

XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARINI BOSHQARISHDA MENEJMENT VA MARKETING SOHASINING O‘RNI

Farxodjonova E‘zoza Nodir qizi

Jizzax politexnika instituti 3 - bosqich talabasi

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada xizmat ko‘rsatish korxonalarini boshqarishda marketing va menejmentning o‘rni hamda O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatuvchi korxonalarining marketing boshqaruvini takomillashtirish yo‘llari haqida so‘z boradi.

Kalit so‘zlar: Menejment, marketing, tadbirkor, iste‘molchilar, xizmatlar.

THE ROLE OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE MANAGEMENT OF SERVICE ENTERPRISES

ABSTRACT

This article talks about the role of marketing and management in the management of service enterprises and ways to improve the marketing management of service enterprises in Uzbekistan.

Keywords: Management, marketing, entrepreneur, consumers, services

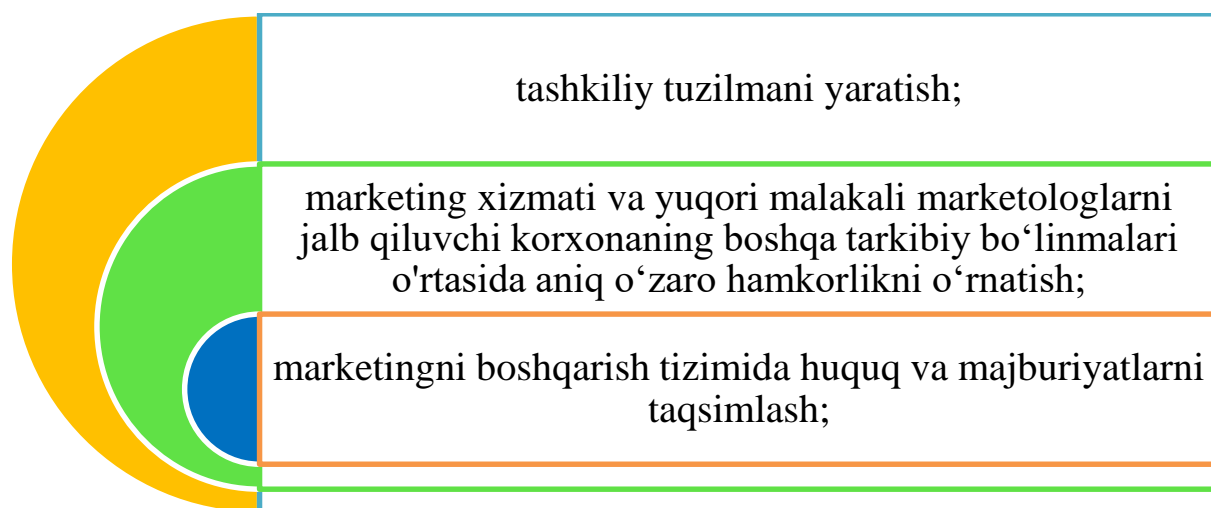
Zamonaviy jamiyat hayotida xizmat ko‘rsatish sohasi muhim ahamiyatga egadir. Bugungi kunda u yoki bu darajada xizmat ko‘rsatmaydigan korxonalar va tashkilotlar deyarli qolmagan va har birimiz har kuni ushbu sohaga qayta-qayta duch kelamiz: uyali telefonlar, internet, savdo va ko‘ngilochar markazlar xizmatlari, ovqatlanish punktlari, go‘zallik salonlari, konsalting, tibbiy va ta‘lim muassasalari, turli transport turlarida sayohat va yuklarni tashish. Bu xizmat turlarining barchasi xizmat ko‘rsatish sohasining tushunchasidir. Xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalar, tashkilotlar va

jismoniy shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarning turli turlarini takror ishlab chiqarishni o'z ichiga olgan jamlangan umumiy toifadir. Boshqacha qilib aytganda, bular mamlakat iqtisodiyotining savdo, professional va maishiy xizmatlar ko'rsatishga ixtisoslashgan tarmoqlaridan biridir. Xizmatlarning iste'molchisi sifatida ularning ahamiyatini hammamiz ham tushunmaymiz. Xizmat ko'rsatish sohasi moddiy ishlab chiqarishga nisbatan bir qator o'ziga xos xususiyatlarga ega.

