

КИЧИК БИЗНЕСНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА БРЕНД ЯРАТИШ ВА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИ

Шерматов Аваз Алиджанович

Қозибоев Бахтиёр Хамиджанович

Бизнес ва тадбиркорлик олий мактаби,
тингловчилари

Аннотация: Мақолада кичик бизнесда бренд яратиш ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетинг фаолиятини ташкил этиш хусусиятлари ўрганилиб, уни такомиллаштириш бўйича илмий асосланган таклифлар ва амалий тавсиялар ишлаб чиқилган.

Таянч сўзлар: бизнес, бренд, тадбиркорлик, кичик бизнес, хусусий тадбиркорлик, маркетинг, маркетинг стратегияси, маркетинг фаолияти, маркетинг режаси, инновацион маркетинг.

Annotation: This article examines the characteristics of organizing marketing activities in small businesses and private enterprises. It develops scientifically grounded proposals and practical recommendations for improving these activities.

Keywords: business, entrepreneurship, small business, private entrepreneurship, marketing, marketing strategy, marketing activities, marketing plan, innovative marketing.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлисга Мурожаатномасида “Фаол тадбиркор деганда, биз рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқаришга қодир, энг муҳими, янги иш ўринлари яратиб, нафақат ўзини ва оила- сини боқадиган, балки бутун жамиятга наф келтирадиган ишбилармон инсонларни тушунамиз. Бундай тадбиркорлар сафини кенгайтириш, жумладан, юқори технологиялар, илм-фаннинг энг сўнгги ютуқларига асосланган техника ва асбоб-ускуналарни мамлакатимизга олиб келиш ва жорий этиш учун уларга муносиб шароит- лар яратиш бизнинг биринчи галдаги вазифамиз бўлиши шарт. Керак бўлса, хориждаги етакчи

компания ва ташкилотларда тажриба орттириши, ўзаро манфаатли ҳамкорлик қилиши учун уларга ҳар томонлама имконият туғдириб беришимиз лозим“, деб таъкидлаганлар. “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси”да 29-мақсад сифатида Тадбиркорлик фаолиятини ташкил қилиш ва доимий даромад манбаларини шакллантириш учун шароитлар яратиш, хусусий секторнинг Ялпи ички маҳсулотдаги улушини 80 фоизга ва экспортдаги улушини 60 фоизга етказиш белгиланган. Фаол тадбиркорликни шакллантириш ва ривожлантиришда кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этиш муҳим аҳамиятга эгадир.

Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги қонунида “Тадбиркорлик фаолияти (тадбиркорлик) тадбиркорлик субъектлари томонидан қонун ҳужжатларига мувофиқ амалга ошириладиган, ўзи таваккал қилиб ва ўз мулкий жавобгарлиги остида даромад (фойда) олишга қаратилган ташаббускорлик фаолиятидир”², - деб таъриф берилган. Бундан кўринадики, бизнес ва тадбиркорлик бир хил негиз, шарт-шароит, таърифларга эга бўлганлиги учун ҳам амалиётда бизнес ва тадбиркорлик ёки кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик каби қўш номлар билан аталиб, бир хил маънода ишлатилади. Бизнес фойда, даромад, наф олишга қаратилган иқтисодий фаолият юзасидан кишилар ўртасида юз берадиган ижтимоий-иқтисодий муносабатлар мажмуасидир. Тадбиркорлик бизнеснинг муҳим таркибий қисми, юз бериш шакллари билан бири бўлиб, товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш орқали фойда, даромад олишга қаратилган фаолиятдир³, деб берилган таърифга қўшилаемиз. Замонавий бозор шароитида кичик бизнесни муваффақиятли ривожлантириш учун самарали бренд яратиш ва пухта маркетинг стратегияси ишлаб чиқиш муҳим аҳамиятга эга. Бренд – бу компаниянинг юзи бўлиб, у мижозлар онгида ўзининг ноёблиги ва қадриятлари билан ажралиб туриши лозим. Қуйида кичик бизнес учун самарали бренд яратиш ва маркетинг

стратегиясини шакллантириш бўйича муҳим тавсиялар келтирилади. Бренд яратишда бренд концепциясини аниқлаш муҳим ҳисобланиб, Бренд концепцияси бизнеснинг мақсади, қадриятлари ва аудиториясига мос келиши лозим. Кичик бизнес эгалари ўз брендларининг моҳиятини аниқ белгилашлари ва уларни рақобатчилардан фарқ қилувчи жиҳатларини топишлари керак. Шунингдек, Логотип ва визуал идентификация Логотип ва корпоратив ранглар брендинг ажралмас қисми ҳисобланади. Оддий, эса қоладиган ва профессионал дизайн қилинган логотип мижозлар онгида яхши тасвир қолдиради.

Бренд овози ва услуби Бренд овози – бу мижозлар билан мулоқотда қандай услубда гапирилиши. Масалан, самимий, расмий ёки юмор билан мулоқот қилиш бизнес моделингизга мос танланиши керак.

