



MARKETING STRATEGIYALARINING TURLARI VA ULARNI QO'LLASH MEXANIZMLARI (XORAZM VILOYATI MISOLIDA)

TYPES OF MARKETING STRATEGIES AND THEIR APPLICATION MECHANISMS (ON THE EXAMPLE OF THE KHOREZM REGION)

¹Ibadullayeva Shoxida
Xabibovna

¹Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti
mustaqil tadqiqotchisi. G-mail: shoxidaibadullaeva@gmail.com

Annotatsiya Abstract

Uzb. - Ushbu maqolada marketing strategiyalari turlarining o'ziga xos xususiyatlari, ularni qo'llash mexanizmlari hamda zamonaviy iqtisodiy sharoitlarda ularning dolzarbligi Xorazm viloyati misolida tadqiq qilingan. Tadqiqot davomida marketing strategiyalarining asosiy yo'nalishlari, jumladan bozorni segmentatsiya qilish, maqsadli auditoriyani aniqlash, raqobatbardoshlikni oshirish hamda mahsulot va xizmatlarni ilgari surish usullari ilmiy jihatdan tahlil etilgan. Shuningdek, hududiy iqtisodiyot xususiyatlarini inobatga olgan holda marketing strategiyalarini samarali qo'llash mexanizmlari, ularning biznes subyektlari faoliyatiga ta'siri hamda bozor infratuzilmasini rivojlantirishdagi ahamiyati o'rganilgan. Xorazm viloyati misolida marketing strategiyalarini amaliy qo'llash holati tahlil qilinib, mavjud muammolar va ularni bartaraf etish yo'llari yuzasidan ilmiy asoslangan xulosalar ishlab chiqilgan.

Eng. - This article examines the specific features of different types of marketing strategies, their implementation mechanisms, and their relevance in modern economic conditions, using the example of the Khorezm region. The study analyzes the main directions of marketing strategies, including market segmentation, identification of target audiences, enhancement of competitiveness, and methods of promoting products and services from a scientific perspective. It also explores effective mechanisms for applying marketing strategies while taking into account regional economic characteristics, as well as their impact on the performance of business entities and the development of market infrastructure. Furthermore, the practical application of marketing strategies in the Khorezm region is analyzed, and scientifically grounded conclusions are drawn regarding existing challenges and ways to address them.

Kalit so'zlar: Keywords:

❖ marketing, strategiya, marketing strategiyasi, mexanizm, Xorazm viloyati, bozor segmentatsiyasi, raqobatbardoshlik, maqsadli auditoriya, hududiy rivojlanish, marketing tadqiqotlari.

❖ marketing, strategy, marketing strategy, mechanism, Khorezm region, market segmentation, competitiveness, target audience, regional development, marketing research.

Kirish.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing strategiyasi korxonalar va tashkilotlarning

muvaffaqiyatini ta'minlovchi muhim omil bo'lib hisoblanadi. Hududiy xususiyatlarga ega bo'lgan viloyatlarda, jumladan Xorazm

viloyatida marketing strategiyalarini to'g'ri tanlash va samarali qo'llash biznes rivojlanishida muhim rol o'ynaydi. Xorazm viloyati o'zining boy tarixiy merosi, turizm salohiyati, qishloq xo'jaligi mahsulotlari va hunarmandchiligi bilan ajralib turadi. Shu sababli, bu hududda marketing strategiyalarini ishlab chiqishda mahalliy xususiyatlarni hisobga olish zarur. Bu borada ko'proq foyda olish uchun sotuvchilar har bir savdo jarayonida turli marketing strategiyalaridan foydalanadilar. Ba'zi menejerlar ushbu strategiyalardan o'z kompaniyalarini progressiyasi uchun foydalanadilar.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.

