



MAHSULOTNI SOTISH BÒYICHA BIZNES REJANING BAJARILISHIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLARNI TAHLIL QILISH

Matrasulov Baxodir Erbo'tayevich

Guliston davlat universiteti katta o'qituvchisi

Madaminova Madinabonu Olimjon qizi

Guliston Davlat Universiteti talabasi

***Annotatsiya.** Bu tahlil, mahsulotni sotish bo'yicha biznes rejasi uchun muhim omillarni tahlil qilishga yo'naltirilgan. Omillar shu jumladan, bozorning hajmi va tushunchalari, raqobatlik muhit, mahsulotning sifati va narxlanish strategiyalari kabi hususlar o'z ichiga oladi. Tahlil shu omillarning biznes rejasi uchun qanday ta'sirini ko'rsatadi va yangi strategiyalar yaratishda yordam beradi. Bu tarz tahlil omma bilan aloqani oshirish va mijozlar bilan muntazam muloqotni ta'minlashda yordam beradi. Va berilgan barcha ko'rsatkichlar statistic va prognoz ma'lumotlari asosida tayyorlangan.*

***Kalit so'zlar:** bozor so'nggi tendensiyalari, mijoz talablari, rahbarlik va tadbirkorlik, marketing strategiyasi, turli platformalar foydalanuvchilari, sifat va xizmatlar, kadr-taminoti.*

Kirish

Mahsulotni sotish bo'yicha biznes-rejani muvaffaqiyatli amalga oshirish uning samaradorligi va yakuniy natijalariga ta'sir qiluvchi ko'plab omillarga bog'liq. Bugungi dinamik bozor manzarasida korxonalar iste'molchilarning xohish-istaklarini o'zgartirishdan tortib, rivojlanayotgan texnologik yutuqlargacha bo'lgan ko'plab muammolar va imkoniyatlarga duch kelishmoqda. Ushbu omillarni tushunish va tahlil qilish mahsulotni sotishning murakkabligini samarali boshqarishni maqsad qilgan tashkilotlar uchun juda muhimdir.

Tahlil va natijalar. Mahsulot sotish bo'yicha biznes-rejani amalga oshirish muvaffaqiyatga erishish uchun turli omillarni har tomonlama tahlil qilishni talab qiladi. Bu erda asosiy omillar va ularning amalga oshirishga ta'siri va tegishli natijalar tahlili keltirilgan:

1. Bozor talabini baholash:

- Tahlil: Bozor talabini tushunish mahsulot hayotiyligini o'lchash uchun iste'molchilarning ehtiyojlari, afzalliklari va tendentsiyalarini o'rganishni o'z ichiga oladi.

- Natijalar: Yuqori talab segmentlarini aniqlash mijozlar ehtiyojlarini samarali qondirish uchun marketing strategiyalari va mahsulot xususiyatlarini moslashtirishga yordam beradi.

2. Raqobatbardosh landshaftni baholash:

- Tahlil: Raqobatchilarning kuchli, zaif tomonlarini, narx strategiyasini va bozordagi joylashuvini baholash mahsulotni farqlash uchun juda muhimdir.



- Natijalar: Olingan tushunchalar bozor ulushini egallash uchun raqobatbardosh narxlarni shakllantirish, qiymat takliflari va farqlash strategiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi.

3. Tarqatish kanallarini tanlash:

- Tahlil: eng samarali kanallarni aniqlash uchun onlayn platformalar, chakana savdo do'konlari yoki to'g'ridan-to'g'ri sotish kabi turli tarqatish kanallarini baholash.

- Natijalar: Optimal kanal tanlash maqsadli mijozlarga kirish imkoniyatini oshiradi, mahsulot ko'rinishini yaxshilaydi va inventarizatsiyani samarali boshqarishni osonlashtiradi.

4. Marketing strategiyasini ishlab chiqish:

- Tahlil: brending, reklama, aksiyalar va mijozlarni jalb qilish tashabbuslarini o'z ichiga olgan mustahkam marketing strategiyasini ishlab chiqish.

- Natijalar: Samarali marketing mahsulot haqida xabardorlikni oshiradi, etakchilarni yaratadi va mijozlarning sodiqligini kuchaytiradi, sotuvlar o'sishi va bozorga kirishiga hissa qo'shadi.

Xulosa va takliflar

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, mahsulotni sotish bo'yicha biznes-rejani muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun ushbu omillarni to'liq tahlil qilish juda muhimdir. Tahlildan olingan tushunchalardan foydalangan holda, korxonalar ishonchli strategiyalarni ishlab chiqishlari, xavflarni kamaytirishlari va barqaror savdo o'sishi va bozor muvaffaqiyatiga erishish imkoniyatlaridan foydalanishlari mumkin.

Quyidagi takliflar ushbu sohani rivojlanishiga olib kelishi mumkin:

1. Bozor tadqiqoti: Mijozlarning ehtiyojlari, afzalliklari va tendentsiyalarini tushunish uchun bozorni to'liq o'rganish. Maqsadli demografiyani, bozor segmentlarini va potentsial raqobatchilarni aniqlang.

