



МАРКЕТИНГ В УВЕЛИЧЕНИЕ ТОТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИЗ СЕМЬЯ ПРЕДПРИЯТИЯ РЕКОМЕНДАЦИИ НА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТОТ СТРАТЕГИЯ

Тогаева Дильноза Азаматовна

Самаркандский государственный медицинский университет

Абстрактный: статья фокусируется на увеличение тот конкурентоспособность из семья предприятия тот основной направления из маркетинг стратегия выполнение являются описал

Ключ слова: услуга, экономика, маркетинг, соревнование, стратегия, семья, предприятие, эффективность.

Аннотация: В состоянии описания основные направления реализации маркетинговой стратегии в повышении конкурентоспособность семьях предприятия .

Ключ слова: услуга, экономика, маркетинг, соревнование, стратегия, семья, предприятие, эффективность.

Абстрактный: статья описывает тот основной направления из маркетинг стратегия выполнение в увеличение тот конкурентоспособность из семья предприятия

Ключ слова: услуга, экономика, маркетинг, соревнование, стратегия, семья, предприятие, эффективность.

В условиях цифровизации экономики одна из важных задач, стоящих перед семьей бизнеса, действующего в нашей стране, заключается в эффективном использовании принципов маркетинга. Маркетинг принципы – это условие, требование, раскрывающее основу маркетинга и его сущность. Маркетинг – это, прежде всего, система действий, направленная на определение потребностей и запросов потребители в тот цель рынок и организация его удовлетворение в а выше уровень и с производительность чем что из конкуренты. сущность из маркетинг является к всегда цель тот производство из товары и услуги к тот потребитель, и тот возможности из производство к тот рынок требовать.

Следующий базовый принципы приходит от тот сущность из маркетинг в семья предприятия должен приходиться вне.

Маркетинг принципы в семья предприятия:



• к предложение потребитель что они нуждаться. Работа с тот означает из решение потребитель проблемы, нет с тот предложение из товары и услуги к тот рынок;

- анализ из покупателей мотивы, их поведение;

- изучать конкуренты, их стратегия и тактика;

- анализ из соревнование в тот рынок сам;

• знание из тот потребитель товары рынок, всесторонний изучать из клиент требовать для каждый тип из продукт, изготовление бизнес решения основанный на на тот полученный информация

использовать в допуск процессы;

• тот необходимый количество из товары в заказ к в полной мере удовлетворить потребитель требовать формирование из резервы;

- обеспечение целевой управление из товары продажи и услуга процесс;

• разрешение из проблемы возникающий как а результат из маркетинг исследовать

разработка и поощрение из а подход к креативность;

• поздно доставка из новый, особенно высокое качество товары к потребители

нет пребывания;

- группы из жители жизнь в тот область служил к тот семья предприятие сегментация (рынок сегментация) и работа согласно к тот возможности из

тот предприятие;

• организация из доставка из товары после исследование тот потребности из потребители;

• к использовать а всесторонний подход и а целевой программа метод к достигать тот набор цели, ведущий к тот формирование из а маркетинг программа основанный на на тот использовать из маркетинг концепция инструменты.

Основные принципы маркетинга, упомянутые выше, в целом таковы. состоит из зная тот потребитель рынок, адаптация к это и влияние тот рынок.

Маркетинг основанный на на семья бизнес маркетинг принципы

развивать а стратегия. Маркетинг стратегия является тот основной программа представляющий тот маркетинг деятельность из тот твердый в тот цель рынок, и включает тот процессы из достижение его намеревался цель к развивающийся и внедрение а длинный- комплекс срочного маркетинга (маркетинг – МИКС). Отдельный продукт, распределение цен, продажи и



коммуникация политика определяется для каждого сегмента рынка. В маркетинговой стратегии определяется, какой продукт (услуга) тот компания должен входить, который рынок и когда. Таким образом, тот маркетинг стратегия определяет тот способ к достигать тот цель из тот предприятие в тот среда (рынок, макрос факторы, и т. д.) с использованием его возможности.

Основанный на на тот Результаты из наш исследовать, тот общий требования и научно-практический рекомендации для тот использовать из маркетинг стратегия для семья предприятия являются как следует:

- честный оценка из тот рынок и собственный возможности;
- разъяснение из набор цели;
- к гарантировать тот гибкость из действия (быстрый приспособление из тот ситуация к изменять в случай из влияние из любой фактор), и т. д.

