



**TASHKENT STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS**

VOLUME 7 / 2024

LABOR ECONOMIC

MEHNAT IQTISODIYOTI VA INSON KAPITALI

ilmiy elektron jurnali

**LABOR ECONOMICS AND
HUMAN CAPITAL**

scientific electronic journal

2025-yil 4-son

Volume 4, Issue 4, 2025



**МЕХНАТ ИҚТISODIYOTI
VA INSON KAPITALI**
ISSN: 3030-3117



LABORECONOMICS.UZ

МЕХНАТ ИҚТISODIYOTI VA INSON KAPITALI

№ 4-2025

**ЭКОНОМИКА ТРУДА И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ
КАПИТАЛ**

LABOR ECONOMICS AND HUMAN CAPITAL

“Mehnat iqtisodiyoti va inson kapitali” ilmiy elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi (OAK) rayosatining 2023-yil 3-iyundagi 328/3-sonli qarori bilan ro‘yxatga olingan.

Muassis: “Mehnat iqtisodiyoti va inson kapitali” ilmiy maktabi.

Tahririyat manzili:

100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko‘chasi,
49 uy

Elektron manzil: ilmiymaktab@gmail.com

Jurnal web-sayti: www.laboreconomics.uz

Bog‘lanish uchun telefonlar:

+998998818698

Tahririyat Kengashi raisi:

(Chairman of the Editorial Board)

Abduraxmanov Qalandar Xodjayevich, O'zFA akademigi

Tahririyat Kengashi a'zolari:

(Members of the Editorial Board)

Sharipov Kongratboy Avezimbetovich, t.f.d., prof.
Yusupov Axmadbek Tadjiyevich, i.f.d., prof.
Raifkov Kudratilla Mirsagatovich, i.f.d., prof.
Xalmuradov Rustam Ibragimovich, i.f.d., prof.
Umurzakov Baxodir Xamidovich, i.f.d., prof.
Nazarov Sharofiddin Xakimovich, i.f.d., prof.
Jumayev Nodir Xasiyatovich, i.f.d., prof.
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof.
Zokirova Nodira Kalandarovna, i.f.d., prof.
Xudoyberdiyev Zayniddin Yavkachevich, i.f.d., prof.
Muxiddinov Erkin Madorbekovich, i.f.f.d., (PhD)
Xolmuxammedov Muhsinjon Murodullayevich, i.f.n., dots.
G'oyipnazarov Sanjar Baxodirovich, i.f.d., prof.
Irmatova Aziza Baxramovna, i.f.d., prof.
Shakarov Zafar Gafarovich, i.f.f.d., (PhD)

Jamoatchilik Kengashi a'zolari:

(Community Council members)

Bred Bodenxauzen (AQSh)
Jon Ankor (Buyuk Britaniya)
Odegov Yuriy Gennadevich (Rossiya Federatsiyasi)
Xeynz Miller (AQSh)
Sung Dong Ki (Koreya Respublikasi)
Masato Xivatari (Yaponiya)
Gerxard Feldmayer (Germaniya)
Eko Shri Margianti (Indoneziya)
Ahmed Mohamed Aziz Ismoil (Misr)
Rohana Ngah (Malayziya)
Sharifah Zanniyerah (Malayziya)
Teguh Dartanto (Indoneziya)
Nur Azlinna (Saudiya Arabistoni)
Muhammed Xoliq (Pokiston)
Alisher Dedaxonov (Toshkent)

