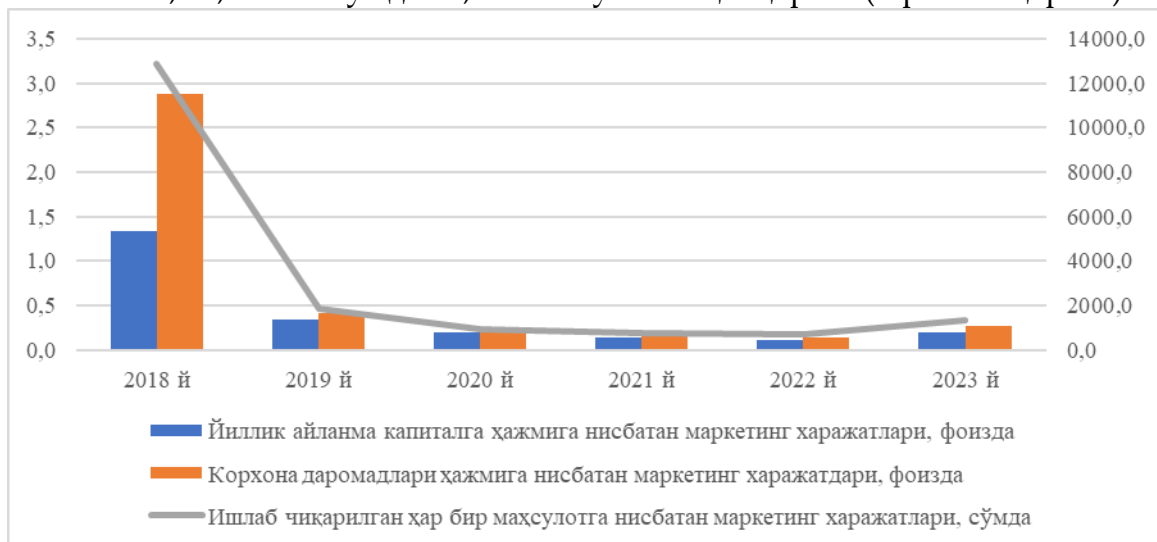
Калит сўзлар: маркетинг дастури, соғлом рақобат, инновацион маркетинг, йиллик айланма, маркетинг харажатлари, диверсификация

Корхоналар фаолиятини ташкил этишда маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини таҳлил қилиш орқали ўрганилаётган ҳудуд ёки тармоқдаги корхоналар учун хос бўлган хусусиятларни аниқлаш мумкин бўлади. Шу билан биргаликда, маркетинг дастурларидан фойдаланиш самарадорлиги кўрсаткичларини аниқлаш орқали ўрганилаётган корхоналар ўртасида етакчи корхоналар аниқланиб, ортда қолаётган хўжалик субъектлари фаолиятидан маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини такомиллаштиришга қаратилган илмий таклиф ва амалий тавсияларни ишлаб чиқишга эришилади. Юқорида билдириб ўтилган фикрларни инобатга олган ҳолда, Бухоро вилоятида хўжалик фаолияти юритаётган “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ, “Beta Lift Asia” МЧЖ, “БУХОРО САВДО ХОЛОД” МЧЖ, “BUKHARA AGROKLAster DZZ” МЧЖ, “Ozod Buxara textile “ МЧЖ, “Stroy Olimp” МЧЖ, “TURK-BUKHARA ECO CENTRE” ҚК, “KRITIYUZ” ОК каби корхоналар фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини ўрганиб, улар кўрсаткичларини қиёсий таққолашни амалга оширдик. Бунда ҳар бир корхона фаолиятини ташкил этишда маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти алоҳида алоҳида таҳлил қилинди.