Marketing strategiyalarining turlari va ularni qo'llash mexanizmlarini tadqiq qilish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, ayrim tadqiqotlarda O'zbekistondagi kichik va o'rta biznes uchun maxsus ishlab chiqilgan marketing strategiyasi doirasini shakllantirish tizimi o'rganilgan [1]. Chunki, bu borada kichik va o'rta biznes subyektlari raqobatbardosh biznes sharoitida brend haqida xabardorlikni oshirish, mijozlarni jalb qilish va moliyaviy foydani optimallashtirishda turli to'siqlarga duch kelmoqdalar. Boshqa ba'zi tadqiqotlarda esa marketing strategiyasining asosiy elementlari va turlari haqida batafsil ma'lumot beriladi. Marketing strategiyasi kompaniyaning bozor sharoitlariga moslashish va raqobatda ustunlikka erishish uchun zarur bo'lgan asosiy yo'nalishlarni belgilaydi [2]. Yana bir tadqiqotlarda marketing strategiyasini ishlab chiqish, faoliyatini samarali yo'lga qo'yish va samaradorligini baholash bo'yicha tahlillar amalga oshirilgan. Mazkur yo'nalishda tadqiqotlar olib brogan xorijiy olimlarning fikrlari batafsil o'rganilgan [3]. Boshqa tadqiqotlar yo'nalishlariga asosan, strategiyalarni amalga oshirish usul va uslubiyatlari marketing faoliyatini samarali amalga oshirishga qaratilgan. Jumaladan, ular o'rta qo'yilgan asosiy maqsadlarga erishish jarayonida mazkur marketing xodimlari va

korxonalar jamoasi faoliyatini uyg'unlashtirishni ta'minlaydi [4].

Yana boshqa tadqiqotlar ko'rsatishicha, bankning strategik rivojlanishining asosiy yo'nalishi uning marketing strategiyasidir. Ya'ni, u raqobatbardosh ustunliklarni rivojlantirish va ularni amalga oshirish uchun ko'rilgan choralarni asoslashni o'z ichiga oladi [5]. Olib borilgan tadqiqotlarda tovarlar iqtisodiyotining rivojlanishi bilan xulq-atvor iqtisodiyoti muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday sharoitda marketing strategiyalaridan to'g'ri foydalanish lozim. Chunki, u mijozlar talabi va xarid qobiliyatini samarali ravishda oshirishi mumkin [6]. Boshqa xil tadqiqot esa Qoraqalpog'iston Respublikasida turizm xizmatlari bozorini rivojlantirishda marketing strategiyalarining rolini tadqiq qiladi. Ushbu tadqiqotning maqsadi brending, raqamli marketing va SWOT-tahlilini o'z ichiga olgan zamonaviy marketing yondashuvlari orqali mavjud muammolarni hal qilish orqali mintaqaning turizm salohiyatini oshirishga qaratilgan [7]. Yana bir manbalarda keltirilishicha, marketing biznes o'sishining muhim omilidir. Bu bitimlardan tashqari auditoriya bilan mazmunli aloqalarni o'rnatish va raqobatbardosh muhitda ajralib turishni anglatadi. Marketing mutaxassislari sifatida marketing turlari va ulardan muvaffaqiyat uchun samarali foydalanishni tushunish lozim [8]. Buni o'zlashtirib, auditoriya bilan o'lchanadigan natijalar beradigan maqsadli tadbirlarni yaratishga qodir bo'lish mumkin.

Tadqiqot metodologiyasi.

Mazkur tadqiqot ishini amalga oshirishda ilmiy tadqiqot metodologiyasida keng qo'llaniladigan turli usullardan foydalanildi. Xususan, ushbu tadqiqotda Xorazm viloyati misolida marketing strategiyalarining turlari va ularni qo'llash mexanizmlarini tadqiq qilishda kuzatish, mantiqiy fikrlash, tarkibiy tahlil, qiyosiy tahlil, ilmiy abstraksiyalash, ma'lumotni guruhlashtirish, analiz va sintez,

induksiya va deduksiya usullaridan samarali foydalanildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Marketing strategiyalari korxonaning maqsadlari, bozordagi o'rnini va iste'molchilar ehtiyojidan kelib chiqib turlicha bo'ladi. Bu borada marketingni quyidagi turlarga ajratib ko'rsatish mumkin:

- differensial marketing strategiyasi. Bu strategiyada korxonada bozorni segmentlarga ajratib, har bir segment uchun alohida mahsulot yoki xizmat taklif qiladi. Xorazm misolida Xiva shahriga tashrif buyuruvchi turistlar uchun alohida xizmatlar (mehmonxona va gid xizmatlari), mahalliy aholi uchun esa kundalik ehtiyoj mahsulotlari taklif etilishi mumkin.

- konsentrlashgan marketing strategiyasi. Bu strategiya ma'lum bir segmentga e'tibor qaratishni nazarda tutadi. Asosan kichik biznes subyektlari uchun mos keladi. Xorazm misolida hunarmandchilik bilan shug'ullanuvchi ustalar faqat turistlar segmentiga yo'naltirilgan mahsulotlar ishlab chiqarishi mumkin.