Маркетинг стратегияси ишлаб чиқишда аввало, аудиторияни аниқлаш самарали маркетинг стратегияси учун, аввало, мижоз аудиториясини таҳлил қилиш зарур. Ёш, қизиқишлар, даромад даражаси ва истеъмол одатлари каби омиллар ҳисобга олиниши керак. Шунингдек, Онлайн маркетинг Замонавий маркетингда интернет ва ижтимоий тармоқларнинг аҳамияти катта. Қуйидаги усуллар кичик бизнес учун фойдали бўлиши мумкин:

Ижтимоий тармоқ маркетинги – Facebook, Instagram, Telegram каби платформаларда реклама ва контент жойлаш.

Контент маркетинг – блоглар, видеолар ва мақолалар орқали мижозларни жалб қилиш.

SEO ва веб-сайт – Google қидирув тизимида юқори натижаларга эришиш учун веб-сайтни оптималлаштириш. Тармоқлаш ва ҳамкорликда Кичик бизнес учун маҳаллий тадбиркорлар ва инфлюенсерлар билан ҳамкорлик қилиш мижоз базасини кенгайтиришда ёрдам беради. Акция ва бонусларда Тахфифлар, махсус таклифлар ва бонус тизимлари орқали мижозларни рағбатлантириш уларни қайта келишига сабаб бўлади.

Хулоса: Кичик бизнесни муваффақиятли ривожлантириш учун брендни яхшилаб шакллантириш ва самарали маркетинг стратегиясини йўлга қўйиш лозим. Бренд яратишда аниқ концепция, визуал идентификация ва мижозлар билан мулоқот услуги муҳим аҳамиятга эга. Шу билан бирга, онлайн маркетингдан фойдаланиш, мижозларни рағбатлантириш ва ҳамкорлик алоқаларини кучайтириш кичик бизнесни ўсишига катта таъсир кўрсатади. Агар мазкур тавсиялар қўлланилса, кичик бизнес рақобатбардош бўлиб, бозорда ўз ўрнини топиши мумкин.

REFERENCES

1. Suyunov D. X. Corporate governance mechanism: problems and solutions. Monograph / / T.: Academia. – 2007. - T. 200.
2. Suyunov, D., and Elmurod Abdusattorovich Khoshimov. "Methodological aspects of assessing the effectiveness of corporate governance in joint-stock companies.Scientific electronic journal" Economics and innovation technologies " 2 (2018).
3. Suyunov D. H. The main problems of corporate governance and ways to solve them //EPRA International Journal of Economic Growth and Environmental Issues (EGEI) ISSN. – C. 2321-6247.
4. Suyunova D.D. Corporate in joint stock companies ways to use digital technologies to improve management.European Journal of Research Development and Sustainability (EJRDS), Available Online at: <https://www.scholarzest.com> Vol. 4 No 09. September 2023 ISSN:2660-5570.
5. Суюнова Д.Д. Корпоратив бошқарувнинг самарадорлигини оширишда рақамли технологиялардан фойдаланиш масаласига илмий қарашлар.Иқтисодий тарққиёт ва таҳлил илмий электрон журнали, 2024 йил 31 июль.<https://e-itt.uz/index.php/eitt/article/view/1472/1379>.
6. Суюнова Д.Д. Рақамли технологиялардан фойдаланиш асосида корпоратив бошқарувнинг самарадорлигини ошириш масаласига илмий ёндашув.(Рақамли иқтисодиёт шароитида бизнес ва тадбиркорликни

ривожлантиришнинг долзарб муаммолари, халқаро илмий-амалий конференция, 2022 йил 23 декабрь.)

7. Суюнова Д.Д. Акциядорлик жамиятларида корпоратив бошқарувни жорий қилишнинг рақамли трансформациясини амалга оширишга илмий-назарий ёндашув. (Рақамли иқтисодиёт шароитида бизнес ва тадбирворликни ривожлантиришнинг долзарб муаммолари, халқаро илмий-амалий конференция, 2022 йил 23 декабрь).
8. Suyunov D. X. Corporate governance mechanism: problems and solutions. Monograph / / T.: Academia. – 2007. - Т. 200.
9. Suyunov, D., and Elmurod Abdusattorovich Khoshimov. "Methodological aspects of assessing the effectiveness of corporate governance in joint-stock companies.Scientific electronic journal" Economics and innovation technologies " 2 (2018).
- 10.Suyunov D. H. The main problems of corporate governance and ways to solve them //EPRA International Journal of Economic Growth and Environmental Issues (EGEI) ISSN. – С. 2321-6247.
- 11.Suyunova D.D. Corporate in joint stock companies ways to use digital technologies to improve management.European Journal of Research Development and Sustainability (EJRDS), Available Online at: <https://www.scholarzest.com> Vol. 4 No 09. September 2023 ISSN:2660-5570.