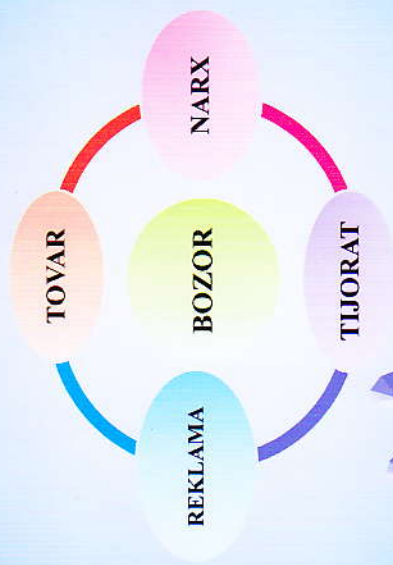


NAVRUZ-ZODA BAXTIYOR NEGMATOVICH
NAVRUZ-ZODA LAYLI BAXTIYOROVNA

MARKETING ASOSLARI



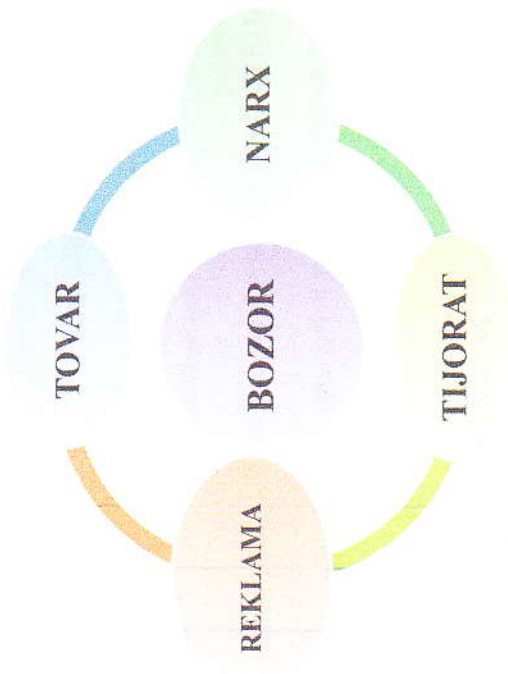
**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI

**NAVRUZ-ZODA BAXTIYOR NEGMATOVICH
NAVRUZ-ZODA LAYLI BAXTIYOROVNA**

MARKETING ASOSLARI

(O'QUV-QO'LLANMA)



**Buxoro – 2024
“BUKHARA HAMD PRINT” nashriyoti**

UO'K 373.5.091.33:78

N 71

Navruz-Zoda B.N., Navruz-zoda L.B.

“Marketing asoslari” [Matn] O'quv qo'llanma / Navruz-Zoda B.N., Navruz-zoda L.B.-Buxoro: “BUKHARA HAMD PRINT” nashriyoti, 2023.-188 b.

KBK 74.268.53

O'quv qo'llanmada marketingning to'rt elementi - tovar, narx, tijorat va reklamani bozor doirasida shakllantirish vositalari va usullari keng yoritilgan. Har bir bob uchun tayanch iboralar, test topshiriqlari, takrorlash uchun savollar, vaziyatli masala hamda mustaqil o'rganish mavzusi keltirilgan.

O'quv qo'llanma iqtisodchi mutaxassislar tayyorlovchi oliy o'quv yurtlari va fakultetlari bakalavriat, magistrant, doktorantlari va o'qituvchilar uchun mo'ljallangan.

Taqrizchilar:

S.U.Tadiyeva – Iqtisod fanlari nomzodi, v.b. professor.

Sh.M.Avezova – PhD, v.b. dotsent.

*O'quv qo'llanma, O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2024-yil 29 -maydagi № 194-sonli buyrug'iga asosan nashr etishga tavsiya berilgan.
Ro'yxatga olish raqami № 194-282.*