- ommaviy marketing strategiyasi. Bunda korxonada barcha iste'molchilar uchun yagona mahsulot yoki xizmatni taklif qiladi. Misol Xorazmda ishlab chiqariladigan oziq-ovqat mahsulotlarini keng iste'molchilar qatlamiga bir xil shaklda yetkazish.

- innovatsion marketing strategiyasi. Yangi texnologiyalar, kreativ yondashuvlar va raqamli platformalardan foydalanishga asoslanadi. Xorazm misolida mahalliy bizneslar ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulotlarini reklama qilishi, onlayn savdo platformalaridan foydalanishi mumkin.

Shular bilan birgalikda, marketing strategiyasini samarali amalga oshirish uchun quyidagi mexanizmlardan foydalaniladi:

- bozorni tahlil qilish. Har qanday strategiyaning asosi - bozorni chuqur o'rganishdir. Bunda iste'molchilar ehtiyoji, raqobatchilar faoliyati va narxlar siyosati kabilar aniqlanadi. Xorazm viloyatida turizm,

qishloq xo'jaligi va xizmat ko'rsatish bozori alohida tahlil qilinadi.

- segmentatsiya va maqsadli auditoriyani aniqlash. Bozorni segmentlarga ajratish orqali eng samarali mijozlar aniqlanadi. Misol qilib turistlar (ichki va tashqi), mahalliy aholi va tadbirkorlar shularga kiradi. Har bir segment uchun alohida marketing yondashuvi ishlab chiqiladi.

- marketing kompleksini (4P) shakllantirish. Marketing strategiyasini amalga oshirishda 4P modeli muhim ahamiyatga ega. Unga sifatli va ehtiyojga mos mahsulot, raqobatbardosh narx belgilash, mahsulotni to'g'ri joyda sotish va reklama va PR faoliyati kabilar kiradi. Bu borada Xorazm misolida turizm xizmatlarini targ'ib qilishda ijtimoiy tarmoqlar va sayyohlik platformalaridan foydalanish samarali hisoblanadi.

- raqamli marketingdan foydalanish. Zamonaviy marketingda raqamli texnologiyalar muhim o'rin tutadi. Ular tarkibiga ijtimoiy tarmoqlar (Telegram va Instagram), onlayn reklama, SEO va kontent marketing kabilar xosdir. Xorazm viloyatida mahalliy tadbirkorlar Instagram orqali milliy mahsulotlarni targ'ib qilish orqali savdoni oshirmoqda.

- monitoring va nazorat. Marketing strategiyasining samaradorligini doimiy baholab borish zarur. Bu borada sotuv hajmi, mijozlar soni, fikr-mulohazalar va natijalarga qarab strategiyaga o'zgartirishlar kiritiladi.

Shular bilan birgalikda, Xorazm viloyatining marketing muhitini quyidagi omillar belgilaydi:

- turizm salohiyati. Xiva shahri orqali viloyat katta turist oqimini qabul qiladi. Bu esa xizmat ko'rsatish sohasida marketingni rivojlantirishni talab qiladi.

- qishloq xo'jaligi. Paxta, guruch va sabzavot mahsulotlarini eksport qilish marketing strategiyasini to'g'ri yo'lga qo'yishni talab etadi.

- milliy hunarmandchilik. Gilamchilik, yog'och o'ymakorligi kabi sohalarda branding va eksport marketingi muhim ahamiyatga ega.

- transport va logistika. Hududning geografik joylashuvi marketing strategiyalarini shakllantirishda hisobga olinadi.

Xorazm viloyatida marketing strategiyalarini qo'llash mexanizmlari hududning iqtisodiy xususiyatlari va iste'molchilar talabidan kelib chiqib shakllanmoqda. To'g'ri tanlangan va samarali

amalga oshirilgan marketing strategiyalari alohida korxonalar va butun hudud iqtisodiyotining rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Kelgusida raqamli va innovatsion marketing yo'nalishlarini yanada rivojlantirish orqali Xorazm viloyatining investitsion va turistik jozibadorligini oshirish mumkin.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, Xorazm viloyati misolida marketing strategiyalari turlari va ularni qo'llash mexanizmlari quyidagicha tavsiflanadi (1-jadval).