2. Raqobat tahlili: Raqobatchilarning mahsulotlarini, narx strategiyalarini, tarqatish kanallarini va marketing taktikasini tahlil qilish. Mahsulotingiz to'ldirishi mumkin bo'lgan bozordagi bo'shliqlarni yoki o'zingizni farqlay oladigan joylarni aniqlang.

3. Iste'molchilarning xulq-atvori: savdo yondashuvingizni va xabarlaringizni shunga mos ravishda moslashtirish uchun iste'molchilarning xatti-harakatlari va sotib olish modellarini o'rganing. Narx sezgirliги, brendga sodiqlik va mahsulot sifati kabi sotib olish qarorlariga ta'sir qiluvchi omillarni tushuning.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati

1. A.B.Muxametov. B.Matrasulov.G.Turayeva T.:Buxgalteriya hisobi darslik. Ziyo nashr. 2023.-347 b



2. A.V.Muxametov. U.Chorshanboyev. G.Turayeva T.:Boshqaruv hisobi darslik . Ziyo nashr. 2024.-169 b
3. Muxametov, A., Matrasulov, B., Chorshanbiyev, U., & Abduvoxidov, A. (2024). QAYTA IJARAGA OLISH UCHUN ASOSIY VOSITALARNI SOTISH HISOBI. *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*, 2(2), 182-191.
4. Мухаметов, А., Абдувахидов, А., Матрасулов, Б., & Саматкулов, М. (2021). ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ХАРАЖАТЛАРИНИ ТУРКУМЛАШ ВА УЛАРНИНГ ҲИСОБИ. *Iqtisodiyot va ta'lim*, (5), 351-358.
5. Madinabonu, A., Nurjahon, N., & Mehriniso, M. (2023, April). BUXGALTERIYA HISOBINING MILLIY STANDARTI. In " *Conference on Universal Science Research 2023*" (Vol. 1, No. 4, pp. 93-95).
6. Отажонова, М. (2016). ИЖОДКОР БАДИИЙ ТАФАККУРИДА ВОҚЕЛИКНИНГ МИФОЛОГИЗАЦИЯЛАНИШИ. ВЕСТНИК КАРАКАЛПАКСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ БЕРДАХА, 32(3), 127-129.
7. Israilova, S. (2023). THE PRAGMATIC OCCURRENCE AND MENTAL PROPERTIES OF COLOR COMPONENT UNITS IN CONTEXT. *Interpretation and researches*, 1(5).
8. Saodat, I., & Ma'suda, E. (2023, April). BILINGVIZM TURLARI VA IKKINCHI TIL LEKSIK BAZASI. In INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCES WITH HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS (Vol. 1, No. 14.04, pp. 185-188).
9. Otajanova, M. (2022). ANALYSIS OF MYTHOLOGYSMS IN MODERN UZBEK PROSE. *ANGLISTICUM. Journal of the Association-Institute for English Language and American Studies*, 11(5), 16-27.
10. Атаходжаева, Г. А., & Баратова, Д. С. (2017). Состояние качества жизни и толерантности к физической нагрузке больных с хронической сердечной недостаточностью II-III функционального класса при применении антагонистов минералокортикоидных рецепторов. *Молодой ученый*, (4), 235-239.
11. Рахматуллаева, Ф., & Шаробиддинов, А. (2023). YALPI HUDUDIY MAHSULOT SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO 'LLARI. Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари/Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук/Actual Problems of Humanities and Social Sciences., 3(S/4), 140-146.
12. qizi To'yeva, M. S. (2022, November). YANGI O 'ZBEKISTON ORIFA AYOLLARI VA G 'ARB AYOLLARINING JAMIYATDAGI MAVQEYI VA ULARNING HUQUQLARI. In INTERNATIONAL CONFERENCES (Vol. 1, No. 2, pp. 74-81).
13. Sharipova, S., & Xalimova, F. (2024). ACTUAL PROBLEMS OF TEACHING A LANGUAGE IN THE CLASSROOM AND THEIR SOLUTIONS. *Conference Proceedings: Fostering Your Research Spirit*, 133-135. <https://doi.org/10.2024/41yemx68>



14. Gulizaxro, T., Mavlyuda, I., Shaxnoza, A., & Hilola, S. (2023, April). Buxgalteriya hisobi fanini rivojlanishida raqamlashtirishni takomillashtirish. In " *Conference on Universal Science Research 2023*" (Vol. 1, No. 4, pp. 102-104).
15. Gulizahro, T., Iroda, O., & Sevara, M. (2023). Pul mablag 'larining korxonalar iqtisodiyotida tutgan o'rni." *Uchinchi renessansda ilmiy-amaliy tadqiqotlarning dolzarb muammolari*" mavzusidagi onlayn konferensiyasi, 2(10), 45-47.