Таҳлилларга кўра, юқорида номлари келтириб ўтилган Бухоро вилоятида хўжалик фаолияти юритаётган корхоналар ўртасида “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ 2018 йилдан буён корхона фаолиятида маркетинг дастурларидан мунтазам фойдаланиб келаётганлиги билан бошқа корхоналардан ажралиб туради. Шунингдек, “Stroy Olimp” МЧЖ корхоналари бўлса 2019 йилдан, “БУХОРО САВДО ХОЛОД” МЧЖ эса 2020 йилдан буён мунтазам корхона хўжалик фаолиятини юритиш жараёнида маркетинг дастурларидан фойдаланиб келаётган бўлса, қолган “Ozod Buxara textile” МЧЖ “Beta Lift Asia” МЧЖ, “BUKHARA AGROKLAster DZZ” МЧЖ, “TURK-BUKHARA ECO CENTRE” ҚК ва “KRITIYUZ” ОК корхоналарида сўнгги 2-3 йил мобайнида ўз фаолиятида маркетинг дастурларидан

фойдаланишмоқда. Корхоналар фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш ҳолати ўрганилиши режалаштириладиган корхоналар амалиётидан маркетинг дастурларидан фойдаланиш муддатлари турлича бўлганлигини инобатга олган ҳолда, уларни ҳар бирини алоҳида таҳлил қилишни лозим топдик.

Корхона раҳбарияти томонидан берилган маълумотларга кўра, “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ Бухоро вилоятида хўжалик фаолияти юритаётган кичик турдаги корхоналар қаторидан ўрин эгаллаган ҳолда, унинг ходимлари сони 2018-2023 йилларда 2,0 мартага ортиб, 5 тадан 10 тага етган. Ушбу корхона фаолиятини ташкил этишда 2018 йилдан буён бир нафар ходим мунтазам маркетинг фаолияти билан шуғулланиб келади. Таҳлилларга кўра, корхона фаолиятида маркетинг харажатлари ўрганиладиган корхона фаолиятида маркетинг харажатлари ҳажми 20 фоизга қисқариб, 12,5 млн. сўмдан 10,0 млн. сўмга камайган. Сўнгги уч йил мобайнида корхона фаолиятида маркетинг дастурларини амалга оширилишини молиялаштириш харажатлари барқарор ҳолда, 10,0 млн. сўмни ташкил этиб келмоқда. Корхона фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти самарадорлигини таҳлил қилишда бу турдаги дастурларни корхона йиллик айланмаси, унинг даромадлари ҳажмига нисбатан улуши билан биргаликда, ҳар бир маҳсулотга тўғри келадиган харажатлар ҳажмини таҳлил қилиш талаб этилади. Ҳисоб китобларга кўра, 2018-2023 йилларда корхона йиллик айланмасига нисбатан маркетинг харажатларининг улуши 1,3 фоиздан 0,2 фоизга камайган бўлса, даромадлар ҳажмига нисбатаан маркетинг харажатларининг улуши 2,9 фоиздан 0,3 фоизга қисқарган. Шу билан биргаликда, ҳар бир маҳсулотга тўғри келувчи маркетинг дастурларини молиялаштириш харажатлари ўрганиладиган даврда 9,8 мартага камайиб, 12,9 минг сўмдан 1,3 минг сўмгача қисқарган (1-расмга қаранг).

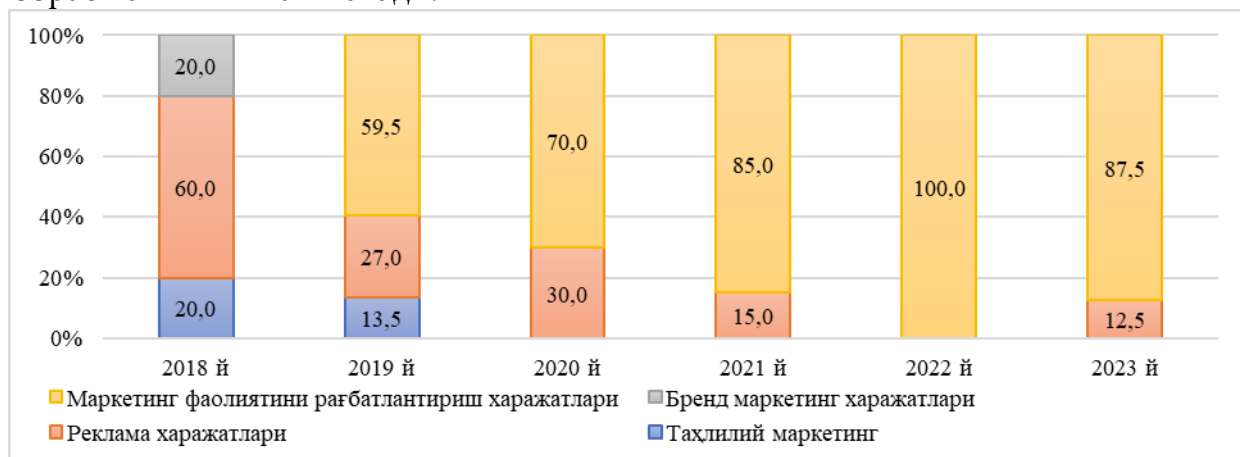


1-расм. “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини молиялаштириш самарадорлиги¹.

