

## 4-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этиш

1.

- Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетингнинг аҳамияти.

2.

- Тадбиркорлик фаолиятида бозор сегментациясининг моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари.

3.

- Бозор имкониятларида бизнесдаги кучли томонларнинг мувофиқлиги.

4.

- Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида реклама фаолиятини ташкил этиш.

5.

- Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш.

6.

- Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти учун маркетинг дастурини ишлаб чиқиш.

# 1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетингнинг аҳамияти

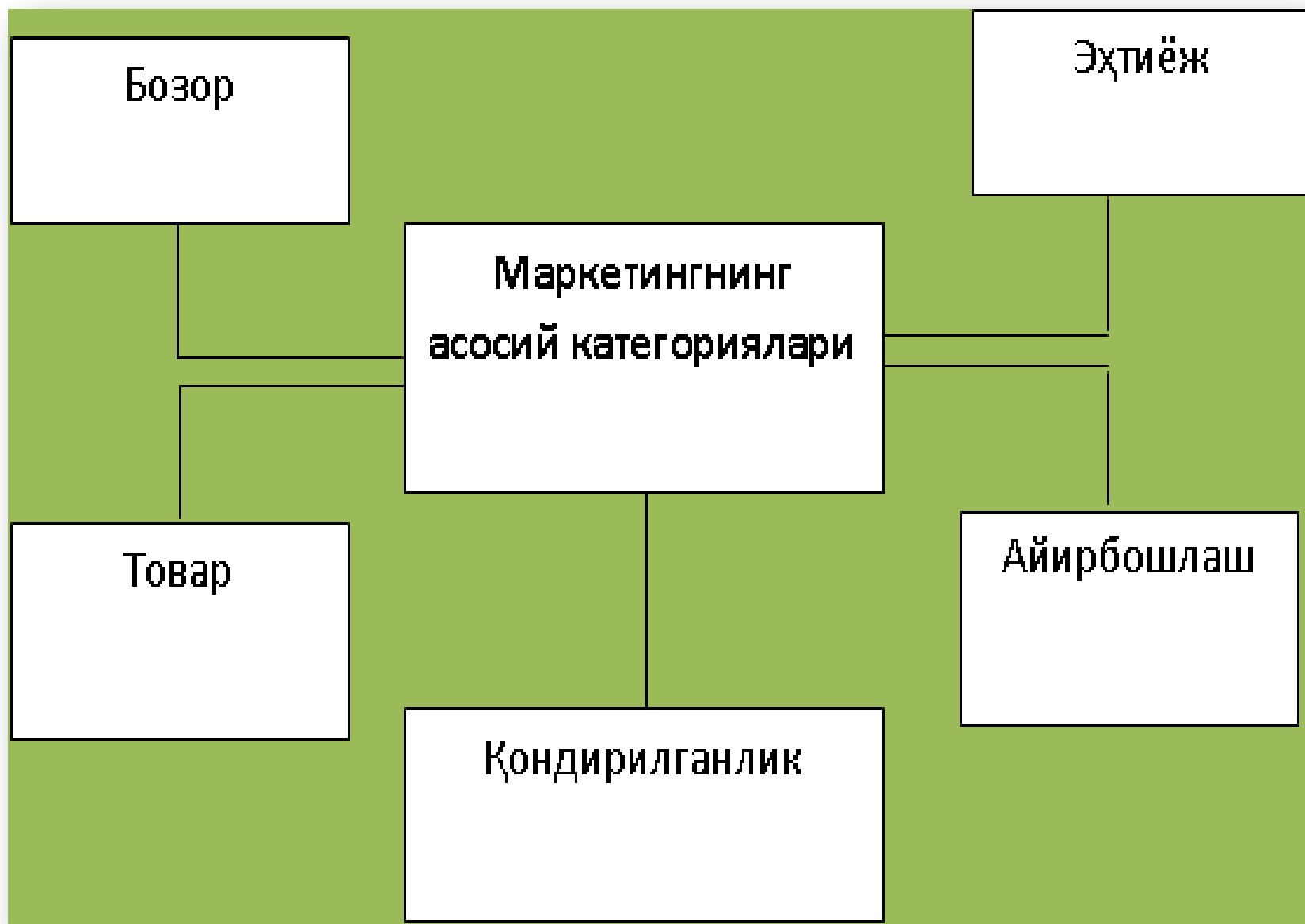
Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида қарор қабул қилиш ва уни ишлаб чиқишда кичик бизнес ва тадбиркорликнинг самарали воситаси ҳамда асоси бўлиб маркетинг ҳисобланади ҳамда кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини бошқариш тизимида, уни ташкил этишда, режалаштириш ва назорат қилишда муҳим аҳамият касб этади.

