

MAMLAKAT TASHQI ISTISODIY FAOLIYATIDA MARKETNING MEXANIZMINI ISHLAB CHIQISH

Saidova Sitora Ravshan qizi

Sharqshunoslik universiteti 2 kurs magistr

Annotatsiya. *Mamlakat iqtisodiyoti — bu mamlakat ichidagi iqtisodiy faoliyatlar, resurslar va ularning taqsimoti, ishlab chiqarish va iste'mol jarayonlarini o'z ichiga olgan tizimdir. Mamlakat iqtisodiyotini samarali boshqarish uchun davlat siyosati, iqtisodiy strategiyalar va xalqaro aloqalar muhim ahamiyatga ega. Iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash va aholining farovonligini oshirish uchun turli chora-tadbirlar amalga oshiriladi. Mamlakat tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing mexanizmini ishlab chiqish — bu muhim jarayon bo'lib, u mamlakatning global bozorga kirish va raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi. Maqolada bozor mexanizmining davlat ijtimoiy tizimidagi roli tahlil qilinadi va bozorning o'zini o'zi boshqarish mexanizmining davlat institutlariga salbiy ta'siri muammolarini hal qilish zarurligi to'g'risida xulosalar chiqariladi. Ushbu maqsadlar uchun jamiyat ijtimoiy tizimining barcha quyi tizimlarini bozor mexanizmi ta'siridan chiqarib tashlash taklif etiladi. Yirik ishlab chiqarishni tashkil etishning kooperativ, aksiyadorlik usullari, monopoliyalarni boshqarishning davlat-xususiy usuli va ularning daromadlarini soliqlar orqali ijtimoiy adolatli taqsimlash imkoniyatlaridan to'liq foydalanmaslik muammosi qo'yiladi.*

Kalit so'zlar: *Bozor iqtisodiyoti, davlat byudjeti, qishloq xo'jaligi, Rejalashtirilgan iqtisodiyot, Savdo balansi.*

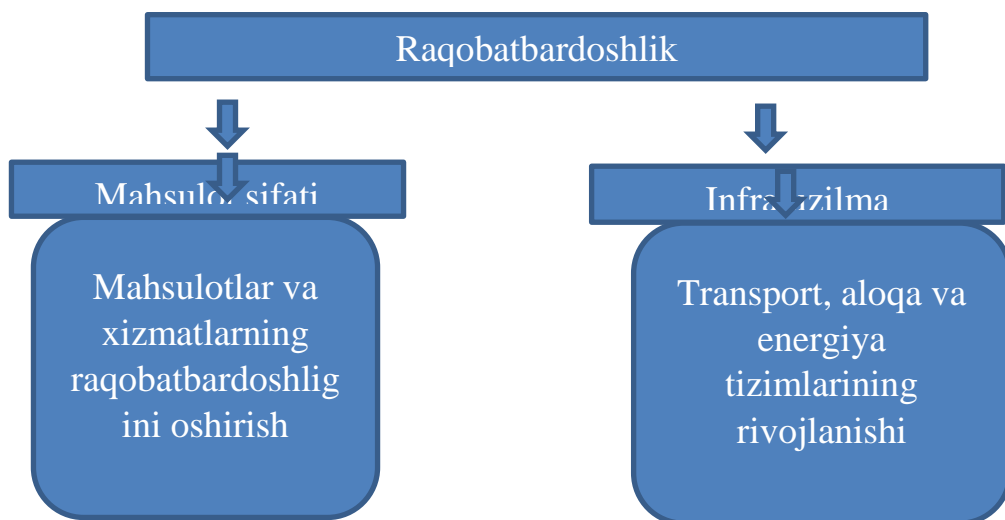
Mamlakat iqtisodiyotini quyidagi asosiy jihatlar orqali tushuntirish mumkin:

- Bozor iqtisodiyoti: Resurslar bozor orqali taqsimlanadi, talab va taklif asosida narxlar shakllanadi.
- Rejalashtirilgan iqtisodiyot: Davlat tomonidan resurslar va ishlab chiqarish jarayonlari rejalashtiriladi.
- Aralash iqtisodiyot: Bozor va rejalashtirilgan iqtisodiyotning elementlari birlashtiriladi.
- Qishloq xo'jaligi: Oziq-ovqat va boshqa qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish.
- Sanoat: Xom ashyo va materiallarni ishlab chiqarish, qayta ishlash va tayyor mahsulotlarga aylantirish.