Шу ўринда таъкидлаш жоизки, таҳлил этиладиган даврда “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш

¹ Муаллиф томонидан ҳисобланган

амалиёти самарадорлигининг ортиши ҳисобига маркетинг харажатларининг корхона йиллик айланмаси, унинг даромадлари ҳажмларидаги улуши ва ҳар бир ишлаб чиқарилган маҳсулотга нисбатан тўғри келадиган маркетинг харажатларининг ҳажми қисқариб борганлигини кўришимиз мумкин. Жумладан, корхонада маркетинг фаолиятини юритишда фақатгина 1 киши банд бўлиб, ўрганилаётган даврда корхона жами ҳодимлари сони 2,0 мартага ортиб, 5 нафар ёлланма ишчидан 10 нафарга етган. Бу ҳолат ҳам корхонада маркетинг дастурлари самарадорлигини ортиб бораётганлигини англатади.

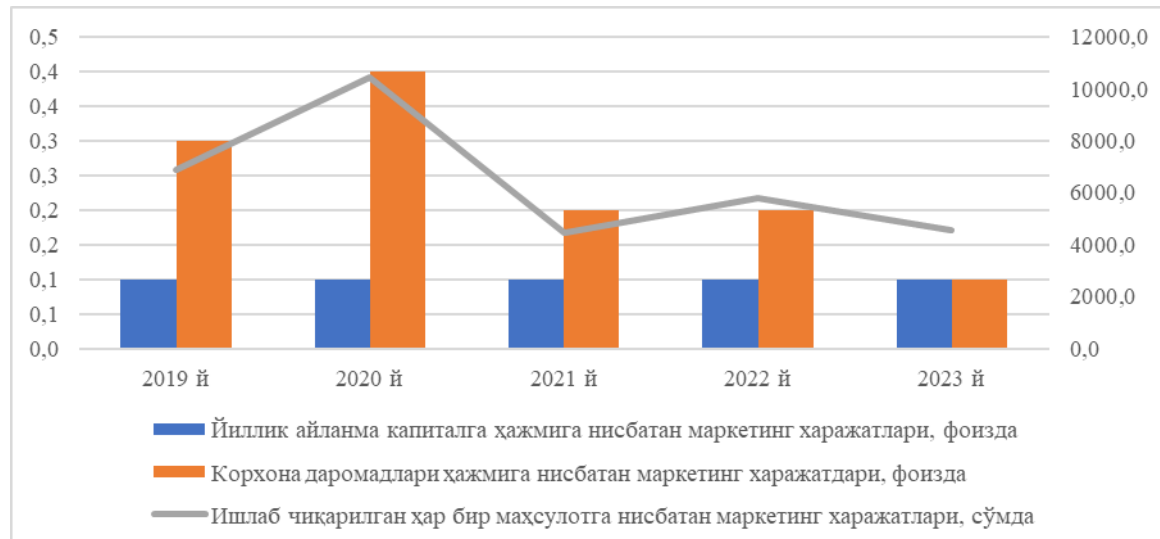


2 -расм. “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини молиялаштиришнинг таркибий кўрсаткичлари, жами маркетинг харажатларига нисбатан фоизда²

2018-2023 йилларда “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини молиялаштиришнинг таркибий кўрсаткичлари таҳлиliga кўра, корхона фаолиятини бошлашнинг дастлабки йилларида таҳлилий ва бренд маркетинг дастурларидан фойдаланган бўлса, 2019 йилдан буён мунтазам равишда маркетинг фаолияти самарадорлигини рағбатлантиришга қаратилган дастурларидан мунтазам фойдаланиб келмоқда. Ҳисоб-китобларга кўра, 2019-2023 йилларда корхона фаолиятида жами маркетинг харажатлари таркибида маркетинг фаолияти самарадорлигини рағбатлантириш харажатларининг улуши 59,5 фоиздан 87,5 фоизга етганлигини кўришимиз мумкин бўлади (2-расмга қаранг).