Mas'ul muharrir (Editor-in-Chief): G'oyipnazarov Sanjar Baxodirovich

Ijrochi muharrir (Executive Editor): Iskandarova Dilafroz Ikrom qizi

Veb-administrator (Web admin): Mamatxo'jayev Otabek

MUNDARIJA (CONTENTS)**MEHNAT BOZORI VA MEHNAT MUNOSABATLARI**

S.B.G'oyipnazarov	<i>Ish bilan bandlik sifatini oshirishning ijtimoiy-iqtisodiy omillari va rivojlanish yo`nalishlari</i>	6-17
S.P.Qurbonov	<i>Ish bilan unumli bandlik darajasini baholashda institutsional, inklyuzivlik va hududiy xususiyatlar</i>	18-29
Z.Y.Juliyev	<i>Preparing Uzbekistan's labour force for WTO integration: risks and policy directions</i>	30-40
Sh.Sh.Iskandarov	<i>Aholi bandligini ta'minlashda oliy ta'lim xizmatlarining vazifalari</i>	41-50
M.A.Jumayeva	<i>Nogironligi bo'lgan shaxslar uchun inklyuziv tadbirkorlik bo'yicha ilmiy tadqiqotlarning bibliometrik tahlili (R dasturi asosida)</i>	51-60

INSON KAPITALI

Sh.V.G'aniyev	<i>Kredit-modul tizimini jahon tendensiyalariga tenglashtirish</i>	61-69
S.R.Xolbayeva	<i>Рост охвата высшим образованием как фактор безработицы</i>	70-82
J.B.Shaymanov B.B.Quvondiqov	<i>Inson kapitali va uning iqtisodiy rivojlanishdagi o'rni...</i>	83-91

INSON TARAQQIYOTI

N.A.Axmedova	<i>Aholi daromadlarini oziq-ovqat xavfsizligiga ta'sirining hozirgi holati tahlili</i>	92-101
A.F.Abdullayev	<i>O'zbekiston axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sektorining rivojlanish holati: 2017-2024 yillar tahlili ...</i>	102-110
D.B.Fayziyeva	<i>Minimal ish haqi siyosatining iqtisodiy va ijtimoiy oqibatlarini</i>	111-119
J.K.Karimov	<i>Davlat iqtisodiyoti xavfsizligining tuzilmaviy komponentlarini aniqlashga yondashuvlarni ishlab chiqish</i>	120-128
J.K.Karimov	<i>Globalashuv muammolari sharoitida iqtisodiy xavfsizlik indeksini iqtisodiy va matematik modellashtirish</i>	129-139

KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISH

S.S.Amirdjanova	<i>Риски и угрозы попадания в бедность среди занятого населения</i>	140-148
------------------------	---	---------

MIGRATSIYA

Z.T.Jumanova J.X.Abdikayumov	<i>Iqtisodiyotga turizmning bevosita ta'sirini tanlanma kuzatuvlar asosida statistik baholash</i>	149-159
---	---	---------

INSON RESURLARINI BOSHQARISH

M.Sh.Axmedov	<i>Korxonalarda KPI orqali ishchilarni rag'batlantirish tizimini takomillashtirish masalalari</i>	160-170
---------------------	---	---------

K.A.Ibroximova I.A.Imomov	<i>Mechanisms for improving personnel management in enterprises to enhance financial sustainability</i>	171-183
--	---	---------

J.R.Mansurov	<i>Turistik korxonalarda HR texnologiyalarini joriy etishning samaradorlik ko'rsatkichlari</i>	184-194
---------------------	--	---------

M.G'.Qaxramonova	<i>Kadrlar qo'nimsizligi darajasini pasaytirishda xorijiy kompaniyalar tajribalaridan O'zbekiston mehnat bozorida foydalanish imkoniyatlari</i>	195-206
-------------------------	---	---------

TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH

T.Djurayev	<i>Моделирование прогнозирования развития агропромышленного комплекса</i>	207-216
-------------------	---	---------

J.I.Islomov	<i>Raqamli iqtisodiyot sharoitida buxgalteriya hisobini yuritishning yangi yondashuvlari</i>	217-226
--------------------	--	---------

N.O.Jumaniyazov S.J.Xudayorova	<i>Xorazm viloyati iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda sanoat tarkibiy o'zgarishlarini takomillashtirishning ustuvor yo'nalishlari</i>	227-237
---	---	---------

N.O.Jumaniyazov N.Z.Matmuratova	<i>Xorazm viloyati iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda sanoat tarkibiy o'zgarishlarini takomillashtirish strategiyasi</i>	238-247
--	--	---------