• Xizmatlar sektori: Turizm, moliya, ta'lim, sog'liqni saqlash va boshqa xizmatlar ko'rsatish. Iqtisodiy o'sish ko'rsatkichlari. YaIM (yillik ichki mahsulot) o'sishi, investitsiyalar, eksport va import darajalari. Yangi texnologiyalar va usullarni joriy etish orqali ishlab chiqarishni oshirish. Moliya va byudjet Davlat byudjeti: Davlat xarajatlari va daromadlari, soliqlar va boshqa moliyaviy manbalar. Pul-kredit siyosati, inflyatsiya nazorati va valyuta kursini boshqarish.

• Eksport va import: Mamlakatning boshqa davlatlar bilan savdo aloqalari. Savdo balansi: Eksport va import o'rtasidagi farq. Ijtimoiy ko'rsatkichlar: Ishsizlik darajasi, daromad taqsimoti, ta'lim va sog'liqni saqlash tizimlari. Barqaror rivojlanish: Ekologik barqarorlikni ta'minlash, ijtimoiy adolat va iqtisodiy o'sishni birlashtirish.



Tashqi bozorlarning talab va taklifini, raqobatchilarni, iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish. Bozorda turli segmentlarni aniqlash va ularning ehtiyojlarini belgilash. Ushbu qadamlar mamlakatning tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing mexanizmini samarali ravishda ishlab chiqishga yordam beradi va global bozorlar bilan muvaffaqiyatli integratsiya qilish imkonini beradi. Albatta! Tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing mexanizmini ishlab chiqish jarayonini davom ettirish uchun quyidagi qo'shimcha jihatlarni ko'rib chiqishimiz mumkin. Ushbu qadamlar orqali mamlakatning tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing mexanizmini samarali ravishda ishlab chiqish va amalga oshirish imkoniyatlari yanada kengayadi. Har bir jarayonni diqqat bilan rejalashtirish va amalga oshirish, mamlakatning global bozorlar bilan integratsiyasini kuchaytiradi hamda iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi. Iqtisodiyotda marketing — bu mahsulot yoki xizmatlarni bozorga chiqarish, ularni iste'molchilarga etkazish va sotish jarayonlarini boshqarish uchun mo'ljallangan strategiyalar, usullar



va faoliyatlar to'plamidir. Marketing iqtisodiy faoliyatning muhim jihati bo'lib, u quyidagi asosiy elementlardan iboratdir. Marketing iqtisodiyotda muhim rol o'ynaydi, chunki u iste'molchilar bilan aloqa o'rnatadi, brendni rivojlantiradi va mahsulotlarning muvaffaqiyatli sotilishini ta'minlaydi. To'g'ri marketing strategiyalari orqali kompaniyalar o'z mahsulotlarini bozorda muvaffaqiyatli joylashtira olishadi. Raqamli marketing bugungi kunda biznes strategiyalarining ajralmas qismiga aylangan. U kompaniyalarga raqobatbardosh ustunlik berish, mijozlar bilan aloqalarni kuchaytirish va savdoni oshirish imkoniyatini yaratadi. Raqamli marketing bugungi kunda biznes va iqtisodiyotda muhim ahamiyatga ega. U keng auditoriyaga erishish, tezkor aloqa o'rnatish, narx samaradorligini ta'minlash, mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatish, innovatsiyalarni qo'llash, brendni rivojlantirish va qidiruv tizimlari orqali marketing imkoniyatlarini yaratadi. Bularning barchasi kompaniyalarga raqobatbardosh ustunlik berib, savdoni oshirishga yordam beradi. Raqamli marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirish orqali bizneslar o'z maqsadlariga erishishlari mumkin. Raqamli marketingda foydalanish mumkin bo'lgan bir nechta g'oyalar:

1. Ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama: Instagram, Facebook, TikTok kabi platformalarda maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan reklama kampaniyalarini o'tkazish.

