

**ТИҚХММИ” МТУ “Машиналардан фойдаланиш ва таъмирлаш” кафедраси катта ўқитувчиси (PhD)
Бердимуродов Усман Суюнович**



ТИҚХММИ

Toshkent Irrigatsiya va Qishloq Xo'jaligini
Mehanzatsiyalash Muxandislari Instituti



**2.MAVZU: Insonlarni istemol
talablarini qondirish
marketingni ijtimoiy asosi
ekanligi**

Reja:

- 1.1 Marketingni ist`molga ta`siri.**
- 1.2 Insonlar talablarini o`rganish marketing.**
- 1.3 Bozor umumlashgan istemol talablarini xarid qiluvchidir.**
- 1.4 Marketingni boshqaruvi va uning vazifalari .**
- 1.5 Marketingni boshqaruv konspisyasi**

Tayanch so'zlar; *Istemol talab marketing, marketingning tadqiqoti, muxit tashqi muxit marketingni strategiyasi, difirensiyalangan marketing, ummumlashgan marketing, axborotlar papkasini aytish sado markasi firma markasi.*

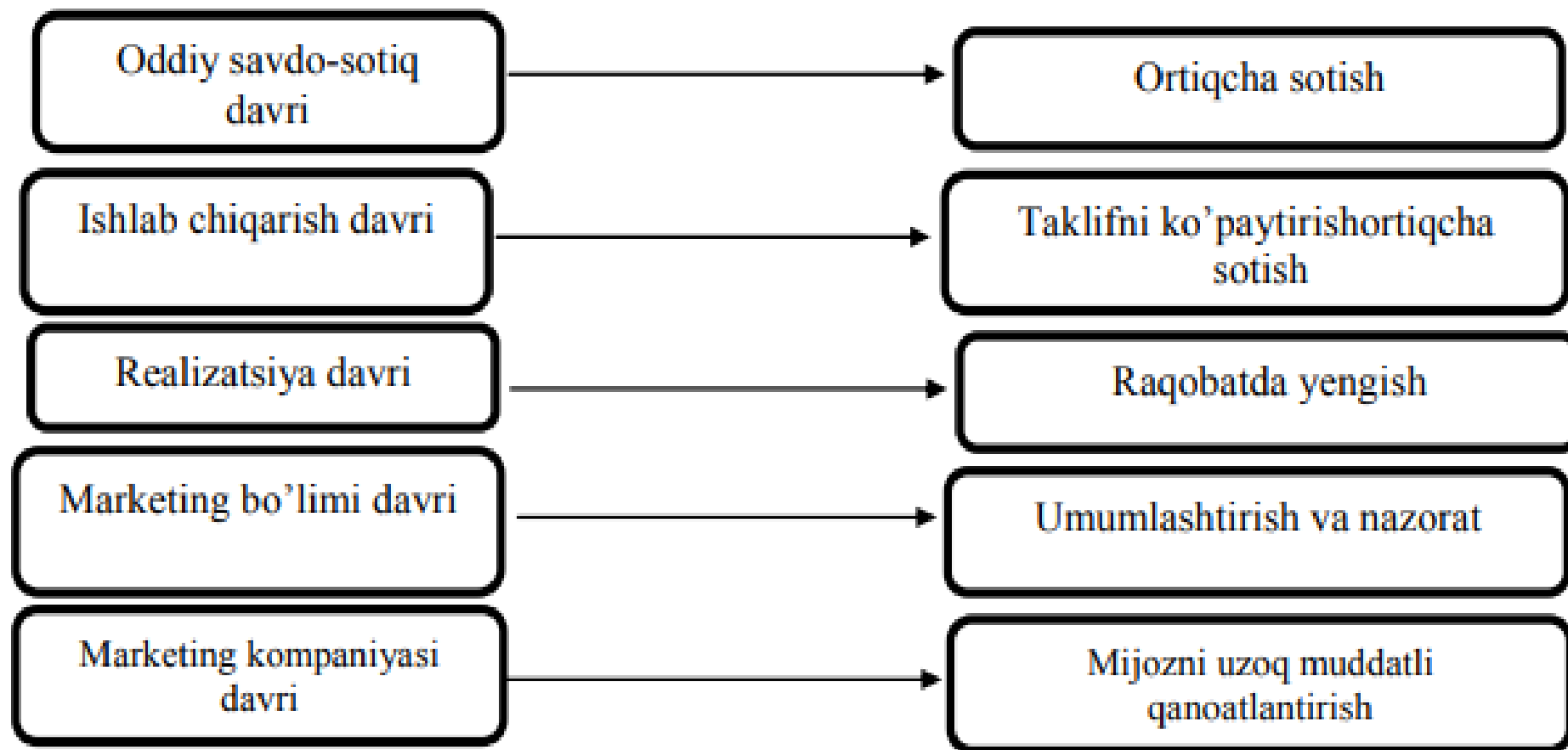
Marketingni itemol tasiri zaruriyati kelishuv almashuv bozor ko'rgazma almashuv bozor ko'rgazmali almashuv sotuvga bozori sotib oluvchib bozori marketingni boshqaruvi marketing boshqaruvi marketing vzaiyasi yashirin talab olib boruvchi ortiqcha talab muqobil bolmagan talab marketingni boshqaruv qoidasi savdo xizmatini intinsiflashtrih konpesiyatsi marketing ijtimoiy etika marketing maqsadi ijtimoiy etika xalqaro arena marketing notijorat soxasida marketing .