# Америка ассоциация таърифи

**Маркетинг** - шундай жараёндан иборатки, унинг ёрдамида ўйланган ғоя режалаштирилади ва амалга оширилади, нархлар ташкил этилади, ғоялар, товарлар ва хизмат кўрсатишлар ҳаракати ва сотишни, айрим шахслар ва ташкилотларни мақсадлари айирбошлаш ёрдамида қондирилади.

# Джонс таърифи

*Маркетинг – бу тадбиркорларнинг таянч омилидир. Бу нафақат ёқилғи, балки кема компасидир.*



## *Маркетинг тамойиллари*

Истеъмолчиларга нима керак бўлса  
ўшани ишлаб чиқариш керак

Бозорга товарлар ва хизматлар таклифи билан эмас,  
балки истеъмолчилар муаммоларини ечиш воситалари  
билан ишлаш

Товар ишлаб чиқаришни эҳтиёж ва талабни тадқиқ  
қилгандан сўнг ташкил этиш керак

Режалаштирилаётган натижаларга эришиш  
мақсадида маркетинг фаолияти элементларини танлаш

Маркетинг концепцияси воситаларини куллаш асосида  
маркетинг дастурини шакллантиришга олиб келувчи  
қуйилкаг мақсадларга эришиш учун комплекс ёндошиш  
ва мақсадли дастур услубини ишлатиш

*Харидорлар эҳтиёжини,  
урганиш ва аниқлаш*

*Нарҳнинг фаолиятини  
харидорлар эҳтиёжига  
мослаштириш*

*Товарларга булган  
талабни истиқболлаш,  
уларни амалга  
оширишни  
назорат қилиш*

**МАРКЕТИНГ  
ВАЗИФАЛАРИ**

*Товарни бозорга  
чиқаришдаги барча  
хизматлар тугрисида  
маълумотлар олиш*

*Аввало талаб ва таклиф тугрисида  
олинган маълумотлар асосида  
бозорни урганиш*

*Тўлдирувчи товарлар  
ва урнини босувчи товарлар  
тугрисида ахборот йиғиш*









# МАРКЕТИНГ

Маҳсулотларни  
ишлаб чиқариш

- Сифат
- Харажатлар
- Қўйиладиган талаблар

Маҳсулотларни сотиш

Бозорни  
урганиш

- Талаб
- Таклиф

Бозорга таъсир  
утқазии чоралари

- Сотувни ташқил этиш
- Савдо
- Реқлама

## 2. Тадбиркорлик фаолиятида бозор сегментациясининг моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари

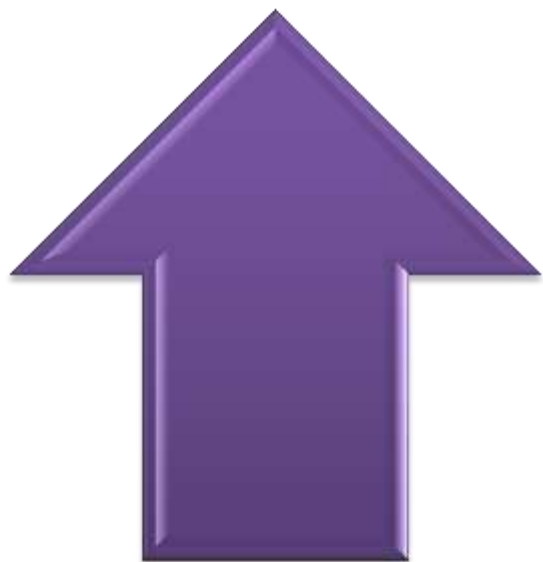
**Бозор сегментацияси**-харидорларнинг товарларни сотиб олишдаги хулқ-атворлари, талаби ва товарларга муносабатидаги хусусиятларига қараб гуруҳларга ажратиш.



Бозорда харидорларнинг маълум бир товарга бўлган талаблари хилма-хилдир, хар бир харидорнинг ўзининг диди бор.

Харидорнинг талаби, хоҳиши, эҳтиёжи, турмуш тарзи, товар сотиб олишдаги хулқ-атвори ҳақидаги маълумотлар самарали маркетинг тадбирлари ишлаб чиқиш ва амалга ошириш имкониятларини вужудга келтиради.

Бозор сегментацияси харидорларнинг талабига мувофиқ товарни таклиф этилишини ва товарга талабни катъийлигини таъминлайди.



*Сегментлашнинг асосий  
мақсади*



*Бозордаги  
ҳаракатларни  
уларнинг  
(моделини)  
қелажақдаги  
талабларни  
қилишдан иборат.*

*ҳатти-  
урганиб,  
образини  
ва  
эҳтиёж  
тасаввур*



Бозорни сегментлаш, бозорни урганишнинг асосий усулидир. Унинг ердамида бозор (унинг тарқибий қисмлари) сегментларга булинади.

