

**BOSHQARUV VA MARKETING****Karimov Laziz Ali o'g'li***DTPI Tadbirkorlik va boshqaruv fakulteti Turizm (faoliyat yo'nalishlari bo'yicha )2-bosqich talabasi*

**Annotatsiya.** Hozirgi vaqtda dunyo bo'yicha marketingning ikki mingdan ortiq ta'rifi mavjud. Bu bir tomondan, «Marketing» tushunchasining juda murakkabligi hamda ko'p qirraliligidan dalolat bersa, ikkinchi tomondan esa, marketing bo'yicha turli oqimdagi juda ko'p maktablar, biznes guruhlar va jamoatchilik mavjudligini ko'rsatadi. Boshqaruv esa bugungi kunda har bir korxonada tashkil qilingan bo'lib korxonalarining asosiy tamoyillariga aylanib bo'ldi. Ushbu maqolada esa aynan bugungi kunda boshqaruv va marketingning o'rni haqida bayon qilingan.

**Kalit so'zlar:** boshqaruv, marketing, bozor iqtisodiyoti, samarali boshqaruv h,k.

**KIRISH QISIM**

Menejmentning tarkibiy tuzilishi deganda boshqaruv bo'g'inlari va bosqichlari miqdori va tarkibi tushuniladi. Menejment tashkiliy tuzilishining oddiy va tushunarli bo'lishi uning ish qobiliyati yuqori bo'lishini kafolatlaydi, ya'ni boshqaruv tashkiliy tuzilmasida bosqich va bo'g'inlar qancha kam bo'lsa, boshqaruv shunchalik samarali bo'ladi. Boshqaruv bo'g'inlari - bu bitta yoki bir-qancha vazifalarni bajaruvchi mustaqil tarkibiy unsurlardir. Tuzilma elementlari, ularning bo'linmalari va boshqaruv apparatida ishlovchilardir. Boshqaruv bosqichlari - bu boshqarish biror darajasidagi ma'lum bo'g'inlar yigindisidir. Shu belgisiga ko'ra boshqaruvning tashkiliy tuzilmalari - ko'p bosqichli (ko'p bo'g'inli), uch, ikki bosqichli (bo'g'inli) bo'ladi. Bosqichlar va bo'g'inlar urtasidagi alka vertikal va gorizont bo'lishi mumkin. Vertikal bo'g'inlar rahbarlarning ularga bo'ysunuvchilar o'rtasidagi munosabatlarni, gorizont aloqalar boshqaruvning teng huquqli bo'g'in va unsurlari o'rtasidagi munosabatlarni bildiradi.

Iqtisodiyotni boshqaruv tashkilotlari yuqori, quyi, teng huquqli tashkilotlarga bo'linadi. Yuqori tashkilotlar respublika va tarmoq boshqaruv tashkilotlariga ajratiladi. Umumdavlat boshqaruv tashkilotlari ishlab chiqarishning turli tarmoqlarini birlashtiradilar. Umumdavlat boshqaruv tashkilotlari Respublika Konstitutsiyasiga asoslangan holda faoliyat yuritadi.

Xalq xo'jaligini boshqarishning umumdavlat tashkilotlari qonun chiqaruvchi, ijro etuvchi va sud tashkilotlariga bo'linadi. Qonun chiqaruvchi oliy tashkilot -

O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisidir. U xo'jalik faoliyatini tartibga soluvchi qonun, qonuniy aktlarni tasdiqlaydi. Davlat rejalari va byudjetining bajarilishi haqida hisobotni muhokama qilib tasdiqlaydi, iqtisodiyotni boshqarishning ijroiya tashkilotlarini shakllantiradi

Menejmentning tashkiliy strukturalarini tashkil qilish ishlab chiqarishni tashkil qilish va tipiga eng yaxshi mos keluvchi boshqaruv apparatini yaratishdan va bozor iqtisodiyoti sharoitida boshqaruvning xar bir zvenosining ishlab chiqarish-texnik, xo'jalik ijtimoiy va moliyaviy faoliyatini boshqarish bo'yicha xamma funksiyalarni bajarilishining zaruriyatidan kelib chiqadi. Bu muammolarning yechimi boshqaruvni islox qilish boshqaruv ishlari va funksiyalarini ratsional taqsimlash boshqaruvning aniq maqsad va vazifalarini belgilash bo'yicha bir qator tadbirlarni o'tkazish orqali amalga oshiriladi .