Корхона базасида маркетинг фаолиятини юритиш амалиётини тадқиқ қилиш асосида маркетинг фаолиятини рағбатлантиришни амалга оширилиши ҳисобига таҳлилий маркетинг фаолиятини юритишга зарурият қолмаган. Шу билан биргаликда, маркетинг фаолиятини рағбатлантиришга қаратилган дастурларидан фойдаланиш бир вақтнинг ўзида корхонада бренд маркетинг фаолиятини ҳам қамраб олиб, бозорда корхона томонидан ишлаб чиқарилаётган товар ва хизматларнинг йиллик айланмаси ҳажмини ортишига олиб келган.

² Муаллиф томонидан ҳисобланган

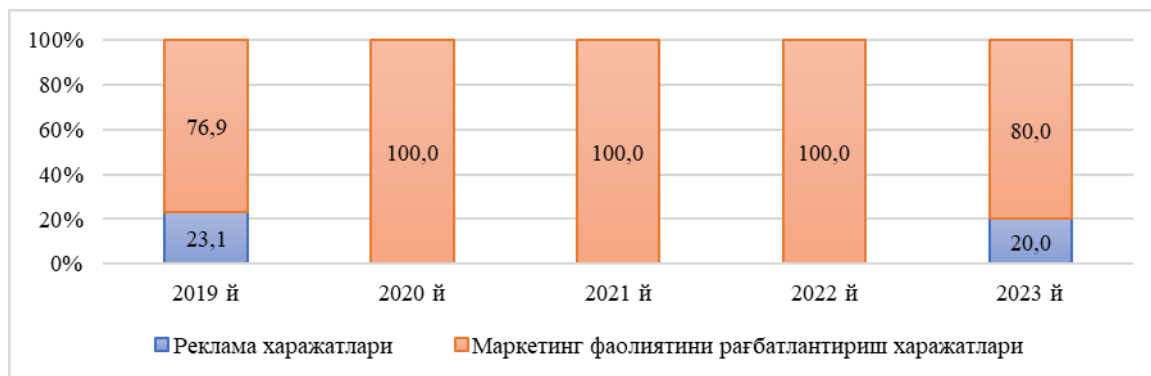


3-расм. "Stroy Olimp" МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти молиялаштириш самарадорлиги³

"ABRO Capitals & Construction" МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётида бўлгани сингари "Stroy Olimp" МЧЖ корхонасида ҳам фақатгина бир нафар ҳодим 2019 йилдан буён мунтазам равишда корхона маркетинг фаолиятини юритиб келади. "Stroy Olimp" МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастуридан фойдаланиш амалиёти "ABRO Capitals & Construction" МЧЖ корхонасидан фарқли ўлароқ, нисбатан камроқ самара бераётганлиги аниқланди. Таҳлилларга кўра, "Stroy Olimp" МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш харажатлари корхонанинг йиллик айланма ҳажмига нисбатан 2019-2023 йилларда 0,1 фоизни ташкил этиб келган бўлса, унинг даромадлари ҳажмидаги улуши эса 0,3 фоиздан 0,1 фоизга камайганлигини кўришимиз мумкин. Шу билан биргаликда, корхона томонидан ишлаб чиқарилган ҳар бир маҳсулотга тўғри келадиган маркетинг харажатлари ҳажми ўрганилаётган даврда динамик ривожланиш тенденциясига эга бўлиб, 1,5 мартага камайган ҳолда, қарийб 6,9 минг сўмдан 4,5 минг сўмга қисқарган (3-расмга қаранг).