Бозор сегменти-бу истеъмолчилар, товарлар, рақобатчиларнинг шундай ажратилган қисмиқи , улар учун умумий хусусиятлар ҳосдир.

Бозорни тугри сегментлаш, шу сегментнинг специфик эҳтиежларига қатъий риоя қилинган ҳолда қам ҳаражатлар билан товар етқазиб беришни тугри ташқил қилишдан иборатдир.

# Харидорларга қараб бозорни сегментлаш мезонлари



Республикамизда олиб борилаётган маркетинг фаолиятларида аҳоли асосан 5 гуруҳга булинади:

мактаб ёшигача

мактаб ёшида

18-30 ёшгача

30-50 ёшгача

50 ёш ва  
ундан катталар





3-4 киши

1-2 киши

5 ва ундан  
юкорирок

Маркетингда асосан  
мамлакат ахолиси  
оиласининг сони  
буйича 3 гурухга  
булинади



# Бозорни сегментлаш

## Сегментлашни характердан боғликлигига кура

макросегментлаш

микросегментлаш

Ичкарида сегментлаш

Чукур сегментлаш

Аввалдан сегментлаш

Яқуний сегментлаш

## Истеъмолчилар турига кура

Истеъмол товарлари истеъмолчиларини сегментлаш

Ишлаб чиқариш техник товарлар буйича истеъмолчиларини сегментлаш

Икки турдаги товар истеъмолчиларини сегментлаш

Географик тамоил  
оркали бозорни  
жойлашуви, аҳолининг  
сони ва зичлиги, тижорат  
фаолиятининг тузилиши,  
регионни ривожлани  
динамикаси, инфляция  
даражаси, ҳукукий  
чеклашлар ҳисобга  
олинади.

Психографик тамоил  
натijasида ҳаёт тарзи,  
шахснинг типи, жамоат  
ҳолати каби ҳисобга  
олиниб, турмуш  
тарзи шахснинг уз  
фаолиятида,  
кизикишларида,  
катъиятида ва  
этикодларида уз аксини  
топади. Шахснинг тури эса  
ҳаётдан мамнун,  
меланхолик, узгалардек  
иш курувчи, узбилармон  
ва бошқа ҳислатларда  
булиши мумкин.

## Хулк-атвор тамойили

- оркали харид килишга йул, фойдаланувчи макоми, истеъмол жадаллиги, богланиб колиш даражаси, товар хакида маълумот бериш, товарга булган муносабати хисобга олинади.

## Демографик тамойил

- оилани сони ва сифат таркиби, оиланинг хаётгийлик цикли боскичи, даромадлилик даражаси, машгулот тури, маълумоти, миллати кабилар инобатга олинади хамда бозор сегментациясининг асосий тамойилларидан бири хисобланади.

# Мақсадли бозор сегментларини танлаш



дифференциаллан  
маган маркетинг



дифференциаланг  
ан маркетинг



концентрланган  
маркетинг

Мақсадли  
сегментларни  
танлашда  
қуйидаги  
стратегиялардан  
фойдаланиш  
мумкин

### 3. Бозор имкониятларида бизнесдаги кучли томонларнинг мувофиқлиги

Мақсадлар	Курсаткичлар
Бозорни эгаллаш	Бозор улуши, оборот; товарни роли ва ахамияти, янги бозорларни камраб олиш
Рентабеллик	Фойда, оборотга нисбатан рентабеллик, шахс капиталини рентабеллиги, умумий капитални рентабеллиги
Молиявий баркарорлик	Кредитга лаёқатлиги, ликвидлиги, уз-узини молиялаштириш даражаси, капитални рентабеллиги
Ижтимоий мақсадлар	Иш билан коникиш, даромад даражаси ва ижтимоий интеграция, шахсий ривожланиш
Бозордаги позиция ва престиж	Мустакиллиги, имидж, сиёсий шароитга муносабати, жамиятни тан олиши

## 4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида реклама фаолиятини ташкил этиш

Реклама

Бир томонлама оммавий коммуникациянинг тўловли тури бўлиб, у аниқ бир хомийдан чиқиб, фирма фаолиятини бевосита ёки билвосита қўллаб қувватлашга хизмат қилади





# Рекламанинг фаолият доираси ўз ичига қуйидагиларни олади



## 5. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш

### Маркетинг тадқиқотларининг асосий мақсади

- унинг вужудга келиш, шаклланиш ва ривожланишнинг объектив сабаблари, зарурати билан белгиланади, ҳамда унинг мақсади ниҳоятда кенг ва мураккаб масалаларни ҳал қилишга қаратилган.