ISBN 978-9943-8786-1-7

MUNDARIJA

KIRISH	4
I BOB. MARKETINGNING TOVAR SIYOSATINI SHAKLLANTIRISH 6	
1.1. TOVAR KONSEPSIYALARI VA TOVARLARNING TASNIFLANISHI. 6	
1.2. MARKETINGNING TOVAR SIYOSATINI SHAKLLANTIRISH VOSITALARI.....	14
1.3. YANGI TOVARLARNI YARATISH JARAYONI.....	25
1.4. TOVARNING HAYOTIYLIK DAVRI.....	34
TEST TOPSHIRIQLARI.....	45
TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR.....	48
VAZIYATLI MASALA.....	49
MUSTAQIL O'RGANISH UCHUN MAVZU.....	51
II BOB. MARKETINGNING NARX SIYOSATINI SHAKLLANTIRISH 52	
2.1. MARKETING TIZIMIDA NARX VA UNI SHAKLLANTIRISH YONDASHUVLARI TALAB TANNARX.....	57
2.2. NARXNI SHAKLLANTIRISH BOSQICHLARI.....	60
2.3. NARXNI SHAKLLANTIRISH USULLARI.....	69
2.4. NARX O'RNATISH STRATEGIYALARI.....	81
TEST TOPSHIRIQLARI.....	93
TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR.....	96
VAZIYATLI MASALA.....	97
III BOB. MARKETINGNING TIJORAT SIYOSATINI SHAKLLANTIRISH	101
3.1. TOVARNI TAQSIMLASH YO'LLARI.....	101
3.2. TOVAR LOGISTIKASI.....	110
3.3. TIJORAT VOSITACHILIK.....	119
TEST TOPSHIRIQLARI.....	130
TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR.....	134
VAZIYATLI MASALA.....	135
MUSTAQIL O'RGANISH UCHUN MAVZU.....	137
IV BOB. MARKETINGNING SILJITISH SIYOSATINI SHAKLLANTIRISH	138
4.1. MARKETING SILJITISH MAJMUASI.....	138
4.2. MARKETING TIZIMIDA REKLAMA.....	147
4.3. REKLAMA DASTURINI ISHLAB CHIQUISH BOSQICHLARI.....	156
4.4. SOTISHNI RAG'BATLANTIRISH VA OMMA BILAN ROBITA.....	166
TEST TOPSHIRIQLARI.....	175
TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR.....	178
VAZIYATLI MASALA.....	179
MUSTAQIL O'RGANISH UCHUN MAVZU.....	182
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	184

KIRISH

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son "O'zbekiston — 2030" strategiyasi to'g'risida" gi farmonida 55-chi maqsadi: "Milliy iqtisodiyotning eksport salohiyatini kuchaytirish va uning tarkibida qo'shilgan qiymati yuqori bo'lgan mahsulotlar ulushini keskin oshirish"¹, deb belgilangan. Ushbu strategik maqsadni amalga oshirish uchun mamlakatimizdagi korxonalarda marketing faoliyatini rivojlantirish va marketing bo'yicha kadrlarning kasbiy salohiyatini oshirish talab etiladi.

Sobiq sho'rolar davrida rejalashtirish konsepsiyasiga asoslangan xo'jalik hisobi usuli xo'jalik yuritish mexanizmi sifatida xizmat qilib keldi. Lekin, xo'jalik hisobidagi sotsialistik korxonalar, tashkilotlar va muassasalarda bu usul "4P", ya'ni "o'z-o'zini qoplash", "o'z-o'zini moliyalash", "o'z-o'zini boshqarish" va "o'z-o'zini tasarruf etish" prinsiplariga to'la qonli amal qila o'tolmadi. Chunki, sho'rolar iqtisodiyotida raqobat muhiti mavjud bo'lmagan, u markazlashtirilgan ma'muriy-buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyot edi.

Bozor iqtisodiyoti o'ziga xos xo'jalik yuritish mexanizmiga ega. U xorijda marketing konsepsiyasiga asoslangan tijorat hisobi usuli bilan mashhur. Marketingning "4P" konsepsiyasi bu usulning iqtisodiy negizini tashkil etadi. Unga ko'ra marketingning to'rt unsuri — "product" (tovar), "price" (narx), "place" (tijorat yoki tovar taqsimoti va harakati) va "promotion" (siljitiish) bozor doirasida o'zaro aloqadorlik va o'zaro munosabatdoshlik asosida uyg'un birlashtirilib iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanilsa, mikroiqisodiyot sathida yangi sifat holatidagi xo'jalik yuritish mexanizmi shakllantiriladi. Bu mexanizmining mohiyatini "Marketing majmuasi" iborasi ifodalaydi. Marketingning xo'jalik yuritish usuli sifatidagi sehrii kuchi aynan uning majmualigi (kompleksligi) dadir.

O'quv qo'llanmaning asosiy vazifasi o'quvchilarga "Marketingning" nazariy va amaliy asoslarini o'rgatishdan iborat. Uning to'rtta bobida bozorshunoslikning to'rt amali:

- 1) bozorgir tovarlarni yaratish;

¹O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son "O'zbekiston — 2030" strategiyasi to'g'risida" Farmoni. www.lex.uz.