1-jadval

Xorazm viloyati misolida marketing strategiyalarining turlari va ularni qo'llash mexanizmlari

Nº	Strategiya turlari	Asosiy vazifasi va yo'nalishlari	Viloyatda qo'llash mexanizmlari
1	Bozor segmentatsiyasi	Bozorni mijozlar guruhlariga ajratish	Viloyatda turizm (ichki va xalqaro sayyohlar) va qishloq xo'jaligi mahsulotlari iste'molchilari bo'yicha segmentlash
2	Maqsadli marketing	Muayyan segmentni tanlab, unga mos mahsulot taklif qilish	Urganch va Xiva shaharlarida sayyohlarga milliy hunarmandchilik mahsulotlarini yo'naltirish
3	Pozitsiyalash strategiyasi	Mahsulot yoki brendni ongda alohida o'rin egallashini ta'minlash	Xorazm qovuni yoki guruchini ekologik toza va sifatli mahsulot sifatida targ'ib qilish
4	Differensial marketing	Turli segmentlar uchun takliflar ishlab chiqish	Mahalliy aholi uchun arzon narxli mahsulotlar va turistlar uchun premium xizmatlar taklif qilish
5	Konsentratsiyalashgan marketing	Bitta segmentga chuqur e'tibor qaratish	Xiva shahrida faqat turizm xizmatlariga ixtisoslashgan bizneslarni rivojlantirish
6	Raqamli marketing	Internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing qilish	Instagram va Telegram orqali viloyat turistik joylarini reklama qilish
7	An'anaviy marketing	Offline reklama vositalaridan foydalanish	Bozorlar, bannerlar, radio va mahalliy TV orqali mahsulotlarni targ'ib qilish
8	Innovatsion marketing	Yangi texnologiya va yondashuvlardan foydalanish	Oziq-ovqat mahsulotlari tarkibida onlayn buyurtma va yetkazib berish xizmatlarini joriy qilish

Ushbu 1-jadvalga asosan, keltirilgan strategiyalarning har biri Xorazm viloyatining iqtisodiy va ijtimoiy xususiyatlariga mos holda tanlanadi. Bu borada bozor segmentatsiyasi zarur. Chunki, Xorazm viloyatida turizm, qishloq xo'jaligi va xizmat ko'rsatish sohalari rivojlangan. Har bir yo'nalish uchun alohida yondashuv talab qilinadi. Maqsadli marketing orqali resurslarni tejash va samaradorlikni oshirish mumkin. Masalan, Xiva shahriga

keluvchi turistlar uchun maxsus xizmatlar taklif etiladi. Pozitsiyalashtirish hudud brendini shakllantirishda zarurdir. Ya'ni, Xorazm mahsulotlari tabiiy va tarixiy qadriyatlarga boy, deb talqin qilinadi. Raqamli marketing esa hozirgi kunda eng tez rivojlanayotgan yo'nalish bo'lib, ayniqsa yoshlar va sayyohlar orasida samarali rol o'ynaydi. Differensial va konsentratsiyalashgan strategiyalar kichik biznes uchun foydalidir.

Chunki, ular aniq auditoriyaga xizmat qiladi. An'anaviy marketing esa qishloq hududlarida katta ahamiyatga ega. Bu borada innovatsion marketing Xorazmda yangi biznes modellarini rivojlantirish uchun imkoniyat yaratadi.

Marketing strategiyalarining turlari va ularni qo'llash mexanizmlarini Xorazm viloyatida faoliyat yuritayotgan quyidagi real korxonalar misolida tahlil qilib chiqamiz:

1) IMZO korxonasi Urganch shahrida franshiza asosida tashkil etilgan bo'lib, ishlab chiqarish va savdo faoliyatini birgalikda olib boradi. Korxonada quyidagi marketing strategiyalari qo'llaniladi:

- brendli (pozitsiyalashtirish) strategiyasi. IMZO korxonasi o'zini sifatli va zamonaviy deraza-rom ishlab chiqaruvchi sifatida bozorga joylashtirgan. Bu orqali iste'molchilar ongida "ishonchli va sifatli mahsulot" imiji shakllantiriladi.

- tarmoq (franshiza) marketing. Korxonada franshiza modeli orqali hududlarda kengaymoqda. Bu esa yangi bozorlarni tez egallash, mahalliy tadbirkorlarni jalb qilish va yagona marketing standartlarini qo'llash imkonini beradi.

- differensial marketing. IMZO turli narx segmentlari uchun mahsulotlar ishlab chiqaradi. Ularga oddiy uylar uchun arzon variantlar hamda zamonaviy binolar uchun premium mahsulotlar kiradi.

- an'anaviy va raqamli marketing kombinatsiyasi. Bularga tashqi reklama (bannerlar va ko'rgazmalar) hamda internet orqali reklama va buyurtmalar xosdir.

Natijada, korxonada hududda brend sifatida tanilib, ishlab chiqarish hajmini kengaytirishga erishgan.