1.1 Marketingni ist`molga ta`siri

Xar qanday mulkning shakilanishi asoslangan jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanish mamlakatda ishlab chiqarishni jarayonini xarakatga keltirish asosiy jamiyat azolarining istemol maxsulotlariga bo`lgan talabni o'sishi.

Marketing tadqiqotlarini olib borishdan asosiy maqsad asosiz ishlab chiqarishni va istemol bozoridagi narxlarni obektiv darajalarini taminlashdir.

Marketing xizmatlarini ishlab chiqarish jarayonini muqobil riojlanishni taminlash asosida istemol bozori narxlarni xam muqobilashtirish.



1.2-rasm. Marketing rivojlanishining 5 ta bosqichi

Marketing bo`limini funksional yo`nalishida tashkil etish.



1.2 Insonlar talablarini o'rganish marketing.

Korxonalarda ishlab chiqarish jaryonini tashkil etuvchi mulk egasi albatta istemol bozorida qanday istemol talablariga talab borligini ularning marketinglari tomonidan istemol bozorini o'rganish asosida ishlab chiqarishni tashkil etuvchilar.

Marketing istemol bozorni ichki va tashqi muxitini o'rganish. Ichki marketing bu ishlab chiqarish korxonalarining ichki tashkiliy mexanizimi tashqi muxitini bozor marketing tasirini o'rganish marketing istemol bozorida istemolchilar xarid qilish qobiliyatlarini ham o'rganadi raqobat xolatini o'rganish asosida ishlab chiqarish subekti bilan istemol bozori o'rtasidagi tavorlarni xarid qilish muomalarni yengilashtrish taminlaydi.

Jahonda Insonlar talablarini o'rganish

Angliya



Newcastle University
London

Chexiya



Karlov University

Yaponiya



Kansai University

Latvia



Latvia University

Rossiya



Российская
экономическая школа



Уральский государственный
юридический университет



HSE University St Petersburg

Malayziya



MARA University of
Technology

Oozog'iston



Болашак
университети
Bolashak University

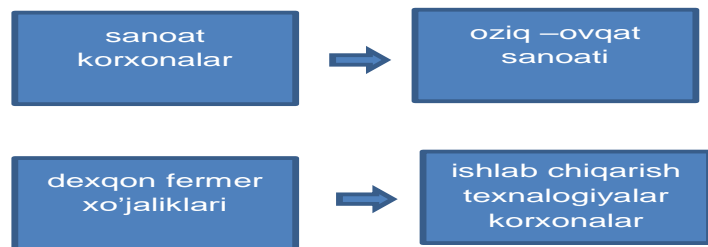
Marketing xizmati

- Marketing xizmati-bu bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida korxonada boshqaruvi uchun yetishmay turgan shunday bir faoliyat turiki, u ishlab chiqarish, moliya, savdo-xo'jalik, texnologik, kadrlar masalasi va boshqa sohalarda bozor zahiralari qondirish va foyda olishga asoslangan yo'nalishlar jarayonini yaratadi.