N.O.Jumaniyazov	<i>Xorazm viloyati iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda sanoat tarkibiy o'zgarishlarini takomillashtirish yo'llari</i>	248-258
------------------------	--	---------

U.U.Raxmatullayev	<i>Kichik biznesni eksport salohiyatini oshirish obyektiv zarurati</i>	259-267
--------------------------	--	---------

T.M.Urakov	<i>O'zbekiston Respublikasi yashil iqtisodiyotda milliy shaffoflik tizimi</i>	268-275
-------------------	---	---------

A.A.Shomirov	<i>Iqtisodiyotga qimmatli qog'ozlar bozori orqali portfel investisiyalar jalb qilishning obyektiv zarurligi.....</i>	276-285
A.A.Abduqahorov	<i>Kichik va o'rta biznes subyektlari eksport salohiyatini oshirishda kichik sanoat zonalarining o'rni</i>	286-295
I.Sh.Ibroximov	<i>Chakana bank xizmatlarida servis sifatini baholash ko'rsatkichlari tizimi</i>	296-307
N.I.Isakova Z.T.Jumanova	<i>Turizm bozori jozibadorligini statistik baholash va uni marketing strategiyalarida qo'llash uslubiyoti</i>	308-314
N.I.Isakova	<i>Marketingni rivojlantirish va korxonada personalni marketingini mohiyati</i>	315-323



MEHNAT IQTISODIYOTI VA INSON KAPITALI

ISSN: 3030-3117

<https://laboreconomics.uz/>



MARKETINGNI RIVOJLANTIRISH VA KORXONA PERSONALI MARKETINGINI MOHIYATI

Isakova Naima Ikromjonovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

e-mail: noimaisakova@gmail.ru

ORCID: [0009-0008-3370-6882](https://orcid.org/0009-0008-3370-6882)

Annotatsiya. Mazkur maqolada marketingni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari hamda korxonalar personalini marketingning nazariy va amaliy jihatlari yoritilgan. Korxonalar faoliyatida marketing konsepsiyasining oʻrni, uning raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyati hamda inson resurslarini samarali boshqarishda personal marketingning roli tahlil qilingan. Shuningdek, personal marketingning asosiy vazifalari, xodimlarni jalb qilish, tanlash, rivojlantirish va motivatsiyalash jarayonlari marketing nuqtai nazaridan oʻrganilgan. Tadqiqot natijasida korxonalarda marketing faoliyatini takomillashtirish va personal marketingni mexanizmlarini samarali qoʻllash orqali mehnat unumdorligini oshirish, malakali kadrlarni saqlab qolish hamda korxonaning bozor mavqeini mustahkamlash boʻyicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit soʻzlar: marketing, marketingni rivojlantirish, personal marketing, inson resurslari, kadrlar boshqaruvi, mehnat bozori, raqobatbardoshlik, motivatsiya, korxonalar samaradorligi, strategik boshqaruv.

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА И СУТЬ КОРПОРАТИВНОГО КАДРОВОГО МАРКЕТИНГА

Исакова Наима Икромжоновна

PhD, Доцент Ташкентского государственного
экономического университета

Аннотация. В данной статье рассматриваются современные тенденции развития маркетинга, а также теоретические и практические аспекты маркетинга персонала на предприятиях. Проанализированы роль маркетинговой концепции в деятельности предприятия, её значение в повышении конкурентоспособности и место маркетинга персонала в эффективном управлении человеческими ресурсами. Кроме того, изучены основные функции маркетинга персонала, включая привлечение, отбор, развитие и мотивацию работников с маркетинговой точки зрения. По результатам исследования разработаны предложения и рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности и эффективному применению механизмов маркетинга персонала для повышения производительности труда, удержания квалифицированных кадров и укрепления рыночных позиций предприятия.

Ключевые слова: маркетинг, развитие маркетинга, маркетинг персонала, человеческие ресурсы.