Если тот основной цель из семья предприятия является к делать а выгода к удовлетворяющий потребитель требовать, к достигать это, это является необходимо увеличить продажи прибыльных товаров и увеличить их вклад. Увеличение продаж таких товары влечет за собой а число из задания, такой как нахождение источники из товары и выбирая тот большинство эффективный среди их. Эти задачи являются маркетинговыми задачами и требуют разработки маркетинговой стратегии. Сюда входит рынок исследовать, изучать из тот источники из поставлять, изучать из тот ситуация для каждый продукт принадлежность к тот предприятие и тот процесс из рисунок а заключение является унесенный вне.

А маркетинг стратегия является а семья бизнес действие план к достигать его цели. Стратегический планирование определяет что тот семья бизнес производит, что услуги это обеспечивает, их клиенты, цены, реклама, продажи и т. д.

цель из планирование является к уменьшать тот риск из торговля. Семья предприятия нуждаться к следовать тот следующий шаги в заказ к начинать действующий на тот основа из а бизнес план:

- изучать из тот рынок ситуация;
- анализ из тот внутренний среда;
- прогнозирование тот компании будущее перспективы;
- будущее риск изучать;
- экономический оправдание из тот разработка концепция и стратегия;
- создание а бизнес план;
- определение из материал ресурс поставлять;



- определение из финансовый Результаты;
- определение источники из финансовый Ресурсы;
- расходы контроль означает проектирование деятельность. использовать из маркетинг стратегии в семье бизнес включает в себя:

на тот земля

- тот рынок является нет тот такой же, это состоит из специфический занятия (сегменты);

- тот предприятие может учитывать тот требования из один или более сегменты в тот рынок. Но это является всегда необходимый к думать о достижение более успех в привлечение выбрано рынок сегменты (сегменты);

- а семья предприятие может действовать независимо или в сотрудничество с другой предприятия в магазине;

- когда выбирая а маркетинг инструмент, это является необходимый к учитывать тот использовать из те что являются более совместимый с каждый другой и дополнять каждый другой с взаимный задания. Для пример, это является рекомендуемые к использовать тот продукт упаковка (оберточная бумага) с тот цена, тот место из распродажа с тот движение из тот продукт, и тот коммуникация с потребители;

- это является необходимый к брать в счет тот экономический ситуация в все уважает когда тот семья бизнес входит тот рынок. Для пример, тот состояние из тот услуга промышленность, его позиция с конкурентами и т. д.

большинство важный испытание в тот разработка из а маркетинг стратегия является к прямой тот семья бизнес к выгода, основанный на на тот удовлетворение из потребитель требовать. Сегодня, это является возможный

к наблюдать что тот культура из услуга в семья предприятия действующий в тот центры из города и районы из наш страна является увеличение более и более:

- доступность из широкий и стабильный типы из услуги в услуга станции;
- приложение из передовой методы из услуга;
- обеспечение из дополнительный услуги к потребители;
- высокий профессиональный навыки из тот сотрудники из тот семья предприятие, тот факт что они являются вежливый и внимательный клиентам;
- о определенный услуга процедуры (пластик карты
о тот возможность из покупка через тот означает) к поставить в известность покупателя.



Это должен быть отмеченный что, вдоль с тот позитивный Результаты из семья услуга доставка, там являются также некоторые проблемы: для пример, семья предприятия

их услуга премия основанный на на тот объем и качество из услуг нет параметр, в некоторый случаи параметр высокий Цены для услуги основанный на на различный слухи, и т. д.

Результаты нашего исследования показывают ряд недостатков в обеспечении семьи. бизнес услуги к деревенский жители. В особый, это шоу что тот низкий качество из услуга, тот оформление магазинов и неудовлетворительная организация расположения товаров по-прежнему остаются сохранился.

Интернет, маркетинг и другой услуги в тот территория из тот республика эффективный использовать из разновидность является тот требовать из тот раз.

Способы к гарантировать тот успех из передовой методы из услуга в семья предприятия являются предоставить больше разнообразия услуг покупателю и снизить цены на товары. Это соответствующий к использовать эти в семья предприятия.

Это является известен что тот большинство из тот Население из наш страна жизни в деревенский области.