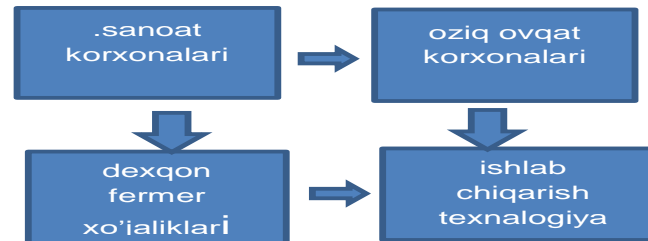
MARKETING

Marketing tadqiqoti bu istemolchilar talablarini o'rganish ularni qanday maxsulotlarni ishlab chiqarish asosida istemolchilarni istemol yaka xarid o'rganadi bozor istemol talablarini to'liq qondirish uchun bozor ichki muxitini o'rganib boorish xisoblanadi. Iqtisodiyotni ijtimoiy tuzimlar shaklida qaralganda xarbir ijtimoiy tuzim va bozor iqtisodiyot ishlab chiqarish jarayonlari oldidagi asosiy maqsad jamiyat azolarini talablarini qondirish bilan bog'liq ijtimoiy ishlab chiqarish xisoblanadi. Ishlab chiqarish jarayoni bozor iqtisodi asosiy iqtisodiy qonun takab va taklif asosida rivojlantirishni olib boorish ishlab chiqarish korxonalarini barqaror samaradorliklarini taminlaydi Demak jamiyat azolarini istemol talablarini takabga asislangan darajada bo'lishini taminlash ishlab chiqarish jarayoni rivojlantirish talabga mos ravishda ishlab chiqarishni taklif bo'lishi kerak.



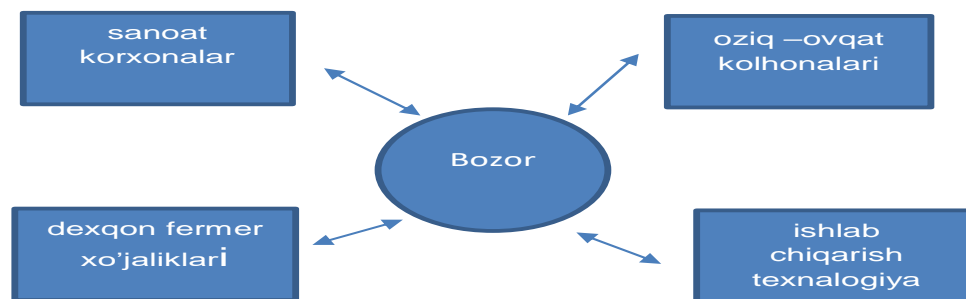
a)

a. Uziga uzi xizmat qilish kursatish



b)

b. Nomarkazlashgan holda uzlariga xizmat kursatish



v)

v. bozor orqali markazlashgan xizmat kursatish

2.1 rasm Bozor iqtisodiyoti sharoitidagi iqtisodiy munosabatlar.

1.3 Bozor umumlashgan istemol talablarini xarid qiluvchidir.

Bozor iqtisodiyoti munosabatlari sharoitida ishlab chiqarish jarayonini talab va taklif asosida rivojlanib borishida bozor umumlashgan xolda xizmatlarni umumlashgan xolda mumkin. Bozorni mohiyatini chuqur anglab olish uchun quydagi oddiy iqtisodiy munosabatlar ishlab chiqarish jarayonida qatnashayotgan to'rtta ishlab chiqarish korxonalarini band bo'lgan ishchi kuchlarni o'z tovarlarini sotish bo'ticha iqtisodiy munosabatlarni keltirib ularni munosabatlarni iqtisodiy taxlil qilamiz. Fraz qilaylik sanoat ishlab chiqarish korxonalarini ,daxqon, xo'jaligi yurutuvchi daxqonlar ,ozuq –ovqat ishlab chiqaruvchi va ishlab chiqaruvchilar mustaqil ish yurutuvchilardan tashkil topgan deb xisoblagan xolda ular o'rtasida iqtisodiy bozor munosabatlarni ko'rib chiqamiz uni quydagicha korsatamiz.

