

КИЧИК БИЗНЕС КОРХОНАЛАРИДА МАРКЕТИНГНИ БОШҚАРИШ САМАРАДОРЛИГИ

Муродова Н. – ҚМШИ, катта ўқитувчи.

Тошнўлатов Ш. – ҚМШИ, талаба.

Маркетингни бошқариш маркетинг фаолиятини амалга ошириш учун зарур бўлган барча моддий, меъёрий ва бошқа ресурсларнинг мажмуи -уни амалга ошириш жараёнида барча ходимлар фаолиятини бир мақсадга йўналтириш, уюштириш ва мувофиқлаштириш талаб этилади. Бунда иқтисодий, техникавий ва бошқа қонунлардан онгли равишда фойдаланилади. Бу фаолият маркетинглардан ниҳоятда катта билим, ижод ва туганмас меҳнат талаб қилувчи мураккаб тизимдир. Унинг мураккаблиги доимий ривожланиб, ўзгариб боришда.

Маркетингни бошқариш тизимининг таркибий қисмлари: мақсад тамойиллари, вазифалари, ташкилий тузилиши, усуллари, бошқаришнинг техника ва технологияси, кадрлар кабилардан иборат. Маркетингни бошқаришнинг мақсади тизимининг тўғри ва мураккаблик даражасига қараб ўзгаради. Унинг ташкилий тузилиш мезони ва мақсади деганда, маркетингнинг таркибий тузилишини динамик барқарорлиги, эволюция ўзгаришлари ва ташқи муҳит билан ўзаро таъсири тушунилади. У, аввало маркетингнинг олдида қўйган мақсади билан белгиланади. Бу мақсад маркетинг фаолият кўрсатган соҳаларда белгиланган даражадаги фойда олишга йўналтирилган барча фаолиятни бошқаришдир.

Ишлаб чиқариш устуворлигига асосланган корхонада бошқариш органларининг ташкилий таркибида инженер-техник ходимлар асосий бўлин хисобланади. Чет элдаги йирик фирмалар бошқарув таркибида бошқа бўлимларга нисбатан кўп ходимларга эга бўлган алоҳида маркетинг бўлимлари ва сотишни бошқариш бўлимлари тузилган.

Бозор иқтисодиетига ўтиш жараёнида республикамиз корхоналарида тижорат бўлимлари ташкил қилиниб, унга корхона раҳбарининг тижорат ишлари бўйича ўринбосари раҳбарлик қилади. Бундай илгари ҳам мавжуд бўлиб, улар фақат узок муддатли шартномалар тузиш билан банд бўлиб, умуман маркетинг муаммолари билан шуғулланмас эдилар. Бозор шароитида талабни ўрганиш, истиқболлаш ва ташкил қилиш савдо ташкилотларининг вазифаси бўлмай қолди. Товар ишлаб чиқарувчи корхона ҳам реклама, бозорни ўрганиш, бозор баҳоларини аниқлаш, географик, ёшига нисбатан ва бошқа мезонларига асосланиб бозорни сегментлаш билан шуғулланиши лозим. Бошқача қилиб айтганда - агар илгари харидорларни ўрганиш фақат савдо ташкилотларининг вазифаси саналган бўлса, маркетингча ёндошишда товар ишлаб чиқарувчилар ҳам харидорни ўрганишга ҳаракат қиладилар. Маркетингнинг энг асосий вазифаларидан бири - кафолатланган юқори сифтали, харидор талабига жавоб берадиган рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқаришни ва сотишни ташкил қилишдир. Маркетингча ёндошишда товар юқори сифатли бўлиши учун у сифат бўйича халқаро техник стандартларга жавоб бериш билан бирга маълум бозор сегментининг эҳтиёжига ҳам жавоб бериши керак. Шунинг учун маркетинг хизматининг марказий вазифаларидан бири сифатли бошқариш саналади.

Маркетингни бошқариш - корхонада бир неча йўналишда амалга оширилиши мумкин:

-функционал - бунда жавобгарлик тақсимот, сотиш, ташкилот ва товар ҳаракатини ташкил қилиш даражасига тушади;

-товарлар тамойили бўйича ташкил этиш. Бунда функционал тамойилларга яна ҳар бир товар маркаси учун бошқарувчилар қўйилади;-бозор тамойили бўйича ташкил этиш. Бунда функционал тамойилларга, яна ҳар бир ҳудуд бозорлари ва истеъмолчилар тури бўйича бошқарувчилар қўйилади.