2) Bek Tour. Xiva shahrida joylashgan bu korxonada turizm xizmatlarini ko'rsatib, asosan Xiva shahriga keluvchi sayyohlarga xizmat qiladi. Ushbu korxonada quyidagi marketing strategiyalari qo'llaniladi:

- maqsadli marketing (targeting). Unga asosan, korxonada asosiy e'tiborni xorijiy turistlar va ichki sayyohlar kabi segmentlarga

qaratadi. Har bir segment uchun alohida turistik paketlar ishlab chiqiladi.

- raqamli marketing. Korxonada ijtimoiy tarmoqlar (Telegram va Instagram) orqali reklama, onlayn bron qilish xizmatlari va turistik saytlar orqali mijoz jalb qilish ishlari samarali yo'lga qo'yilgan.

- xizmatni differensiallashtirish. Turistik paketlar turlicha shakllantirilib, ularga iqtisodiy (byudjet) sayohatlar hamda VIP va individual turlar xos bo'ladi.

- hududiy brending (pozitsiyalashtirish). Korxonada Xiva shahrini tarixiy va madaniy markaz sifatida targ'ib qiladi. Bu borada tarixiy obidalar va milliy an'analarni targ'ib qilib, ekskursiyalarni yo'lga qo'ygan.

Natijada, korxonada turistlar oqimini oshirish va xizmatlardan tushadigan daromadni ko'paytirishga erishgan.

Umuman olganda, Xorazm viloyatidagi ushbu korxonalar marketing strategiyalarini turli yo'nalishlarda qo'llamoqda. Xususan, ishlab chiqarishda brend va differensial marketing IMZO korxonasida qo'llanilsa-da, xizmat ko'rsatishda esa raqamli va maqsadli marketing Bek Tour korxonasida qo'llaniladi.

Xulosa va takliflar.

Marketing strategiyalari har qanday biznes faoliyatining asosiy yo'nalishlarini belgilaydi. Xorazm viloyati misolida ko'rish mumkinki, hududning iqtisodiy va madaniy xususiyatlari marketing yondashuvlarini tanlashda muhim rol o'ynaydi. Differensial, konsentrlashgan, ommaviy va innovatsion marketing strategiyalarini to'g'ri qo'llash orqali korxonalar o'z raqobatbardoshligini oshirishi mumkin. Shuningdek, bozorni tahlil qilish, segmentatsiya, marketing kompleksini shakllantirish va raqamli marketing vositalaridan foydalanish strategiyani muvaffaqiyatli amalga oshirishning asosiy mexanizmlaridir. Kelajakda esa Xorazm viloyatida marketing faoliyatini yanada rivojlantirish orqali iqtisodiy o'sishga erishish mumkin. Bizningcha, hududiy xususiyat

(turizm, qurilish va qishloq xo'jaligi) marketing tanlashga bevosita ta'sir qiladi, zamonaviy korxonalar ko'pincha an'anaviy va raqamli

marketingni birgalikda qo'llaydi hamda to'g'ri strategiyani tanlash korxonada raqobatbardoshligini oshiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Yulchieva Kh. *A framework of marketing strategy for small and medium business growth in Uzbekistan.* // *International Journal of Entrepreneurship, Volume28, Special Issue3, 2024.* - 35 p.

2. Rustamov J.M. *Marketing strategiyasining elementlari va turlari.* // *Journal of marketing, business and management, 2025, Volume3, Issue10 (March).* - 52 b.

3. Tillyaxodjayev A.A., Boyqobilov A.P. *Marketing strategiyasini baholashning mezon va usullari.* // *"Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy-elektron jurnali, 1/2024, yanvar-fevral (№00069).* - 176 b.

4. Jalolov J. *Marketingni boshqarish strategiyalari.* - T.: Fan va texnologiya, 2012. - 25 b.

5. Гарина Е.П., Абросимова М.А., Скороходов И.С., Уткин В.Е. *Виды маркетинговых стратегий, их роль в стратегии управления предприятием.* // *Московский экономический журнал, №7, 2022.* - с. 368.

6. Xin J. *Overview and Prospect of Marketing Strategies Categories.* // *Advances in Economics, Business and Management Research, Volume215, Proceedings of the 2022 7th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSED 2022).* - p. 1334.

7. Kusekeev B.K. *The role of marketing strategies in the development of the tourist services market.* // *Central Asian journal of innovations on tourism management and finance, Volume05, Issue08, December,2024.* - p. 663.

8. <https://www.ama.org/marketing-news/guide-to-types-of-marketing-strategies>