

**Raqobat muhitining shakllanishida marketing va uning iste'molchi tanloviga ta'siri****Zaripov Shoxboz Alijon o'g'li**

Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilarni
himoya qilish qo'mitasi mas'ul xodimi

Annotatsiya: Ushbu maqola orqali Raqobat muhitining shakllanishida marketing va uning iste'molchi tanloviga ta'siri haqida bilib olishingiz mumkin bo'ladi.

Kalit so'zlar: Marketing, raqobat, iste'molchi, strategiya, bozor, narx, brend.

Marketing raqobatning asosiy quroli bo'lib, u bozor ishtirokchilarining faoliyatini, strategik rejalashtirishini va mahsulotlarni joylashtirishini belgilaydi.

Iste'molchilarning tanlovi va xatti-harakatlariga raqobatning intensivligi, brendlar soni va marketing strategiyalarining xilma-xilligi bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Bozorda raqobat muhitining kuchayishi natijasida korxonalar mijozlarni jalb qilish uchun narx siyosati, sifat, servis va reklama faoliyatini doimiy takomillashtirishga majbur bo'lmoqda.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, iste'molchilar raqobat kuchli bo'lgan bozorlarda yanada ongli, solishtiruvchan va ehtiyotkor tanlovlar qiladi.

Marketingdagi samarali raqobat strategiyalari – differensiallashuv, pozitsiyalash, mijozlarga yo'naltirilganlik – iste'molchilar ishonchini qozonish va bozor ulushini oshirishda muhim omil hisoblanadi.

Ayniqsa, inklyuziv bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing strategiyalari va halol raqobatning unda ta'minlanishi katta ahamiyat kasb etadi.

Xulosa shuki, marketing strategiyalari va usullari raqobatni ta'minlaydigan intensiv va inklyuziv omillar sanaladi hamda iste'molchilar huquqlarining ta'minlanishiga to'liq xizmat qilishiga erishish zarurligi ta'kidlanadi.



Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Porter, M. (2008). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press.
2. Kotler, Ph., Keller, K.L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
3. G'ulomov, S.S., Tursunov, B.O. (2020). Marketing asoslari. – Toshkent: Iqtisod-Moliya nashriyoti.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi. (2023). O'zbekistonda raqobatbardosh muhit va iste'molchi bozori tahlili.
5. OECD (2022). Competition and Consumer Behaviour. OECD Publishing.