Жумладан, "Stroy Olimp" МЧЖ корхонаси маркетинг харажатларининг таркибий кўрсаткичлари таҳлиliga кўра, корхонада маркетинг фаолиятини рағбатлантириш харажатларини молиялаштиришга устуворлик қаратилганлиги билан "ABRO Capitals & Construction" МЧЖ корхонасидан фарқ қилади. Корхона фаолиятида шу кунга қадар икки мартаба, биринчи 2019 йилда (23,1 фоиз) ва 2023 йилда (20,0 фоиз) реклама учун маблағ ажратилганлигини кўришимиз мумкин (4-расмга қаранг)

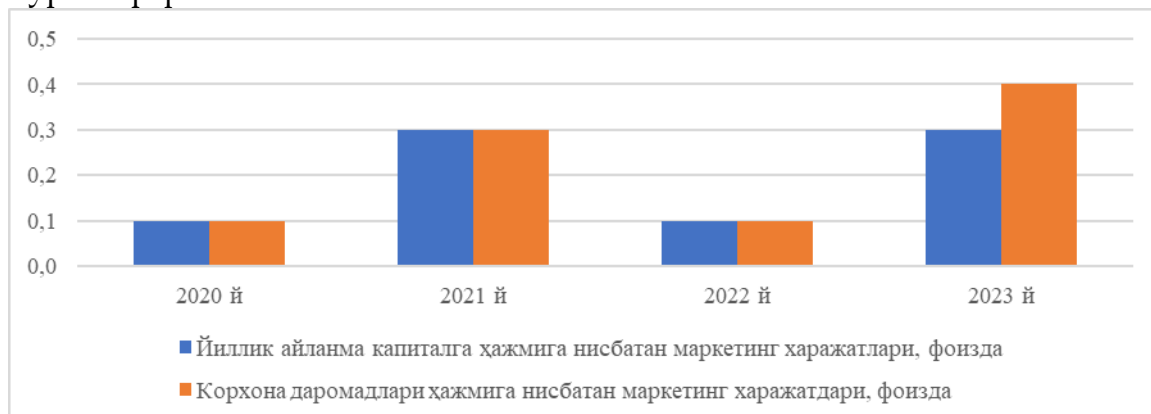
³ Муаллиф томонидан ҳисобланган



4-расм. “Stroy Olimp” МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини молиялаштиришнинг таркибий кўрсаткичлари, жами маркетинг харажатларига нисбатан фоизда⁴

Таҳлилларга кўра, “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти “Stroy Olimp” МЧЖ корхонаси амалиётига нисбатан диверсификациялашганлиги ҳисобига юқори иқтисодий самарадорликка эришилганлигини кўришимиз мумкин бўлади.

Юқорида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти таҳлил этилган корхоналардан фарқли ўлароқ, “БУХОРО САВДО ХОЛОД” МЧЖ корхонаси амалиётида фақатгина бир тудаги маркетинг дастуридан фойдаланиб келинаётганлиги билан аҳамиятли ҳисобланади. Ушбу корхона 2020 йилдан буён мунтазам равишда ўз фаолиятида фақатгина реклама хизматидан фойдаланиб келади. 2020-2023 йилларда корхона ҳодимлари сони 3 тадан 15 тага етган бўлса, маркетинг фаолиятида банд бўлган ҳодимлар сони юқорида келтириб ўтилган корхоналардан фарқли ўлароқ, ортиб бориш тенденциясига эга бўлган ҳолда, 2023 йилда тўрт нафарга етган.



5-расм. “БУХОРО САВДО ХОЛОД” МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини молиялаштириш самарадорлиги⁵

Таҳлилларга кўра, 2020-2023 йилларда “БУХОРО САВДО ХОЛОД” МЧЖ фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётининг иқтисодий самарадорлик кўрсаткичи динамик ривожланиш тенденциясига эга бўлиб, корхонанинг йиллик айланмаси ҳажмига нисбатан маркетинг харажатларининг

⁴ Муаллиф томонидан ҳисобланган

⁵ Муаллиф томонидан ҳисобланган

улуши 0,1 фоиздан 0,3 фоизга етган бўлса, унинг даромадлари ҳажмига нисбатан маркетинг фаолиятини молиялаштириш харажатлари эса 0,1 фоиздан 0,4 фоизга етган (5-расмга қаранг). Корхона ишлаб савдо соҳасида фаолият юритаётганлиги ва унда ишлаб чиқариш амалиётининг мавжуд эмаслигини инобатга олган ҳолда, ҳар бир ишлаб чиқарилган маҳсулотларга тўғри келадиган маркетинг харажатларини баҳолаш имкони бўлмади.