MARKETING DEVELOPMENT AND THE ESSENCE OF ENTERPRISE PERSONNEL MARKETING

Isakova Naima Ikromjonovna

PhD, Associate professor at

Tashkent State University of Economics

Abstract. This article examines modern trends in marketing development and the theoretical and practical aspects of personnel marketing in enterprises. The role of the marketing concept in business activities, its importance in increasing competitiveness, and the significance of personnel marketing in effective human resource management are analyzed. In addition, the main functions of personnel marketing, including employee attraction, selection, development, and motivation processes, are studied from a marketing perspective. Based on the research findings, recommendations are proposed for improving marketing activities and effectively implementing personnel marketing mechanisms to enhance labor productivity, retain qualified employees, and strengthen the market position of enterprises.

Keywords: marketing, marketing development, personnel marketing, human resources, personnel management, labor market, competitiveness, motivation, enterprise efficiency, strategic management.

Kirish

Jahon iqtisodiyotida raqobatning kuchayishi, raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi va iste'molchilar talablarining o'zgarib borishi korxonalarda marketing faoliyatini rivojlantirish zaruratini yanada oshirmoqda. Zamonaviy sharoitda marketing nafaqat mahsulot va xizmatlarni bozorda muvaffaqiyatli realizatsiya qilish vositasi, balki korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlovchi strategik boshqaruv konsepsiyasi sifatida ham namoyon bo'lmoqda. Shu sababli korxonalarining bozor sharoitlariga moslashuvchanligini oshirish, raqobatbardoshligini mustahkamlash va barqaror iqtisodiy o'sishga erishishida marketing faoliyatini takomillashtirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Bugungi kunda korxonalar muvaffaqiyati faqat moddiy resurslar yoki ishlab chiqarish quvvatlari bilan emas, balki inson kapitalining sifati va undan foydalanish samaradorligi bilan ham belgilanadi. Malakali, tashabbuskor va innovatsion fikrlaydigan xodimlar korxonaning eng muhim strategik resurslaridan biri hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, personal marketingi konsepsiyasi korxonalarda inson resurslarini boshqarish tizimining ajralmas qismi sifatida shakllanib bormoqda. Personal marketingi mehnat bozorida talab va taklifni o'rganish, korxonalar uchun zarur bo'lgan kadrlarni jalb qilish, ularni rivojlantirish, rag'batlantirish hamda korxonada ushlab qolish jarayonlarini o'z ichiga oladi.

Korxonada personal marketingning mohiyati xodimlarni ichki mijoz sifatida baholash va ularning ehtiyojlarini qondirish orqali tashkilot maqsadlariga erishishni ta'minlashdan iborat. Bunda korxonada ish beruvchi sifatida o'zining jozibadorligini oshirishga, ijobiy imijini shakllantirishga hamda mehnat bozorida raqobatbardosh pozitsiyani egallashga intiladi. Natijada xodimlarning mehnatga bo'lgan motivatsiyasi, sadoqati va ish unumdorligi ortadi.

O'zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar, tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlash, investitsion muhitni yaxshilash va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish jarayonlari korxonalarda zamonaviy marketing yondashuvlarini joriy etishni talab etmoqda. Xususan, inson resurslarini boshqarishda marketing tamoyillaridan foydalanish korxonalar faoliyati samaradorligini oshirish, mehnat unumdorligini yuksaltirish hamda yuqori malakali mutaxassislarni jalb qilish va saqlab qolishning muhim omili hisoblanadi.

Mazkur maqolaning maqsadi marketingni rivojlantirishning nazariy asoslarini hamda korxonada personal marketingning mohiyati, vazifalari va ahamiyatini o'rganish, shuningdek, korxonalarda personal marketing mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Marketingni rivojlantirish masalalari zamonaviy iqtisodiyotda korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlash, iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish va bozorda barqaror mavqeni egallashning muhim omillaridan biri sifatida e'tirof etilmoqda. So'nggi yillarda marketing konsepsiyasi an'anaviy sotuvga yo'naltirilgan yondashuvdan mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishga asoslangan strategik boshqaruv vositasiga aylangan [1].