- 2) bozor tizimida ko'ngilli narxlarni shakllantirish;
- 3) tovar va xizmatlarni tijoratlashtirish;
- 4) bozor va korxon o'rtasida oqilona marketing aloqasini o'rnatish vositalari va usullari batafsil yoritiladi.

O'quv qo'llanmani o'qib, bu amallarni, to'rt arifmetik amaldak o'zlashirgan har bir kishi, birinchidan, yangi iqtisodiy mafkuraga ega bo'lsa, ikkinchi tomondan, xususiy tadbirkorlik, kichik va o'rta biznes subyektlarini bozor tizimida tashkil qilish va boshqarish mahoratiga ega bo'ladi, degan umiddamiz.

Eshit, ey kitobxon, pandu nasihat.
Bozor iqtisodiyotida bebaho davlat.
Biri agar ijodiy tadbirkorlik bo'lsa,
Boshqasi kasb yuritishda halol mehnat.
(B.Navruz-Zoda)

I BOB. MARKETINGNING TOVAR SIYOSATINI SHAKLLANTIRISH

1.1. TOVAR KONSEPSIYALARI VA TOVARLARNING TASNIFLANISHI

Bozor bilan bog'liq xo'jalik yuritishning birinchi qoidasini "Agar tovaringiz bo'lmasa, Sizda hech narsa yo'q" degan fikr aniq ifodalaydi. Tovar yo'q joyda narx, sotish, tovar taqsimlash va reklama ham bo'lmaydi. Chunki marketingning bu ichki unsurlari faqat tovar atrofida va u bilan bog'liq holda shakllanadi. Shuning uchun tovar marketingning tayanch unsuri hisoblanadi.

Tovar mohiyatini tushumish uchun uning rivojlanish konsepsiyalarini tahlil qilish kerak. Tovarning ikkita evolyutsion konsepsiyalari mavjud:

1. **Takror ishlab chiqarish konsepsiyasi.**
2. **Bozor konsepsiyasi.**

Tovarning takror ishlab chiqarish konsepsiyasi XIX asrda tovar-pul munosabatlaridan kapital munosabatlariga o'tish davrida shakllangan bo'lib, tovar yaratuvchi mehnatning ikki tomonlama xususiyatiga asoslanadi. Bu konsepsiyaga ko'ra tovar inson mehnatining mahsuli sifatida ikkita omil ta'sirida yaratiladi:

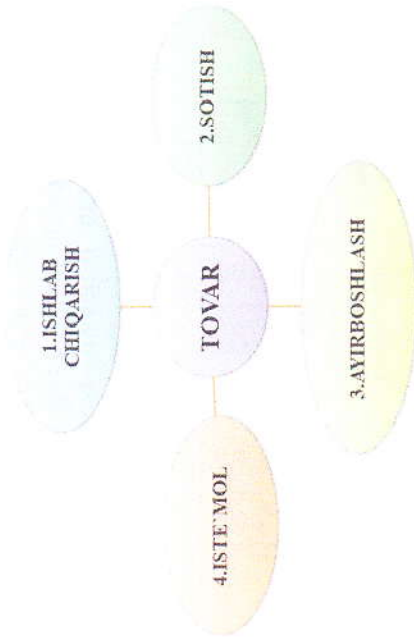
Birinchi moddiy omildirki, tovarning iste'mol qiymati (u yoki bu ehtiyojni qondirish qobiliyati) shaklida namoyon bo'lib, konkret mehnat (nonvoyning, dehqonning, tikuvchining, humarmandning mehnati) natijasida shakllanadi.

Ikkinchi ma'naviy omildirki, tovarning almashuv qiymati (boshqa narsalar bilan ayirboshlash qobiliyatiga ega bo'lish) shaklida namoyon bo'lib, abstrakt mehnatning (ishlab chiqaruvchining muskul, asab va aqliy quvvatini sarflash) natijasida yaratiladi.

K.Marks iste'mol qiymatini tovarning "jismi" va almashuv qiymatini uning "joni" deb ifodalab, kapitalning mohiyatini tovarning ma'naviy omili bilan bog'lagan. Bu jarayonda u tovar almashuv qiymatini birlamchi va uning iste'mol qiymatini ikkilamchi omil deb hisoblagan. Chunki kapital munosabatlarga asoslangan iqtisodiyotda tovarning ayirboshlanuvchanlik xususiyati muhim ahamiyat kasb etardi.