Корхоналар фаолиятида маркетинг дастурларидан яқин 2-3 йилдан буён фойдаланиб келаётган корхоналар ўртасида фақатгина “BUKHARA AGROKLASTER DZZ” МЧЖ амалиётида “БУХОРО САВДО ХОЛОД” МЧЖ сингари фақатгина реклама дастурларидан фойдаланилаётганлигини кўришимиз мумкин бўлади. Шу билан биргаликда, корхона фаолиятида маркетинг дастуридан фойдаланиш амалиёти ўрганилаётган бошқа корхоналар, яъни, “Ozod Buxara textile” МЧЖ “Beta Lift Asia” МЧЖ, “TURK-BUKHARA ECO CENTRE” ҚК ва “KRITIYUZ” ОК корхоналарида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти “ABRO Capitals & Construction” МЧЖ амалиётида кузатилганлиги сингари диверсификациялашганлигини аниқланди.

Бухоро вилоятида хўжалик фаолияти юритиб келаётган корхоналарда маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини таҳлил қилиш асосида қуйидаги хулосалар олинди:

- корхона хўжалик фаолияти юритаётган тармоқ хусусиятидан келиб чиққан ҳолда у бир ёки бир нечта маркетинг дастурларидан фойдаланиши мумкин бўлади. Масалан, тижорат ва савдо соҳасида фаолияти юритаётган “БУХОРО САВДО ХОЛОД” МЧЖ корхонасида ишлаб чиқариш амалиёти йўқлиги, жумладан, у бошқа корхоналар томонидан ишлаб чиқарилаётган товар (хизмат ва иш) ларни истеъмолчиларга сотиш билан шуғулланишини инобатга олган ҳолда, ушбу корхона ўз фаолиятини ривожлантиришда фақатгина реклама хизматларидан кенг фойдаланади;

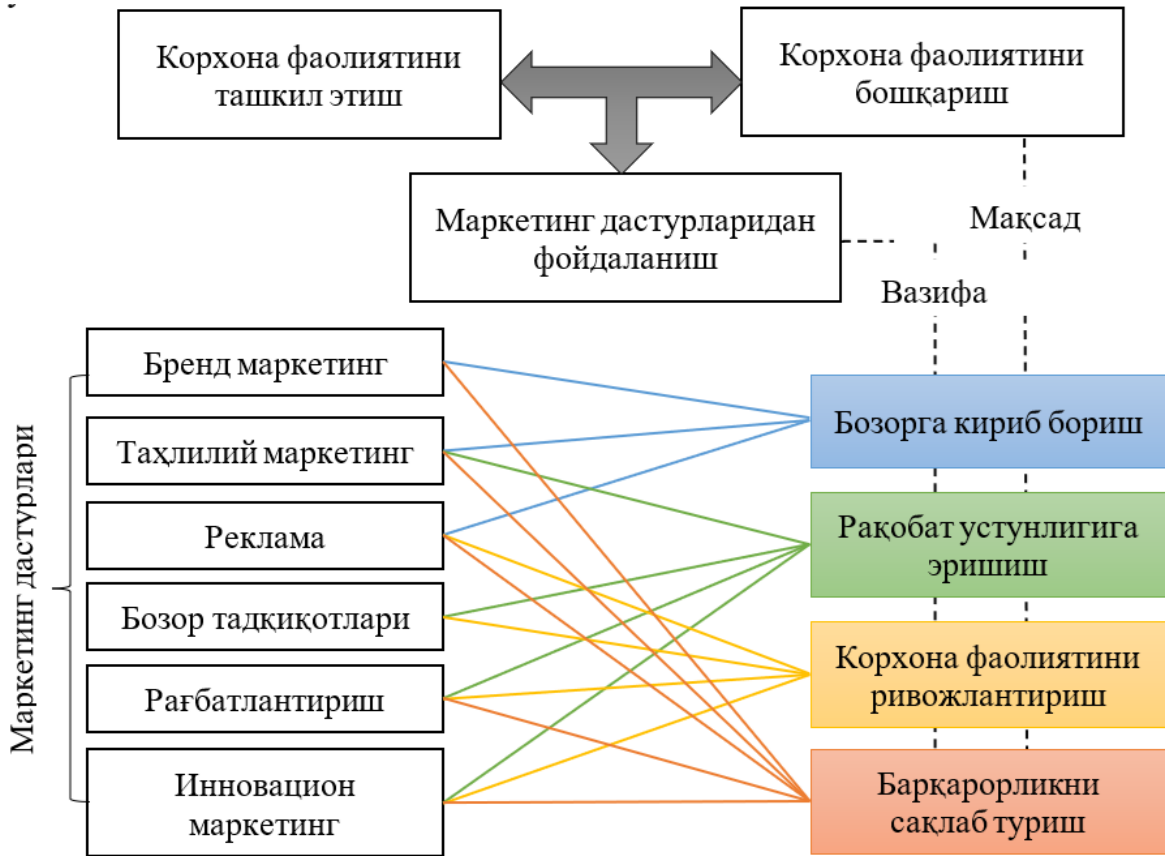
- давлат аралашуви юқори бўлган ёки давлатнинг мақсадли дастурлари доирасида ривожланаётган корхоналар фаолиятида марказлашган бошқарув амалиёти учун хос бўлган хусусиятлар сезилиб туради. Бу эса улар фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланишга етарли даражада устуворлик қаратилмаслигига олиб келади. Масалан, сўнгги йилларда ҳукуматимиз томонидан қурилиш соҳасини ривожлантириш бўйича амалга оширилаётган ислохотларга устуворлик қаратилиши натижасида қурилиш материаллари ва хизматлари бозорида мазкур соҳа корхоналари товар ва хизматларига бўлган талаб кескин ортиб кетди. Шу сабабли, “Stroy Olimp” МЧЖ корхонаси фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти етарли даражада диверсификациялашмаганлигини кўришимиз мумкин;