Birinchidan, tovarlardan farqli o'laroq, xizmatlar asosan bir vaqtning o'zida ishlab chiqariladi va iste'mol qilinadi hamda saqlashga to'g'ri kelmaydi. Ikkinchidan, xizmatlar ko'pincha mahsulotlarga qarama-qarshidir, garchi xizmat ko'rsatishning roli sanoatda ham ortib bormoqda - uskunalarni ta'mirlash, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish va tovarlarni sotish bilan bog'liq va boshqalar. Aytib o'tishimiz mumkinki, ko'p hollarda xizmat ko'rsatishda ishlab chiqarish elementi mavjud. Mahsulot sotish kabi, xizmat ko'rsatish elementi ham mavjud.

Ma'lumki, birorta xo'jalik yurituvchi subyekt iqtisodiyotning qaysi tarmog'ida faoliyat yuritmasin, marketing va menejment xizmatlari o'z vazifalarini yaxshi bajara olmaydi. Shu jumladan, insonning ehtiyojlari amalda tugamaydi va kompaniyaning resurslari ko'pincha cheklangan, shuning uchun marketingning ahamiyati doimiy ravishda oshib boradi. Har bir mavzuning o'ziga xos ehtiyojlari bor, uni har doim ham sifat jihatidan qondirish mumkin emas. Ularning har biriga shaxsiy yondashuvingiz kerak. Shu sababli, yangi sharoitda iste'molchilarning xohish-istaklarining xilma-xilligini aniqroq ajrata oladigan korxonalar omon qoladi. Bularning barchasiga marketing yordam beradi.

Har bir korxonada marketing faoliyatini tashkil etish quyidagilarni o'z ichiga oladi:



Marketing - bu kompaniyaning bozorni rivojlantirishga, uni iqtisodiy o'zgarishlarga moslashtirishga qaratilgan, innovatsiyalarni amalga oshirishga qodir siyosati hisoblanadi.

Shunday qilib, xizmat ko'rsatish sohasi korxonasida marketing faoliyati muhim ahamiyatga ega, chunki u iste'molchiga yo'naltirilgan aniq dasturlarni ishlab chiqish orqali resurslarni oqilona taqsimlashga yordam beradi, natijada marketingning pirovard maqsadi - inson ehtiyojlarini qondirish hisoblanadi.

Marketing menejmenti tahlil qilinishi va eng yaxshi variantni tanlashi kerak bo'lgan turli xil tadbirlar tizimini o'z ichiga oladi.

F.Kotler , I.Minko , I.Berezinlar asarlarida ko'rib chiqilgan. Korxonalar tomonidan marketingdan foydalanish iste'molchilarning talab va ehtiyojlarini to'liq qondirish uchun eng muhim ijtimoiy -iqtisodiy jarayonni amalga oshirishga yordam beradi.

F.Kotler quyidagi ta'rifni taklif qiladi: marketing – bu tovarlarni yetkazib berish va ayirboshlash orqali shaxslar va guruhlarining ehtiyojlari va talablarini qondirishga qaratilgan ijtimoiy va boshqaruv jarayoni.

Xulosa qilib aytganda, marketing nafaqat sof marketing maqsad va vazifalarini amalga oshirish, balki rejalashtirilgan ko'rsatkichlarga erishishni ta'minlash uchun kompaniya faoliyatini muvofiqlashtirish imkonini beradigan eng muhim boshqaruv funktsiyalaridan biri bo'lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI: (REFERENCES)

6. S.Sayfullayev, N.Komilova. Sanoat iqtisodiyoti. Toshkent, “G’afur G’ulom” nashri. 2019-yil. 123-128-betlar.
7. Bozorov B.U., Jalolov K.M. Industrial va innovatsion iqtisodiyot. Samarqand Davlat Universiteti, 2019-yil. 56-60-betlar.
8. Abdullaev, A., Abdullaeva, G., & Umirova, G. (2022). СОДЕРЖАНИЕ СТРЕСС-ТЕСТИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ. InterConf.
9. Sirojiddinov I., Hojiboeva I. Hududlarda xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish imkoniyatlaridan samarali foydalanish. Iqtisodiyot va ta’lim. T.: 2017 № 4, 36 b.
10. www.soliq.uz
11. www.uzdenometr.com