

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА НА ЭКОНОМИКУ: ДРАЙВЕР РОСТА,
ИННОВАЦИЙ И ЗАНЯТОСТИ

Ш.А. Алимова

Азиатский международный университет.

Курбанова Азиза

Студентка Азиатского международного университета.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15512559>

Аннотация. Маркетинг давно перестал быть инструментом только продвижения товаров. Сегодня он выступает ключевым фактором экономического развития, стимулируя инновации, оптимизируя производство и создавая новые рынки.

В статье анализируется, как маркетинг влияет на макроэкономические показатели: рост ВВП, занятость, конкурентоспособность предприятий и удовлетворение потребительских запросов. На примере кейсов мировых компаний показано, как грамотные маркетинговые стратегии превращаются в драйверы экономической трансформации. Отдельное внимание уделяется роли маркетинга в сокращении безработицы и формировании добавленной стоимости.

Ключевые слова: Маркетинг как драйвер экономики, Экономический рост, Инновации и R&D (исследования и разработки), Добавленная стоимость, Оптимизация производства, Цифровой маркетинг (Digital Marketing), Брендинг и позиционирование, Расширение рынков (включая экспорт), Устойчивое развитие (ESG-маркетинг).

В условиях глобализации и цифровизации экономики маркетинг становится не просто инструментом продаж, а стратегическим ресурсом развития. По данным Всемирной федерации маркетинга (2022), 67% компаний, инвестирующих более 10% бюджета в маркетинговые исследования, демонстрируют ежегодный рост выручки на 15–20%. Это подтверждает гипотезу о прямой связи между маркетингом и экономической эффективностью. Цель статьи — раскрыть многогранное влияние маркетинга на экономику через призму его функций: от стимулирования инноваций до формирования новых рабочих мест. Актуальность темы обусловлена необходимостью переосмысления роли маркетинга в эпоху ESG-трансформации и цифровых рынков.

Маркетинг как катализатор экономического роста

Экономический рост базируется на повышении производительности, расширении рынков и удовлетворении спроса. Маркетинг здесь выполняет три ключевые роли:

Стимулирование инноваций. Пример: компания Apple, благодаря фокусу на потребительских трендах (удобство, экосистема устройств), ежегодно инвестирует \$20 млрд в R&D, создавая новые продукты и рабочие места.

Оптимизация цепочек создания стоимости. Маркетинговые аналитика и Big Data позволяют снижать логистические издержки на 30% (кейс Amazon).

Расширение экспортного потенциала. Брендинг Южной Кореи («К-волна») увеличил экспорт культурных товаров на \$12 млрд за 5 лет.

Формирование добавленной стоимости через дифференциацию

Маркетинг трансформирует базовые товары в уникальные предложения, позволяя компаниям устанавливать премиальные цены.

Например:

- Coca-Cola, позиционируя напиток как «символ счастья», сохраняет рыночную долю 46% в сегменте газировок.
- Компания Tesla, сделавшая упор на экологичность, достигла капитализации \$700 млрд, хотя доля электромобилей в мире — всего 10%.

Маркетинг и занятость: новые профессии цифровой эры

С 2010 года сектор digital-маркетинга создал 8 млн рабочих мест (данные LinkedIn). Востребованными становятся, специалисты по аналитике данных (рост вакансий на 140% с 2020 г.). Контент-менеджеры и SMM-эксперты. Маркетологи в области устойчивого развития (ESG).

Минимизация рисков и борьба с кризисами

Во время пандемии 2020–2021 гг. компании с развитыми маркетинговыми стратегиями (Nike, Netflix) не только сохранили доходы, но и нарастили их за счет: Перехода в онлайн (Nike увеличил digital-продажи на 82%). Персонализации предложений (Netflix с алгоритмами рекомендаций).