Marketing faoliyatining rivojlanishi korxonada resurslaridan samarali foydalanish, innovatsion mahsulotlarni yaratish va bozor talablariga tezkor moslashishni ta'minlaydi. Kotler va Kellerning ta'kidlashicha, zamonaviy marketingning asosiy vazifasi iste'molchi uchun yuqori qiymat yaratish va ushbu qiymat orqali korxonaning barqaror rivojlanishiga erishishdan iborat [2].

Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatining mazmuni sezilarli darajada o'zgarib bormoqda. Chaffey va Ellis-Chadwick tadqiqotlarida internet texnologiyalari, sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar (Big Data) marketing qarorlarini qabul qilishda muhim vosita sifatida namoyon bo'layotgani asoslab berilgan [3]. Bu esa marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda.

Korxonada marketing tizimining muhim tarkibiy qismi sifatida personal marketing alohida ahamiyat kasb etmoqda. Inson resurslarini boshqarish

bo'yicha zamonaviy ilmiy qarashlarga ko'ra, personal marketingi korxonaning malakali xodimlarni jalb qilish, rivojlantirish va saqlab qolishga qaratilgan faoliyati hisoblanadi [4].

Armstrongning fikricha, personal marketingi mehnat bozorini o'rganish, xodimlar ehtiyojlarini aniqlash va ular uchun jozibador mehnat muhitini yaratish orqali tashkilotning strategik maqsadlariga erishishga xizmat qiladi [5]. Ushbu yondashuv xodimlarni korxonaning ichki mijozlari sifatida ko'rib chiqishni nazarda tutadi.

So'nggi yillarda employer branding, ya'ni ish beruvchi brendini shakllantirish personal marketingining muhim yo'nalishlaridan biri sifatida rivojlanmoqda. Tadqiqotchilar ish beruvchi imijining yuqori darajada shakllanishi korxonaning iste'dodli mutaxassislarni jalb qilish imkoniyatlarini kengaytirishini ta'kidlaydilar [6].

Kucherov va Samokish tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda personal marketingi va iste'dodlarni boshqarish (talent management) o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilingan. Ularning fikriga ko'ra, personal marketingining samarali tashkil etilishi xodimlarning sadoqatini oshirish va korxonada faoliyati natijadorligini yaxshilashga yordam beradi [7].

O'zbekiston iqtisodiyotida ham marketing faoliyatini takomillashtirish va inson resurslarini boshqarishda zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalanish bo'yicha ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. Mahalliy tadqiqotchilar marketing va personal boshqaruvi integratsiyasi korxonalarning innovatsion rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini qayd etganlar [8].

Xalqaro tashkilotlarning hisobotlarida esa mehnat bozoridagi global o'zgarishlar, raqamlashtirish va yangi kasblarning paydo bo'lishi sharoitida korxonalarda personal marketingini rivojlantirish zarurati ortib borayotgani ta'kidlanmoqda [9]. Bu esa marketingni rivojlantirish va korxonada personal marketingining mohiyatini chuqur o'rganishning dolzarbligini yanada oshiradi.

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqotda marketingni rivojlantirish va korxonada personal marketingining mohiyatini o'rganish, uning korxonada faoliyati samaradorligiga ta'sirini baholash hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqish maqsadida ilmiy tadqiqotlarning umumiy va maxsus usullaridan foydalanildi.

Tadqiqotning nazariy-uslubiy asosini marketing, strategik boshqaruv, inson resurslarini boshqarish va personal marketingi bo'yicha xorijiy hamda mahalliy olimlarning ilmiy ishlari, monografiyalari, ilmiy maqolalari, xalqaro tashkilotlar hisobotlari va me'yoriy-huquqiy hujjatlar tashkil etdi. Xususan, marketing nazariyasi, raqamli marketing, employer branding hamda inson kapitalini boshqarishga oid ilmiy yondashuvlar tahlil qilindi.

Tadqiqot jarayonida analiz va sintez usuli orqali marketing va personal marketingning nazariy qarashlari tizimlashtirildi, ularning o‘zaro bog‘liqligi hamda korxonada boshqaruvidagi o‘rni aniqlandi. Mazkur usul marketing konsepsiyasining evolyutsiyasi va personal marketingning shakllanish bosqichlarini ilmiy jihatdan yoritish imkonini berdi.