- рақобат кучли бўлган тармоқларда хўжалик фаолиятини эндигина бошлаётган корхоналарни ривожланишида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти диверсификациялашганлигини кўришимиз мумкин бўлади. Ушбу ҳолат маркетинг дастурларидан фойдаланиш ҳисобига корхонанинг иқтисодий самарадорликка эришиш имкониятларини янада кенгайтириши учун тегишли шарт-шароитлар яратилишидан далолат беради. Жумладан, “ABRO Capitals &

Construction” МЧЖ, “Ozod Buxara textile” МЧЖ “Beta Lift Asia” МЧЖ, “TURK-BUKHARA ECO CENTRE” ҚК ва “KRITIYUZ” ОК корхоналари амалиётида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётининг диверсификациялашганлиги улар хўжалик фаолияти юритаётган соҳаларда соғлом рақобат муҳити мавжуд эканлигидан далолат беради.

Бухоро вилоятида хўжалик фаолияти юритаётган корхоналарда маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини қиёсий таҳлил қилиш асосида унинг б-раасмда келтириб ўтилган схематик тузилишга эга эканлиги аниқланди.

Ўрганишлар натижаларига кўра, аксарият корхоналар амалиётида маркетинг дастурларидан фойдаланиш бошқарув мақсадларига эришиш жараёни билан боғлиқ бўлган вазифаларни ҳал этишда муҳим аҳамият касб этади. Жумладан, корхона фаолиятини ташкил этиш ва ривожлантиришнинг дастлабки босқичларида аксарият корхоналар бренд маркетинг, таҳлилий маркетинг ҳамда реклама хизматларидан кенг фойдаланишни афзал кўрадилар. Бунда улар ўзлари томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар тўғрисида истеъмолчиларни ҳабардор қилиш, истеъмолчилар ўртасида ўз маҳсулотларини тарғиб қилиш ва корхонанинг бозордаги ўз ўрнини топиши учун бренд маркетинг дастурларидан фойдаланадилар. Шу билан биргаликда, корхоналар фаолиятини йўлга қўйишнинг дастлабки йиллариданоқ таҳлилий маркетинг дастурларидан фойдаланадилар. Бунда корхоналар бухгалтерия маълумотлари асосида маркетинг харажатлари самарадорлигини ҳисоблаш билаан чекланадилар. Жаҳон амалиёти таҳлиliga кўра, тараққий этган мамлакатларда таҳлилий маркетинг дастуридан фойдаланишда корхона ва унинг рақобатчилари билан ўзаро эришилган натижалар бўйича “SWOT”-таҳлилни амалга оширадилар. Бу орқали корхонанинг рақобат устунликларини аниқлашга эришган ҳолда, маркетинг фаолиятини айнан ушбу йўналишлар асосида ташкил этишга устуворлик қаратадилар. Шу билан биргаликда, корхоналар фаолиятида инновацион маркетинг дастурларидан фойдаланиш ҳисобига юқори иқтисодий самарадорликка эришиш мумкин бўлади. Шунга ўхшаш амалиёти сўнги 2-3 йил мобайнида Бухоро вилоятида хўжалик фаолиятини бошлаётган корхоналарда маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётида кўзга ташланганлиги аниқланди.