Maqsad boshqaruv nazariyasining asosiy kategoriyalardan biri hisoblanadi. Boshqaruv maqsadlarini shakllantirish boshqaruvning boshlang'ich, unga erishish esa yakuniy bosqich hisoblanadi. Boshqarish maqsadi boshqaruv obyektini va uning alohida parametrlarining istalgan holatidir. Aniq bir korxonaga uchun boshqaruv maqsadi aniq bir mahsulot to'rini eng kam resurslar xarajatini sarflagan xolda kerakli miqdorda va yuqori sifatda chiqarishdan iborat. Maqsadli yondashuv boshqaruv organlari ishining kollektiv oldiga qo'ygan maqsadlariga erishishga bo'ysunishni talab qiladi. Boshqaruvning har bir tagtizimi o'zining maqsadlari (tashkiliy, iqtisodiy, marketing, texnik, ijtimoiy)ga ega, shuning uchun maqsadlarning mos kelishi muammosi yuzaga keldi.

Marketing strategiyasi - bu korxonaga va tashkilotlar o'zlarining marketing maqsadlari va maqsadlariga erishish uchun foydalanadigan yaxshi o'ylangan reja va yondashuvdir. Bu mahsulot yoki xizmatlarni ilgari surish, mijozlar bilan bog'lanish va kompaniyaning o'sishini rag'batlantirish uchun mo'ljallangan taktikalar, texnikalar va usullarni o'z ichiga oladi.

Marketing strategiyasi muhim ahamiyatga ega, chunki u kompaniyaning marketing harakatlariga yo'nalish va maqsadni beradi. Bu nima uchun muhim:

- Hamma narsani aniq saqlaydi: Bu biznesga nima istayotgani va nima qilishi kerakligini aniq bilib olishga yordam beradi. Shunday qilib, ularning marketing harakatlari biznes erishmoqchi bo'lgan narsaga mos keladi.

- Resurslarni saqlaydi: Bu biznes pulni va odamlarni ishlamaydigan marketingga behuda sarf qilmasligiga ishonch hosil qiladi. Bu oqilona sarflashga yordam beradi.

- Ajralib turish: Marketing strategiyasi biznesni boshqalardan farq qilishga yordam beradi. Bu ularni nima o'ziga xos qilishini va buni dunyoga qanday ko'rsatishni topishga yordam beradi.

- ROI ni maksimallashtirish: Yaxshi ishlab chiqilgan strategiya eng tejamkor va samarali marketing kanallari va taktikalarini aniqlash orqali investitsiya daromadini (ROI) maksimal darajada oshirishga qaratilgan.

Xolosa qilib aytadigan bo'lsak: Boshqaruvning tashkiliy tuzilmalarini tanlashda asosan tashkilot boshqaruvchisini oldiga qoyilgan maqsadi va uning malakasiga bog'liq bo'ladi. Har bir tashkiliy tuzilmani o'ziga xos qulayliklari va kamchiliklari mavjud. Menejment tashkiliy tuzilmalari deganda menejment bo'g'ini, bo'g'in tarkiblari soni,

ularning bir-biriga bo'ysunishi, o'zaro bog'liqligi tushuniladi. Menejmentning tashkiliy tuzilmalaridagi oddiylik va tushunar- lilik uning ish qobiliyati kafolatidir. Milliy xo'jalikning umumdavlat boshqaruv organlari qonun chiqaruvchi, ijro etuvchi, sud organlariga bo'linadi. Ular milliy xo'jalikning ko'p sonli tarmoqlarini bir butun bog'lab turadi. Menejment tashkiliy tuzilmalari chiziqli-funksional, chiziqli-shtabli turlarga bo'linadi. Barcha menejment funksiyalari bajarilishini ta'minlovchi eng yaxshi boshqaruv apparatini tashkil etish menejment tuzilmalarini takomillashtirishning asosiy masalasi.

### FOYDANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi.-T.: O'zbekiston, 2009. – 40 b.
2. O'zbekiston Respublikasining 2003 yil 11 dekabrda "Xususiy korxonalar to'g'risida"gi Qonuni. -O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami. № 3 - T.: Adolat, 2004. – 7-9 b.
3. "Monopoliyaga qarshi ishlarni tartibga solish va raqobatni rivojlantirish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" : O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010 yil 26 fevraldagi PF-4191-son Farmoni // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami – 9 son – 2010- 9 mart.
4. "Barkamol avlod yili" davlat dasturini ishlab chiqish va amalga oshirish bo'yicha tashkiliy chora-tadbirlari to'g'risida: O'zR Prezidentining Farmoyishi. 2009 yil 9 dekabr //Xalq so'zi. -2009. - № 238. – mo dekabr. – 1 b.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustuvor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risidagi" Farmoni// Xalq so'zi, 2005 , 15 iyun.