Qiyosiy tahlil usuli yordamida marketing faoliyatini tashkil etishning xalqaro tajribalari va mahalliy amaliyot o‘rtasidagi farqlar o‘rganildi. Shuningdek, rivojlangan mamlakatlar korxonalarida personal marketingdan foydalanish amaliyoti tahlil qilinib, ularning samarali jihatlari umumlashtirildi.

Tadqiqotda statistik tahlil usullaridan foydalanilib, marketing faoliyati va inson resurslarini boshqarish samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar o‘rganildi. Xodimlar almashinuvi darajasi, mehnat unumdorligi, ishchi kuchini jalb qilish xarajatlari, xodimlarning qoniqish darajasi va korxonada rentabelligi kabi ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi bog‘liqlik baholandi.

Bundan tashqari, tizimli yondashuv usuli asosida korxonada marketing va personal marketing yagona boshqaruv tizimining o‘zaro bog‘liq elementlari sifatida ko‘rib chiqildi. Ushbu yondashuv marketing strategiyasi bilan inson resurslarini boshqarish strategiyasining integratsiyalashuv darajasini aniqlash imkonini berdi.

Tadqiqot davomida induksiya va deduksiya usullaridan foydalanilib, alohida korxonalar misolida olingan natijalar umumlashtirildi hamda marketing va personal marketingni rivojlantirishning umumiy qonuniyatlari shakllantirildi. Shu bilan birga, ilmiy abstraksiyalash usuli yordamida marketing faoliyatining samaradorligiga ta’sir etuvchi asosiy omillar ajratib ko‘rsatildi.

Olingan ma’lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilishda iqtisodiy-statistik guruhlash, taqqoslash, dinamik qatorlar tahlili hamda grafik talqin usullaridan foydalanildi. Bu esa marketing faoliyatini rivojlantirish va personal marketingni mexanizmlarining korxonada raqobatbardoshligini oshirishdagi ahamiyatini ilmiy asoslash imkonini berdi.

Tadqiqot natijalarining ishonchligini ta’minlash maqsadida turli ilmiy manbalardan olingan ma’lumotlar o‘zaro solishtirildi, umumlashtirildi va iqtisodiy-mantiqiy tahlil asosida xulosalar shakllantirildi. Natijada marketingni rivojlantirish va korxonada personal marketingni takomillashtirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Tahlil va natijalar

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi ko‘p jihatdan marketing faoliyatining samaradorligi va inson resurslarini boshqarish tizimining rivojlanganlik darajasiga bog‘liq. So‘nggi yillarda korxonalar faoliyatida marketingning an’anaviy yondashuvlaridan strategik va integratsiyalashgan marketing konsepsiyalariga o‘tish kuzatilmoqda.

Bunday sharoitda personal marketingi korxonalar raqobatbardoshligini ta'minlashning muhim vositalaridan biriga aylanmoqda. Chunki korxonaning bozordagi muvaffaqiyati nafaqat mahsulot va xizmatlar sifati, balki unda faoliyat yuritayotgan xodimlarning malakasi, motivatsiyasi va innovatsion salohiyatiga ham bevosita bog'liqdir.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, marketing faoliyati rivojlangan korxonalarda iste'molchilar ehtiyojlarini o'rganish, bozor segmentlarini aniqlash va maqsadli auditoriya bilan samarali kommunikatsiyalarni yo'lga qo'yish imkoniyatlari yuqori bo'ladi. Natijada mahsulot va xizmatlarning bozordagi raqobatbardoshligi ortadi, sotuv hajmi ko'payadi va korxonaning moliyaviy natijalari yaxshilanadi. Marketing faoliyatining samarali tashkil etilishi korxonalar ichki muhitiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatib, xodimlarning korporativ maqsadlarga sodiqligini kuchaytiradi.