2. Blog yozish: O'z sohangizdagi bilim va tajribangizni bo'lishish uchun blog ochish. SEO (qidiruv tizimlarini optimallashtirish) yordamida ko'proq tashrif buyuruvchilarni jalb qilish.

3. Email marketing: Mijozlar bilan aloqani saqlash va yangi takliflar haqida xabardor qilish uchun email kampaniyalarini o'tkazish.

4. Vebinarlar va onlayn seminarlar: Mijozlarga yoki potensial mijozlarga qiziqarli va foydali ma'lumotlarni taqdim etish.

5. Influencer marketing: O'z sohangizda mashhur bo'lgan shaxslar bilan hamkorlik qilib, ularning auditoriyasiga erishish.

6. Interaktiv kontent: So'rovnomalar, viktorinalar yoki o'yinlar orqali foydalanuvchilarni jalb qilish.

Jamiyatning ijtimoiy tuzilmalarida bozor mexanizmini "qurish" g'oyasi bozor iqtisodiyoti tarafdorlarining nazariy postulatlarini bilan bog'liq. 18-19-asrlarda G'arbiy Evropa mamlakatlarida o'zini o'zi tartibga soluvchi iqtisodiyot g'oyalari butun jamiyatning o'zini o'zi boshqarishning tabiiy mexanizmi sifatida eng katta rivojlanishni oldi. Biroq bozor mexanizmi ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonida resurslardan samarali foydalanish imkonini bersa, boshqa ijtimoiy munosabatlar



tizimlarida bu mexanizm davlatning butun ijtimoiy tuzilishiga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi salbiy omilga aylanishi mumkin.

Bizningcha, bugungi kunda jamiyat ijtimoiy tizimining barcha quyi tizimlarini bozor mexanizmi ta'siridan qanday chiqarish kerakligi masalasi dolzarb bo'lib qolmoqda. Tabiiyki, bu jarayon juda uzoq va oddiy emas. Ushbu ijtimoiy tizimlar faoliyatining yangi mexanizmini yaratish masalasiga ilmiy va amaliy yondashuvlar hali ishlab chiqilmagan. Ijtimoiy jamoat tizimining madaniy, axloqiy-axloqiy, ilmiy-ma'rifiy va boshqa sohalarini qanday tashkil etish bo'yicha asosli takliflar haligacha mavjud emas. Jamiyat va davlat rivojida yo'l-yo'riq va "mayoqlar"ni belgilash imkonini beradigan milliy g'oya ham yo'q.

Xulosa. Bugungi kunda monopol ishlab chiqarishni samarali tashkil etish va ularni boshqarish masalasi turibdi. Yirik ishlab chiqarishni tashkil etishning kooperativ va aralash aktsiyadorlik usullari imkoniyatlaridan hali yetarlicha foydalanilmagan. Shuningdek, monopoliyalarni boshqarish va ularning daromadlarini soliqlar orqali ijtimoiy adolatli taqsimlashning davlat-xususiy sheriklik usuli qo'llanilmaydi. Biroq, butun ijtimoiy tizimni insonparvarlashtirish va ijtimoiylashtirish yo'llarini izlash bozor o'zini o'zi tartibga solish munosabatlarini ijtimoiy tartibga solinadigan, jamoaviy munosabatlarga rad etish orqali o'tishi kerak, bu erda "ko'pchilik uchun maksimal" tamoyili amalga oshirilmaydi. lekin "hamma uchun optimal" tamoyili.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. «Манифест Тони Блэра и Герхарда Шредера». - Московский Комсомолец, № 18248 от 10 декабря 1999 г.
2. Социологический энциклопедический словарь. Г. В. Осипов. М.: Дело, 2000.
3. Критика теории «социального действия». Т.Парсонса. М.: ИНИОН АН СССР, 1982.
4. Система современных обществ. — М.: Аспект-Пресс, 1997.
Mikhail M. Matveev.