Функционал маркетинг бўлимларининг ташкил этилишида маркетинг бўлимлари маркетинг фаолиятининг хусусий функциялари бўйича иерархик бўлинади. Бу каби

тузилмага кичик ишлаб чиқариш дастури ва тор товар ассортиментиға, кам сонли миллий бозорлар ва улар сегментиға эга кичик корхоналар (маркетинг хизматлари) киради. Функционал ташкил этишнинг ютуқлари-бўлимларни бошқаришдаги соддалик, бажариладиган функцияларға юқори жавобгарлик, шу билан бирга қатор камчиликларға ҳам эга:

- товарлар бўйича махсус бўлимларнинг йўқлиги;
- бозорнинг минтақавий сегментлари бўйича махсус бўлимларининг йўқлиги;
- бозор талабларининг ўзгариши ва истеъмолчилар талабларига оператив таъсирнинг сустлиги;

- маркетинг ташки отлари тадбирларини молиялаштириш масалаларини ҳал этишнинг мураккаблашганлигидир.

Бозор иқтисодиётиға ўтишнинг ҳозирги босқичида маркетингни бошқаришда:

- меҳнат тақсимотиға амал қилиш;
- ҳокимиятға бўйсунуш, интизом ва тартибға риоя қилиш;
- буйруқ беришнинг ягоналиги, бошқарувда яна бошчилик ва коллегиялик;
- меҳнатни моддий ва маънавий рағбатлантириш;
- ишчи ва хизматчиларнинг доимийлиги, бирлиги ва ягоналиги;
- ташаббускорлик ва ҳаққонийлик (объективлик);
- илмий асосланганлик;

-тежамкорлик ва самарадорлик тамойилларига риоя қилинади. Маркетингни бошқаришда бир қатор усул ва услубиятлар мавжуд бўлиб, улар маркетинг фаолиятини самарали амалға оширишға қаратилган ҳамда ўртаға қўйилган асосий мақсадларға эришиш жараёнида мазкур маркетинг ходимлари ва корхона жамоаси фаолиятини уйғунлаштиришни таъминлайди. Маркетингни бошқариш усуллари маркетинг фаолиятини амалға оширишда шаклланадиган мавжуд муносабатлардан объектив суръатда келиб чиқади. Бу муносабатлар турличадир. Маркетинг фаолиятидаги турли муносабатларни бир-биридан фарқлаш маркетингни бошқариш усул ва услубиятларини иқтисодий, ташкилий (маъмурий), ижтимоий психологик усулларға бўлишға имкон беради.

Маркетингни бошқариш усуллари, уларда акс этадиган иқтисодий ва бошқа муносабатлар турларига қараб туркумлаш билан бир қаторда, бу усулларда ходимларнинг фаолият кўрсатишини ҳисобға олиб, уларға таъсир кўрсатиш нуқтаи назаридан ҳам фарқ қилиши лозим.

Улар қуйидагилар:

- ҳар бир ходимнинг ҳуқуқи ва бурчларидан келиб чи қадиган фаолият сабаблари (мажбурий, мотивация);

- моддий манфаатлардан келиб чиқадиган сабаблар;

- маънавий (руҳий) сабаблар.;

Шунга мувофиқ маркетингни бошқариш усуллари ҳам қуйидагича бўлиш мумкин:

- бевосита директив усуллар;

- ходимлар ва жамоани рағбатлантиришға асосланган усуллар;

- меҳнатни маънавий (руҳий) рағбатлантиришдан фойдаланишни кўзда тутувчи усуллар.

Маркетинг амалиётида бу усулларнинг ҳаммасидан комплекс тарзда фойдаланилади. Мазкур бошқариш усулларининг ҳаммаси ўзаро чамбарчас бир-бирига боғлиқ.. Бошқариш маҳорати - унинг ҳамма усул ва услубиятларини билимда, уларнинг мувофиқларини танлай олишда, бирор аниқ мақсад орқали ходимларға ва жамоаларға таъсир кўрсатишни энг самарали усуллари топа олади. Маркетингни бошқариш усуллари ҳозирги объектив қонунлардан фойдаланиш механизм тизимидаги энг муҳим қисмдир.