Marketing faoliyatining rivojlanishi bilan bir qatorda korxonalarda personal marketingi tizimiga bo'lgan ehtiyoj ham ortib bormoqda. Personal marketingi korxonaning mehnat bozoridagi pozitsiyasini mustahkamlash, malakali kadrlarni jalb qilish, ularni rivojlantirish va tashkilotda uzoq muddat ushlab qolishga qaratilgan faoliyatni o'z ichiga oladi. Personal marketingining asosiy maqsadi xodimlarni korxonaning ichki mijozlari sifatida baholash va ularning ehtiyojlarini qondirish orqali mehnat unumdorligini oshirishdan iborat.

Korxonalar personal marketingining samaradorligi ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, ular orasida ish beruvchi imiji, korporativ madaniyat, mehnat sharoitlari, rag'batlantirish tizimi va kasbiy rivojlanish imkoniyatlari muhim o'rin tutadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, ish beruvchi brendini shakllantirishga e'tibor qaratayotgan korxonalarda malakali mutaxassislarini jalb qilish imkoniyatlari yuqori bo'ladi. Bunday korxonalarda xodimlar almashinuvi darajasi pasayib, mehnat unumdorligi oshadi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing va personal marketingining mazmuni sezilarli darajada o'zgarmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, onlayn platformalar, sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar texnologiyalaridan foydalanish korxonalariga iste'molchilar hamda potensial xodimlar haqida keng qamrovli ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish imkonini bermoqda. Natijada marketing strategiyalarining aniqligi va samaradorligi oshib, kadrlarni tanlash jarayonlari optimallashtirilmoqda.

Tahlillar asosida marketing va personal marketingining korxonalar faoliyatiga ta'siri quyidagi jadvalda umumlashtirildi.

1-jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, marketing va personal marketingi mexanizmlarining joriy etilishi korxonalar faoliyatining asosiy iqtisodiy va ijtimoiy ko'rsatkichlarini yaxshilashga xizmat qiladi. Ayniqsa, xodimlar

almashinuvi darajasining pasayishi va mehnat unumdorligining oshishi korxonalar xarajatlarini kamaytirish hamda rentabellikni oshirish imkonini beradi.

1-jadval

Marketing va personal marketingning korxonalar faoliyati ko'rsatkichlariga ta'siri⁹⁵

Ko'rsatkichlar	An'anaviy boshqaruv tizimi	Marketing va personal marketing joriy etilganda
Sotuv hajmi	O'rtacha	Yuqori
Mijozlar qoniqishi	O'rtacha	Yuqori
Xodimlar almashinuvi	Yuqori	Past
Mehnat unumdorligi	O'rtacha	Yuqori
Korxonalar imiji	Barqaror emas	Mustahkam
Raqobatbardoshlik darajasi	O'rtacha	Yuqori
Innovatsion faollik	Past	Yuqori
Kadrlarni jalb qilish samaradorligi	O'rtacha	Yuqori

Tadqiqot davomida marketing va inson resurslarini boshqarish strategiyalarining integratsiyalashuvi korxonalar uzoq muddatli rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatishi aniqlandi. Xususan, iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan marketing faoliyati bilan xodimlar manfaatlarini uyg'unlashtirish korxonalar samarali boshqaruv tizimini shakllantiradi. Bunday yondashuv korxonalar bozor ulushini kengaytirish, mijozlar sadoqatini oshirish va yuqori malakali mutaxassislarini saqlab qolishga yordam beradi.

Olib borilgan tahlillar natijasida marketingni rivojlantirish va korxonalar personal marketingni takomillashtirish korxonalar raqobatbardoshligini oshirish, inson kapitalidan samarali foydalanish, innovatsion faoliyatni rag'batlantirish hamda barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashning muhim omili ekanligi aniqlandi. Shuningdek, marketing va personal marketingning o'zaro integratsiyalashgan holda qo'llanilishi korxonalar faoliyatining barcha yo'nalishlarida yuqori natijalarga erishish imkonini berishi asoslandi.