## 6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти учун маркетинг дастурини ишлаб чиқиш

Тор маънода маркетинг дастури (бизнес режа) ҳужжат бўлиб, корxonанинг бозорда аниқ фаолият кўрсатиш тамойилини ифодалайди. Маркетинг дастури кенгрок маънода эса корхона имкониятларини бозор талабларига мослаштиришга йўналтирилган таҳлил, режалаштириш ва назорат қилиш жараёни деб қаралади.

*Бозор ривожланишининг  
қисқа таҳлили ва башорати*

*Фирма ривожланишининг  
асосий мақсади*

*Бозордаги ҳуқ-атворининг  
стратегик йули*

*Маркетинг  
тадқиқотлари мазмуни*

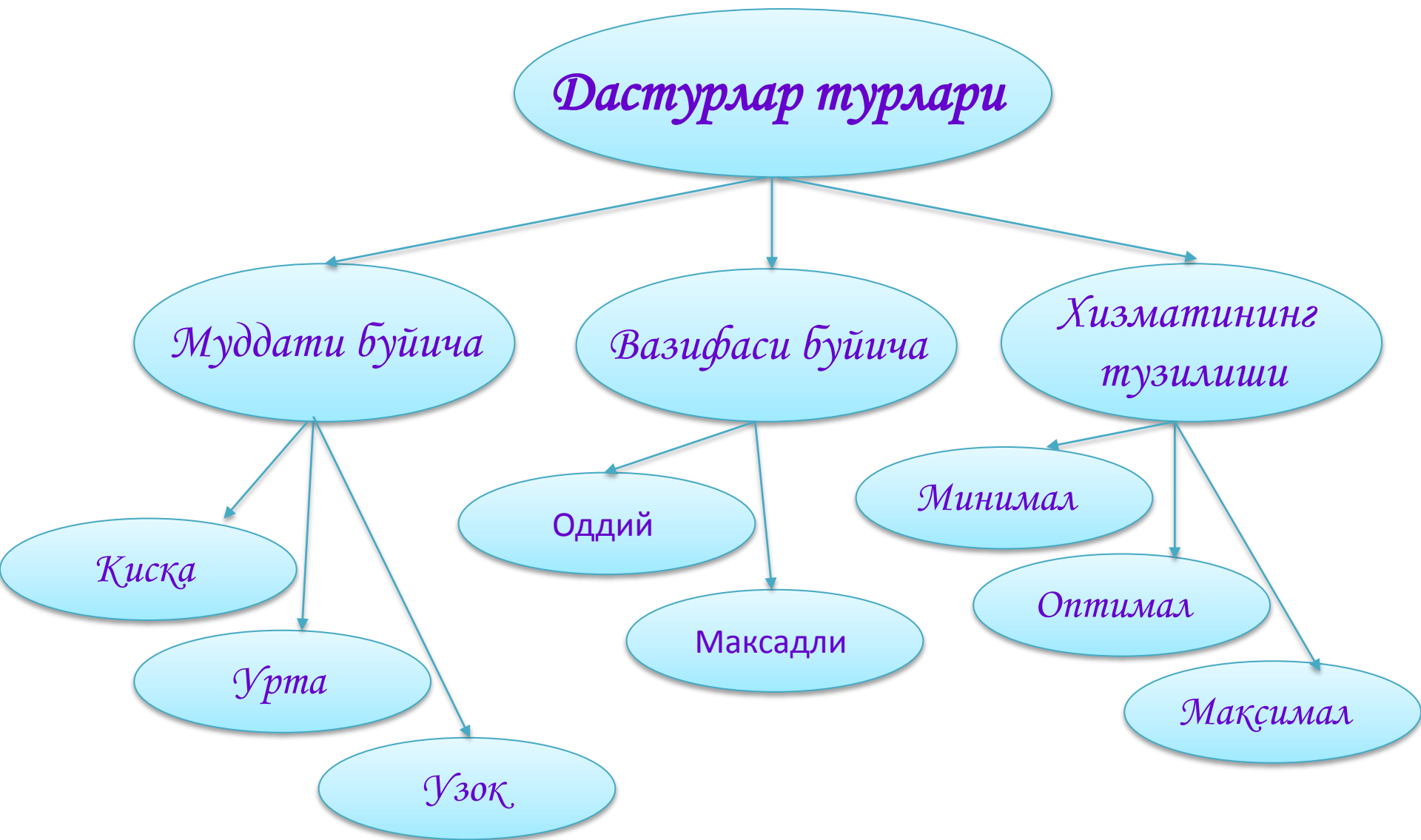
*Маркетинг дастурини  
амалга ошириш  
буйича назорат*

*Маркетинг  
дастурининг  
мазмуни*

*Харажатлар сметаси*

*Маркетинг ҳарақатлари  
самарадорлигини олдиндан  
баҳолаш*

*Товар, нарх, сотиш ва  
рағбатлантириш  
сиёсатларининг чора  
тадбирлари*



# Маркетинг дастури мажмуи