Однако, тот культура из изматы показано к тот Население в эти места является много ниже чем в городской области. Для этот причина, в заказ к улучшать тот обеспечение из услуга к деревенский жители, повысить культуру обслуживания и создать конкурентную среду, целесообразно осуществлять тот следующий:

- создать конкурентную среду среди хозяйствующих субъектов семьи предприятие и к гарантировать тот выполнение из тот правильный цена политика и стратегия. Для этот Цель, оживить деятельность региональных отделений Республики Узбекистан «Государственная комитет для Помощь к Приватизирован Предприятия и Разработка из Соревнование»;

- практичный помощь из региональный региональный ветви из тот Камера из Коммерция и Промышленность к предприниматели в нахождение национальный и иностранный партнеры (переговоры, заключение из контракты) в заказ к форма услуга Ресурсы в семья предприятия;

- создание тот услуги из консалтинг фирмы специализирующийся в маркетинг услуги что предоставлять совет к семья бизнес сотрудники и иметь достаточный квалификация;



- организация из семинары и обучение курсы для тот цель из улучшение тот навыки из семья бизнес сотрудники в информация технологии и передовой услуга технологии;

- к организовать приобретение из маленький груз транспорт транспортные средства через лизинг от лизинг компании в заказ к развивать тот материал и технический база из семья предприятия, и т. д.

Это должен быть отмеченный что сейчас в тот деревенский области из наш страна, там являются путешествовать агенты (поставщики туристических услуг), которые занимаются услугами, предоставляемыми семьей предприятия из наш страна (свадебный салон, семья услуги, и т. д.). Они являются также, к некоторый степень, создание а конкурентоспособный среда.

В последние годы проводятся специальные бизнес-семинары (Forta Business Education) на узбекском языке. организованы в регионах нашей страны для сотрудников малого бизнеса и частного предприятия. Понятно, что это играет важную роль в совершенствовании навыков семейного бизнеса. сотрудники. В наш мнение, в эти семинары, это бы быть соответствующий к изучать проблемы такой как увеличение тот конкурентоспособность из семья предприятия, определение тот планирование из тот минимум объем из услуга оборот что может гарантировать их неповрежденный операция.

Список из использовал литература

1. Ф. Котлер . Базовый маркетинг (краткий курс). Пер. Англо-Русский. «Уильямс». - М.:2007. – С. 35.64.
2. Togayeva, D. (2023). ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN THE SAMARKAND REGION. Science and innovation, 2(A1), 103-106.
3. 3.Togayeva, D. (2023). QISHLOQ JOYLARDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDAGI MASALALAR. SO ‘NGI ILMIIY TADQIQOTLAR NAZARIYASI, 6(6), 223-227.
4. 4.Hasanov, H., Sulstonov, B., Norbekov, F., & Togayeva, D. (2023). FOIZ STAVKASI VA DAROMADNING ISTE‘MOL XARAJATLARIGA TA‘SIRI TAHLILI. JOURNAL OF ECONOMY, TOURISM AND SERVICE, 2(4), 5-13.
5. 5.Тогаева, Д. А., & Султонов, Б. А. (2023). Роль розничной торговли в повышении уровня жизни населения сельской местности. Journal of Universal Science Research, 1(6), 759-763.
6. 6.Azamatovna, T. D., & Abduxalilovich, S. B. (2023). The role of retail trade in raising the standard of living of the rural population. Journal of Universal Science Research, 1(6), 754-758.



7. Sh. Shomuradova THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE DEVELOPMENT OF MERCHANDISING ACTIVITIES IN RETAIL ENTERPRISES // SAI. 2023. №D3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/theoretical-and-methodological-foundations-of-the-development-of-merchandising-activities-in-retail-enterprises> (дата обращения: 19.10.2023).
8. Султонов Ш. А., Шомуродова Ш. Ш. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА АҲОЛИНИНГ ТУРМУШ ДАРАЖАСИ ВА СИФАТИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ //Новости образования: исследование в XXI веке. – 2023. – Т. 1. – №. 12. – С. 248-252.
9. Шомуродова Ш. Ш. ИННОВАЦИОН САЛОҲИЯТ ВА УНИ АНИҚЛАШНИНГ ИЛМИЙ-УСЛУБИЙ МАСАЛАЛАРИ //IJDOKOR O'QITUVCHI. – 2023. – Т. 3. – №. 30. – С. 189-195.
10. Sulonov S. A., Shomurodova S. S. XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRIB, AHOLI TURMUSH DARAJASI VA SIFATINI OSHIRISHNING ISTIQBOLLI YO'NALISHLARI //Научный Фокус. – 2023. – Т. 1. – №. 6. – С. 247-251.