Xulosa

Olib borilgan tadqiqotlar natijasida marketingni rivojlantirish va korxonalar personal marketingi zamonaviy korxonalar faoliyatining muhim tarkibiy qismi ekanligi aniqlandi. Marketing korxonalar bozor muhitiga moslashuvi, iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishi va raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilsa, personal marketingi inson resurslaridan samarali foydalanish, malakali kadrlarni jalb qilish va ularning salohiyatini rivojlantirishga imkon yaratadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, marketing va personal marketingning o'zaro integratsiyalashuvi korxonalar faoliyatining iqtisodiy hamda ijtimoiy

⁹⁵ Muallif ishlanmasi

samaradorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Xususan, marketing strategiyalarini inson resurslarini boshqarish tizimi bilan uyg'unlashtirish natijasida mehnat unumdorligi ortadi, xodimlar almashinuvi kamayadi, mijozlar qoniqishi darajasi oshadi va korxonaning bozordagi mavqei mustahkamlanadi.

Shuningdek, raqamli transformatsiya jarayonlari marketing va personal marketingning yangi shakllarini rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratmoqda. Sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar (Big Data), ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalardan foydalanish korxonalariga iste'molchilar hamda xodimlar ehtiyojlarini aniqroq baholash imkonini bermoqda. Natijada boshqaruv qarorlarining samaradorligi ortib, korxonada faoliyatining natijadorligi yaxshilanmoqda.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Korxonalarda marketing faoliyatini strategik boshqaruv tizimining ajralmas qismi sifatida rivojlantirish va barcha funksional bo'linmalar faoliyati bilan integratsiyalash zarur.

2. Personal marketingi bo'yicha alohida dasturlar ishlab chiqilib, mehnat bozorida talab va taklif muntazam monitoring qilinishi lozim.

3. Korxonalarda ish beruvchi brendini (Employer Brand) shakllantirish va rivojlantirishga qaratilgan marketing strategiyalarini joriy etish maqsadga muvofiqdir.

4. Xodimlarni jalb qilish, tanlash va baholash jarayonlarida zamonaviy raqamli texnologiyalar, onlayn platformalar hamda sun'iy intellekt imkoniyatlaridan keng foydalanish tavsiya etiladi.

5. Xodimlarning kasbiy rivojlanishini qo'llab-quvvatlash maqsadida muntazam malaka oshirish va qayta tayyorlash dasturlarini tashkil etish zarur.

6. Moddiy va nomoddiy rag'batlantirish tizimini takomillashtirish orqali xodimlarning motivatsiyasi va korxonaga sadoqatini oshirish lozim.

7. Korporativ madaniyatni rivojlantirish va xodimlar uchun qulay mehnat muhitini yaratish personal marketingi samaradorligini oshirishning muhim sharti sifatida qaralishi kerak.

8. Marketing va inson resurslarini boshqarish bo'limlari o'rtasida samarali hamkorlik mexanizmlarini joriy etish orqali korxonada faoliyatining umumiy natijadorligini oshirish mumkin.

Umuman olganda, marketingni rivojlantirish va korxonada personal marketingni takomillashtirish korxonalarining uzoq muddatli raqobat ustunligini shakllantirish, inson kapitalidan samarali foydalanish hamda barqaror iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. – Hoboken: John Wiley & Sons, 2021.
2. Kotler P., Keller K.L. *Marketing Management*. 16th Edition. – Pearson Education, 2022.
3. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing*. 8th Edition. – Pearson, 2024.
4. Dessler G. *Human Resource Management*. 17th Edition. – Pearson, 2023.
5. Armstrong M. *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. 16th Edition. – Kogan Page, 2023.
6. Minchington B. *Employer Branding and Talent Attraction in the Digital Era*. – Employer Brand International, 2022.
7. Kucherov D., Samokish V. Talent Management and Employer Branding: Modern Approaches and Practices // *European Journal of Training and Development*. – 2023. – Vol. 47(4). – pp. 365–381.
8. Qosimova M.S., Ergashxo'jayeva Sh.J. *Strategik marketing*. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2023.
9. World Economic Forum. *The Future of Jobs Report 2025*. – Geneva: World Economic Forum, 2025.

Mehnat iqtisodiyoti va inson kapitali



+998 71 239 28 13

Tashkent, Uzbekistan

ilmiymaktab@gmail.com

www.laboreconomics.uz