

## ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.

**Умрзакова Муборакхон**

*Андижанский техникум общественного здравоохранения имени Абу Али Ибн Сины, Преподаватель*

**Аннотация:** В данной статье рассматривается значение маркетинга в условиях рыночной экономики. Раскрывается сущность маркетинга как системы управления деятельностью предприятия, ориентированной на удовлетворение потребностей потребителей и повышение конкурентоспособности. Анализируются основные функции маркетинга, его роль в формировании рыночной стратегии, а также влияние маркетинговых инструментов на эффективность хозяйственной деятельности. Особое внимание уделяется современным тенденциям развития маркетинга в условиях цифровизации экономики.

**Ключевые слова:** маркетинг, рыночная экономика, конкуренция, потребитель, маркетинговая стратегия, спрос и предложение, конкурентоспособность.

В условиях рыночной экономики маркетинг играет ключевую роль в обеспечении устойчивого развития предприятий и организаций различных форм собственности. Переход к рыночным отношениям сопровождается усилением конкурентной борьбы, ростом требований со стороны потребителей и необходимостью постоянного обновления продукции и услуг. В таких условиях успех хозяйствующих субъектов во многом определяется их способностью своевременно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и эффективно выстраивать взаимодействие с целевой аудиторией.

Современный рынок характеризуется динамичностью, высокой степенью неопределённости и насыщенностью товаров и услуг. Потребители становятся более информированными, избирательными и требовательными к качеству, цене и сервису. Это обуславливает необходимость глубокого изучения потребностей и предпочтений клиентов, анализа поведения покупателей и прогнозирования спроса. Именно маркетинг позволяет предприятиям получать достоверную информацию о рынке и принимать обоснованные управленческие решения.

Развитие инновационных и цифровых технологий существенно трансформирует маркетинговую деятельность. Использование интернет-маркетинга, социальных сетей, аналитики больших данных и цифровых коммуникаций расширяет возможности компаний по продвижению продукции и формированию долгосрочных отношений с потребителями. В результате маркетинг превращается из вспомогательной функции в стратегический инструмент управления, направленный на повышение конкурентоспособности и эффективности бизнеса.

Таким образом, маркетинг в условиях рыночной экономики выступает важнейшим элементом системы управления предприятием, обеспечивающим его адаптацию к внешней среде, рациональное использование ресурсов и достижение устойчивых экономических результатов. Актуальность исследования значения маркетинга обусловлена необходимостью поиска новых подходов и методов его применения в современных экономических условиях.

Маркетинг представляет собой систему организации и управления деятельностью предприятия, направленную на изучение рынка, выявление потребностей потребителей и удовлетворение этих потребностей более эффективным способом, чем у конкурентов. В современных условиях маркетинг включает анализ рыночной среды, сегментацию рынка, формирование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики.

Основная цель маркетинга — достижение устойчивых конкурентных преимуществ и получение прибыли за счёт максимального удовлетворения запросов клиентов.

В рыночной экономике маркетинг выполняет ряд важных функций:

- изучение спроса и предложения;
- анализ поведения потребителей;
- прогнозирование рыночных тенденций;
- формирование ассортимента товаров и услуг;
- установление оптимальных цен;
- организация эффективных каналов сбыта;
- продвижение продукции и формирование бренда.

Благодаря маркетингу предприятия получают возможность своевременно адаптироваться к изменениям внешней среды и принимать обоснованные управленческие решения.

Одним из важнейших преимуществ маркетинга является его способность повышать конкурентоспособность предприятия. Грамотно разработанная маркетинговая стратегия позволяет компании:

- выделиться на фоне конкурентов;
- укрепить лояльность потребителей;
- увеличить объём продаж;
- расширить долю рынка;
- снизить коммерческие риски.

В условиях насыщенного рынка успех предприятия во многом зависит от умения предложить потребителю не только качественный продукт, но и дополнительную ценность — сервис, имидж, доверие.

В настоящее время маркетинг активно развивается под влиянием цифровых технологий. Особое значение приобретают интернет-маркетинг, социальные сети, электронная коммерция, анализ больших данных и персонализация предложений.

Цифровой маркетинг позволяет более точно изучать потребности клиентов и выстраивать с ними долгосрочные взаимоотношения.

Таким образом, маркетинг в условиях рыночной экономики является неотъемлемым элементом эффективного управления предприятием.

Он обеспечивает связь между производителем и потребителем, способствует рациональному использованию ресурсов и повышению экономической эффективности. В современных условиях успешное развитие бизнеса невозможно без комплексного и системного применения маркетинга.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. — М.: Питер, 2020.
2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. — СПб.: Наука, 2019.
3. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. — М.: Вильямс, 2021.
4. Голубков Е.П. Основы маркетинга. — М.: Юрайт, 2018.
5. Балабанова Л.В. Маркетинг в условиях рыночной экономики. — М.: Экономика, 2017.
6. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. — СПб.: Питер, 2019.
7. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». — М., 2020–2024 гг.