Маркетинг эволюционировал из инструмента продаж в системный элемент экономики. Он стимулирует инновации, создает рабочие места, помогает компаниям адаптироваться к кризисам и формирует глобальные рынки. В будущем его роль усилится благодаря технологиям AI и фокусу на устойчивом развитии. Для государств инвестиции в маркетинговое образование и поддержка малого бизнеса в этой сфере станут ключом к конкурентоспособности в XXI веке.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Qudratova, G. M. (2025). TEXNOLOGIK PARKLARNING MINTAQA INNOVATSION RIVOJLANISHINI TA'MINLASHDAGI AHAMIYATI. *YANGI O'ZBEKISTON, YANGI TADQIQOTLAR JURNALI*, 2(8), 170-178.
2. Sodiqova, N. (2025). IQTISODIYOT FANLARINI O'QITISHDA TALABALAR TEXNIK TAFAKKURINI RIVOJLANTIRISHNING AMALDAGI HOLATI VA TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI. " ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ АКМЕОЛОГИЯ" *международный научно-методический журнал*, 2(19).
3. Bahodirovich, K. B. (2025, April). STRUCTURE OF THE CASH FLOWS STATEMENT. In *CONFERENCE OF MODERN SCIENCE & PEDAGOGY* (Vol. 1, No. 1, pp. 325-330).
4. Алимова, Ш. А. (2025). УСТОЙЧИВЫЕ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК: ОТ ТРЕНДА К НЕОБХОДИМОСТИ РАСШИРЕННАЯ ВЕРСИЯ. *Modern Science and Research*, 4(5), 76-81.
5. Toshov, M. H. (2025). SANOAT KORXONALARIDA MEHNATGA HAQ TO'LASH TIZIMINI BOSHQARISH. *Modern Science and Research*, 4(4).
6. Azimov, B. (2025). METHODS AND MODELS FOR ASSESSING THE SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY OF REGIONAL INNOVATION INFRASTRUCTURE. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 685-691.
7. Ikromov, E. I., & Safarova, J. (2025). O'ZBEKISTONDA YASHIL TADBIRKORLIKNI HUDUDLARDA RIVOJLANTIRISHI ISTIQBOLLARI. *Modern Science and Research*, 4(4), 421-428.
8. Raxmonqulova, N. O. (2025). DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY ON A GLOBAL SCALE AND THE EXPERIENCE OF COUNTRIES. *SHOKH LIBRARY*.
9. Shadiyev, A. X. (2025). MINTAQANING IJTIMOIIY-IQTISODIY RIVOJLANISHINI BOSHQARISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH. *STUDYING THE PROGRESS OF SCIENCE AND ITS SHORTCOMINGS*, 1(7), 145-150.
10. Naimova, N. (2025). THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON MODERN ECONOMIC PROFESSIONS. *Journal of Multidisciplinary Sciences and Innovations*, 1(2), 153-155.
11. Bazarova, M. (2025). FEATURES OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF INNOVATION RISK MANAGEMENT OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION

- IN THE PROCESS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF ACTIVITIES. *Journal of Multidisciplinary Sciences and Innovations*, 1(2), 161-164.
12. Jumayeva, Z. (2025). THE ROLE OF MICROECONOMIC ANALYSIS IN ENHANCING ECONOMIC EFFICIENCY THROUGH MARKET EQUILIBRIUM ANALYSIS. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 634-637.
13. Bobojonova, M. (2025). GREEN ENTREPRENEURSHIP IN UZBEKISTAN AND ITS OPPORTUNITIES. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 592-595.
14. Jumayeva, Z. (2025). THE FORMATION OF THE GREEN ECONOMY CONCEPT, STAGES OF DEVELOPMENT AND ITS RELEVANCE. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 262-266.
15. Ibragimov, A. (2025). TAX POLICY AND IMPACT ON ECONOMIC DEVELOPMENT. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 259-261.
16. Djurayeva, M. (2025). ISSUES OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 596-598.
17. Umarova, H. (2025). RIVOJLANGAN MAMLAKATLARDA KORXONA RISKLARINI BOSHQARISH VA BAHOLASH AMALIYOTI TAHLILI. *Modern Science and Research*, 4(5), 158-161.
18. Aslanova, D. (2025). CHALLENGES OF IMPLEMENTING MODERN MANAGEMENT PRINCIPLES IN THE TOURISM INDUSTRY. *Journal of Multidisciplinary Sciences and Innovations*, 1(2), 119-121.
19. Rajabova, D. (2025). SPECIFIC FEATURES AND FACTORS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE ENVIRONMENT IN INDUSTRIAL ENTERPRISES. *Journal of Applied Science and Social Science*, 1(2), 474-479.
20. Игамова, Ш. З. (2024). МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ. *Gospodarka i Innowacje*, 43, 335-340.
21. Akramova, O. (2025). FOREIGN COUNTRIES IN EXPERIENCE INVESTMENT ATTRACTIVENESS INCREASE MECHANISMS AND UZBEKISTAN IN PRACTICE USE OPPORTUNITIES. *Journal of Multidisciplinary Sciences and Innovations*, 1(1), 395-398.

22. Jumayev, B. (2025). BIG DATA: CUSTOMER CREDIT ANALYSIS USING DIGITAL BANKING DATABASE. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(2), 1056-1059.
23. Gafarova, D. (2025). INNOVATION POLICY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN: ACHIEVEMENTS AND PROSPECTS. *Journal of Multidisciplinary Sciences and Innovations*, 1(2), 165-167.
24. Raximova, L. (2025). DIRECTIONS AND PRIORITY FEATURES OF THE TRANSITION TO THE "GREEN ECONOMY". *Journal of Multidisciplinary Sciences and Innovations*, 1(2), 156-160.