Marketingning tarkibiy tuzilishi va uni boshqarishni tashkil etish



Marketing xizmati vazifalari-uning o`ziga xos tamoyillari asosidan kelib chiqadi. Bunga quyidagilar kiradi:



- - korxonalarda ishlab chiqarilgan mahsulotlar va bozor haqidagi axborotlarni to`plash va tahlil qilish;
- - korxonaning mahsulot ishlab chiqarish, savdo va xo`jalik faoliyati, reklama qilish, moliyaviy va boshqa jixatlar bo`yicha manfaatlariga mos qaror qabul qilish uchun zarur hisob-kitob ko`rsatkichlarini tayyorlash;
- - talab shakllanishini faollashtirish va sotishni tezlashtirish.

1.4 Marketingni boshqaruvi va uning vazifalari .

Bozor munosabatlarini iqtisodiy jixatdan bozor munosabatlarini iqtisodiy jixatdan barqaror va samarali rivojlanish marketing xizmatlarini boshqaruv darajasiga bog'liq .

Marketing boshqaruvini samaradorligi bozor munosabatlarini va bozor narxlarini doimiy ravishda o'rganib borish asosida ishlab chiqarish jarayonini istemol bozri talablariga moslashtirilgan xolda rivojlanib borish talab etadi. Marketing boshqaruvi bozor munosabatlarini o'rnatish asosida ishlab chiqarish jarayonini qanday Tovar maxsulotlarini ishlab chiqarish ularning sifatlarini va mexnat unumdorligini oshirish asosida va mexnat unumdorliini oshirish asosida ishlab chiqarish ularning maxsulot borligiga kamaytrish bozorda talab va taklif asodida tashkil topadigan sotish narxlarini ishlab chiqish xarajatlarni nisbatatan yuqori bo'lishi orqali korxonada foydasini o'sib borishini taminlashga asoso bo'ladi.