Tovarning takror ishlab chiqarish konsepsiyasi (1.1-rasm)
O'zbekistonning sho'rolar davridagi iqtisodiyotida 70 yil hukm surdi.

Uning quyidagi kamchiliklari tufayli SSSR iqtisodiyoti kasodga uchrab parchalanib ketdi:



1.1-rasm. Tovarning takror ishlab chiqarish konsepsiyasi

Birinchidan, tovar ayirboshlanuvchanlik xususiyati uning iste'molchanlik xossasiga nisbatan ustun qo'yilishi ishlab chiqarish rejalarning sifat kirsatkichlariga ikkinchi darajali munosabatlarni vujudga keltirdi. Miqdor jihatidan savdo dikonalarda tovar mashsulotlari ko'p bilsa-da, lekin ko'ngildagi tovarni topish amri mahol bo'lib qolgan edi.

Ikkinchidan, tovar ishlab chiqarish va uni sotish orasida uzilishlar paydo bo'ldi. Savdo muassasalari va ishlab chiqarish korxonalarini orasida bevosita aloqalarning bo'lmasligi sababli sotuvga yaroqsiz tovarlarning shajmi yildan-yilga ko'payib bordi.

Uchinchidan, tovarga bo'lgan talab mikroiqtsodiyot darajasida mubataga olimmasdan, faqat makroiqtisodiyot darajasidagi talab umumiy holda rejalashtirish tizimida hisobga olinar edi.

To'rtinchidan, tovar ko'lami moddiy-ashyoviy shakldagi mahsulot va xizmatlar bilan cheklanib, ularning nomoddiy turlari (intellektual, innovatsion va informatson mashsulotlar, ta'lim, mashshat, ishbilarmonlik xizmatlari) tovar-pul munosabatlariga kirolmassdan qoldi va boshqalar.

Mavzuni mustaqil o'rganishda foydalanilgan adabiyotlar ro'yxatida ko'rsatilgan quyidagi raqamli adabiyotlar tavsiya etiladi: 30(217-219 betlar), 35(85-90 betlar), 16(984-988 betlar).

“AIDA” tarkibi	“AIDA” bosqichlari	“AIDA” bosqichlariga mos keladigan marketing vositalari
A		
I		
D		
A		

4.19-rasm. “AIDA” ga xos marketing robita vositalari

4. Yuqorida keltirilgan reklama murojaatnomasini kompozitsion tahlil qiling. Reklama tarkibiga mos keladigan murojaatnomaning qismlarini ajratib, ularni 4.9-jadvalning o'ng tomoniga yozib chiqing.

4.9-jadval

Reklama murojaatnomasining kompozitsion tahlili

Reklama tarkibi	Murojaatnomaning kompozitsion qismlari
Ufdallovchi	
Boshlama	
Axborotnoma	
Ma'lumotnoma	

MUSTAQIL O'RGANISH UCHUN MAVZU:

“Marketing robita majmuasida shaxsiy savdo-sotiq”

Reja:

1. Savdo xodimlarining tovarni sotish va sotib olishdagi roli.
2. Shaxsiy savdo-sotiq jarayonining bosqichlari: xaridomi qidirish, aloqa bog'lashga tayyorgarlik kirish, robita o'rnatish; tovarni taqdimlash va ko'rsatish; kelishmovchiliklarni bartaraf etish; shartnoma tuzish; kelishuvlarni kuzatib borish.
3. Ko'rgazma va yarmarkalar marketingning shaxsiy robita vositalari sifatida.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Shavkat Mirziyoyev. Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi. Toshkent: "O'zbekiston" nashriyoti, 2022. – 416 bet.
2. Амалий иқтисодийёт / ўқув кўлланмасы- Junior Achievement. Т., "Шарк", 1996.
3. Баскин А.И., Бардаян Т.И. Экономика снабжения предприятий сегодня и завтра. М., "Экономика", 1990.
4. Бекмуродов А. Маркетинг: Основы современного бизнеса. Т., "Мехнат", 1992.
5. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. М., "Экономика", 1993.
6. Быкова Е.В., Стоянова Е.С. Финансовое искусство коммерции. М., "Перспектива", 1995.
7. Гаджинский А.М. Основы логистики: учебное пособие. М., ИВЦ "Маркетинг", 1996.
8. Гольман И.А., Добробабенко Н.С. Практика рекламы. Десять уроков для современного бизнесмена. Учебник. Новосибирск, СП "Интербук", 1991.
9. Герасименко В.В. Эффективное ценообразование, рыночные ориентиров. М., Международный Центр Финансово-экономического развития. 1977.
10. Фуломов С.С. Маркетинг асослари. Т., ТошДАУ, 2000.
11. Жалолов Ж. Маркетинг. Т., ТДИУ. 1999.
12. Жизнин С., Круликов В. Кандай қилиб бизнесмен бўлиш мумкин? Т., "Ўқитувчи", 1992.
13. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: Маркетинг. М., 1991.
14. Как продать ваш товар на внешнем рынке /отв.ред. Ю.А. Савинов. М., "Мысль", 1990.
15. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер.с англ.- 2-еврон. Изд.- М; СПб; К; "Вильямс", 1999.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., "Прогресс", 1990.
17. Маркетинг: Бошқарувнинг бозор концепцияси. Ўқув кўлланма. Т., ТДИУ, 1998.
18. Маркетинг: учебник/ А.Н.Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др; Под ред. А.Н. Романова. М., "Банки и биржи", ЮНИТИ, 1996.
19. Маркетинг: учебник для вузов/ Н.Д.Эриашвили, К.Ховард, Ю.А.Цыпкин и др; Под ред. Н.Д.Эриашвили . 2- с изд., перераб и доп.- М., ЮНИТИ- ДАНА, 2000.
20. Маркетинг: учебное пособие/ Под ред. А.М.Немчина, Д.В.Минаева.СПБ., "Бизнес-пресс", 2001.
21. Маркетинг: инглизча-ўзбекча-русча лугат. Т., "Ўқитувчи", 1996.
22. Менеджмент ва бизнес асослари. Т., "Мехнат", 1997.
23. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., "Дело", 1992.
24. Моррис Р. Маркетинг: ситуации и примеры. М., "Банки и биржи", ЮНИТИ, 1996.
25. Мухамедов М.М. ва бошқалар. Тадбиркорлик иқтисодийётнинг асослари. Самарқанд, 1998.
26. Навруззода Б.Н. Муқаддимаи бозоргои: 32 дарси маркетинг, Душанбе, ДДТ, 1993.
27. Навруз-Зода Б.Н., Топрова М.М., Алимов Н.Х. Маркетинг, ўқув - услубий кўлланма. Б., БДУ, 1998.
28. Навруз-Зода Б.Н., Абдуллаева З. Прайсинг, ўқув-услубий кўлланма. Б., БОО ва ЕСТИ, 1994.
29. Ноздрова Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. М., "Финансы и статистика", 1991.
30. Носиров П., Абдуллаева Ш. Маркетинг - бозор иқтисодиёти асоси. Т., "Ўзбекистон", 1994.
31. Павлов В.С., Ширини В.И. Реформа ценообразования: цели и пути реализации. М., "Экономика", 1991.
32. Пашкус Ю.В., Мисько О.М. Введение в бизнес. Л., "Северо-Запад", 1991.
33. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: пер.с венг./ М., "Прогресс", 1990.
34. Семенченко А.И. Предпринимательская логистика. СПб., "Политехника", 1997.
35. Солиев А., Усмонов А. Маркетинг. Т., "Ўқитувчи", 1997.
36. Топрова М.М., Навруз-Зода Б.Н. Бизнес логистика, ўқув-метод кўлланма. Б., БДУ, 1999.
37. Улыбин К.А и др. Брокер и биржа, пособие для брокеров и их клиентов. М., "Информбизнес", 1991.

NAVRUZ-ZODA BAXTIYOR NEGMATOVICH
NAVRUZ-ZODA LAYLI BAXTIYOROVNA

MARKETING ASOSLARI

(O'QUV-QO'LLANMA)

Muharrir: H.Qahhorov
Texnik muharrir: O.Jabborov
Musahhili: M.Kuziyeva
Sahifalovchi: X.Axrorov

Nashriyot litsenziyasi № 040075. 23.09.2022. Original maketidan bosishga ruxsat etildi: 30.09.2024 Bichimi 60x84. Kegli 16 shponli. "Times New Roman" garn. Ofset bosma usulida bosildi. Ofset bosma qog'oz. Bosma tobog'i 11,75. Adadi 100. Buyurtma № 962



O'zbekiston Respublikasi

Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi

Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi

"BUKHARA HAMD PRINT" nashriyoti. Buxoro shahri

Hofiz Tanish Buxoriy ko'chasi, 190-B uy. Tel: (97) 736-20-11

Bahosi kelishilgan narxda.

"BUKHARA HAMD PRINT" MCHJ bosmaxonasida chop etildi.

Buxoro shahri Qayum Murtazoyev ko'chasi, 344-uy.