6-расм. Маҳаллий корхоналар фаолиятини ташкил этиш ва ривожлантиришда маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиёти⁶.

Иқтисодий муносабатларнинг либераллашуви жараёнида рақобат курашининг жадаллашуви натижасида бозор конъюктурасида кескин ўзгаришлар содир бўлади. Натижада корхона фаолиятини ташкил этиш ва уни бошқариш жараёнида қабул қилинаётган қарорларнинг йўналишлари ўзгариши мумкин бўлади. Бу эса ўз навбатида корхоналар фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётига ўз таъсирини кўрсатади. Таҳлилларга кўра, Бухоро вилоятида хўжалик фаолияти юритаётган корхоналарни ривожлантиришда инновацион маркетинг, маркетинг дастурларидан фойдаланиш самарадорлигини рағбатлантириш, бозор тадқиқотлари ва реклама каби маркетинг дастурларидан кенг фойдаланилади.

Шу билан биргаликда, соғлом рақобат кураши амал қилаётган соҳаларда корхоналар нафақат ривожланиш, балки корхонанинг бозордаги ўрни, унинг ривожланиш кўрсаткичларининг барқарорлигини сақлаб туриши ҳам керак бўлади. Бундай шароитда корхона фаолиятида иложи борича турли маркетинг дастурларидан самарали фойдаланишга устуворлик қаратилади. Бухоро вилояти корхоналари фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш жараёнида ҳам худди шундай хусусият мавжуд эканлиги аниқланди.

Умуман олганда, бозор иқтисодиёти шароитида корхоналар фаолиятида маркетинг дастурларидан фойдаланиш корхонанинг иқтисодий самарадорликка эришишининг муҳим шарти ҳисобланади. Сўнгги йилларда мамлакатда, жумладан,

⁶ Муаллиф томонидан ҳисобланган

Бухоро вилоятида амалга оширилаётган ислохотлар натижасида иқтисодий муносабатлар либераллашиб, рақобат кураши янада кучайишига сабаб бўлмоқда. Бу эса корхоналар фаолиятини ташкил этишда маркетинг дастурларидан фойдаланиш амалиётини янада ривожланишига олиб келмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Эргашходжаева Ш.Ж. Стратегик маркетинг. Т.: "ИҚТИСОДИЁТ", 2019. – 236 б.
2. Экономика торговли: Учебник для вузов/под ред. Б.А. Соловьева, Л.А. Алькевич, В.И. Андросова. М.: Экономика, 2008. С. 304.
3. Эргашходжаева Ш., Шарифхўжаев У. Маркетингни бошқариш: Даслик. Тошкент.: "ИQTISODOYOT", 2019. 462 б.
4. Jerome McCarthy E. Basic Marketing: A Managerial Approach. Richard D. Irwin, INC. Homewood, Illinois. USA 1960. – 770 p.
5. Kotler P., Keller K.L. Marketing management (Global edition). 15th ed. – Harlow: Pearson Education Ltd., 2016. – 834 p.
6. Маркетинговые и PR-модели: RACE, 4 P и 4 C, PESO, лестница Ханта, RFM, AIDA, SOSTAC, hadi-циклы. [Электронный ресурс]. URL: <https://roistat.com/rublog/marketingovie-modeli/>
7. www.stat.uz

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