1.1.-rasm. Marketingning ikki qiyofasi



1.5 Marketingni boshqaruv konspisyasi

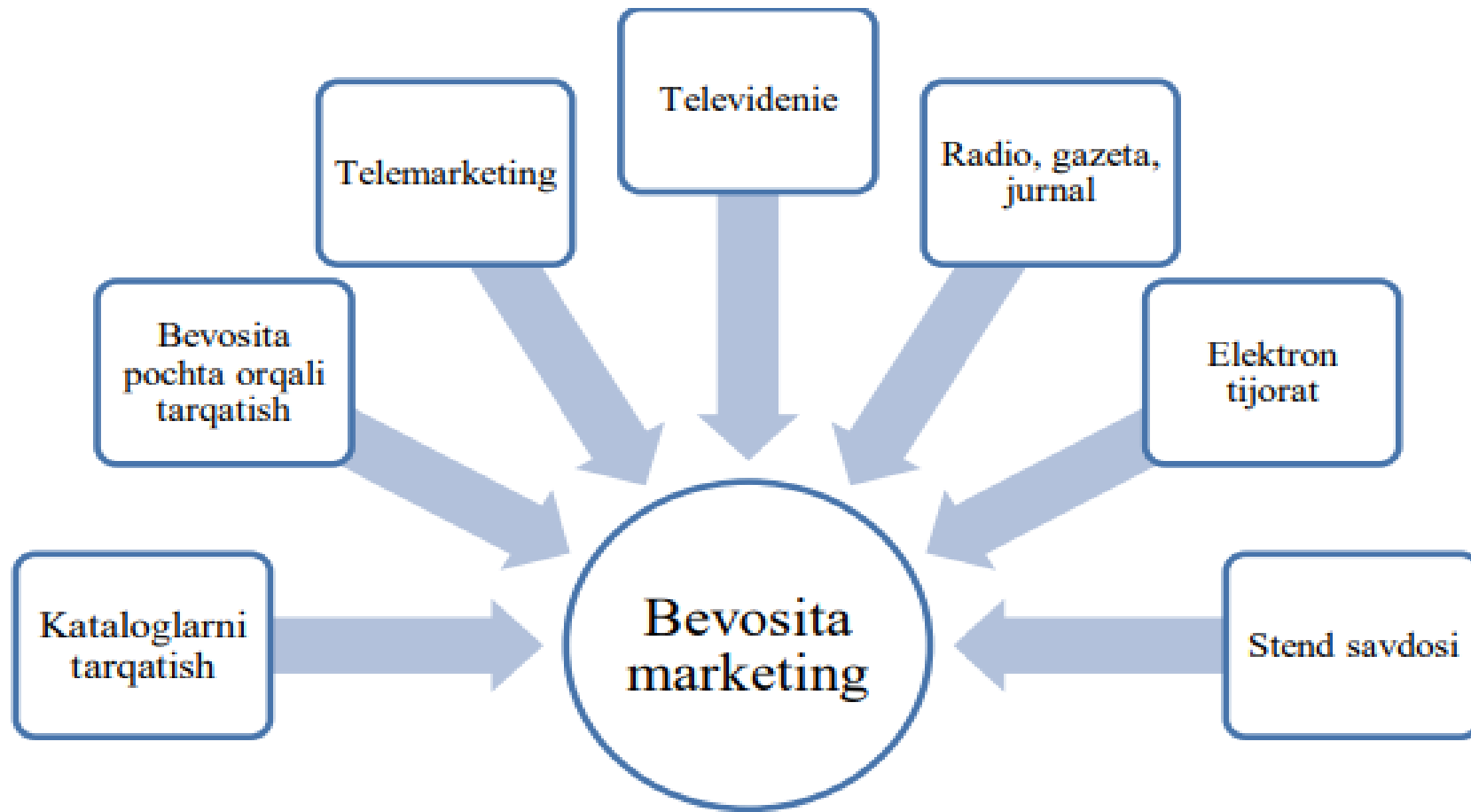
Bozor iqtisodiyoti munosabatlariga asoslangan ishlab chiqarish jarayonini subektlarini xuquiy va iqtisodiyt jixatdan mustaqil subektlar tariqasida ishlab chiqarishni istemol bozorlarida taminlash ishlab chiqarish xarajatlarini qoplash vafoyd olishda ishlab chiqarishni tashkil etish va tovarlarni samarali istemol bozorlarida sotishni taminlash marketing boshqaruvini tashkil etish bog'liq.

Bu yerda ishlab chiqarish subekti tomonidan maqsad qilib olingan foydani istemol bozrida olish uchun

Bozor istemol da korxonalarini ishlab chiqarilgan maxsulotlari bilan qatnashuvlarini qanday tashkil etish masalasini o'rganish zarur.

Shaxsiy va shaxssiz kommunikasiyani o‘zaro taqqoslash

Kommunikasiya jarayoni elementlari	Shaxsiy kommunikasiya	Shaxssiz kommunikasiya
Uzatkich	- Suhbatdoshni bevosita aniqlash	- Mo‘ljaldagi auditoriyaning tipik profilini bilish
Axborot	- Moslashtiriladigan axborot - Asoslar ko‘p - SHakl va mazmun nazorat qilinmaydi	- Bir jinsli axborot asoslar kam - SHakl va mazmun nazorat qilinadi
Kanallar	- SHaxsiy aloqalar - Vaqt birligidagi aloqalar kam	- SHaxssiz aloqalar - Vaqt birligidagi aloqalar ko‘p
Qabul qilgich	- Kodni o‘qishdagi xatolarning oqibatlari engil - E’tiborni qo‘llab-quvvatlash oson	- Kodni o‘qishdagi xatolarning oqibatlari og‘ir - Qo‘llab-quvvatlash qiyin bo‘lgan e’tibor
Samara	- Darhol javob kelishi mumkin	- Darhol javob olish mumkin emas



10.2-rasm. Bevosita marketing uslublari