

I.S. ABDULLAYEV

MARKETING



TOSHKENT

339. P3 (07)
A 15

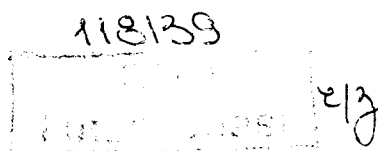
**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI

I.S. ABDULLAYEV

MARKETING

**O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi
tomonidan darslik sifatida tavsiya etilgan.**



TOSHKENT-2020

339.13 (07)
A-15
UO'K: 339.138(075)
KBK: 65.290-2

A91

I.S. Abdullayev. Marketing (Darslik) – T.:
«Инновацион ривожланиш нашриёт-
матбаа уйи», 2020, 324 bet.

ISBN 978-9943-6730-2-1

Mazkur darslikda marketing faoliyatini tashkil etish va bozorni tahlil qilish va unga ta'sir qilish usullari ko'rib chiqilgan. Marketingda qo'llaniladigan asosiy terminlarning mazmuni, marketing konsepsiyalari va ularning rivojlanish evolyutsiyasi aks ettirilgan. Ushbu darslik korxonalarda marketingni tashkil qilish, tovarlarni va bozorni o'rganish muammolarini keng izohlab berishi bilan ajralib turadi. Darslik Oliy ta'limning iqtisodiyot, marketing, menejment, buxgalteriya hisobi va audit, turizm bakalavriat ta'lim yo'nalishlarida tahsil olayotgan talabalarga, magistr'larga, shuningdek, katta ilmiy xodim izlanuvchilar, tadbirkorlar hamda marketing fani bilan qiziquvchi keng kitobxonlar ommasiga mo'ljallangan.

UO'K: 339.138(075)

KBK: 65.290-2

Taqrizchilar:

B. Ruzmetov – Iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Sh.Dj. Ergashxodjayeva – Iqtisodiyot fanlari doktori, professor.

ISBN 978-9943-6730-2-1

© «Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи», 2020.

KIRISH

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan keng ko'lamli iqtisodiy islohotlar jarayoni xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatini samarali tashkil qilish, ular faoliyatini bozor talablariga moslashtirishni talab qilmoqda. Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarilgan mahsulotlarni sotish, xizmat ko'rsatish sohalarini samarali rivojlantirish, raqobatbardosh tovarlarni yaratishda marketing fanining roli juda kattadir. Marketing bu nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur yo'nalishi, balki ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo'yicha amaliyot faoliyati hamdir. Marketing insoniyatning eng qadimiy faoliyatlaridan biri bo'lishiga qaramasdan, eng yosh biznes-fan hisoblanadi. Marketing faoliyati bozor munosabatlari sharoitida tadbirkorlikning ilg'or shakli bo'lib hisoblanadi. Korxonalarni tashkil qilish ular faoliyatini yaxshilashda, kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda marketing faniga zarurat tug'ilmoqda. Chunki, korxona imkoniyatlarini bozor talablariga moslashtirishga yo'naltirilgan tahlil, rejalashtirish va nazorat qilish jarayonlari barchasi marketing faoliyati deb qaraladi. Marketing dasturi bu korxonani umumxo'jalik faoliyatining direktiv rejasini tuzish uchun strategik tavsiyanomadir va yuqori boshqarish bo'g'ini uchun qaror qabul qilishning asosidir. Marketing dasturining asosiy mazmuni - bu korxonaning o'tgan davrdagi faoliyat natijalari bo'lib, unda maqsadli bozorning rivojlanishi tahlili va prognozi, firmani rivojlanishining asosiy maqsadi, bozordagi xulq-atvorini strategik yo'li, tovar, narx, sotish va rag'batlantirish siyosatlarining chora tadbirlarini amalga oshirishga qaratilgan bo'ladi. Ishlab chiqarish korxonasi bo'lsin, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bo'lsin bularning asosiy maqsadi foyda olishdir, buning uchun foyda keltiradigan tovarlarni sotishni ko'paytirish, ular hissasini oshirish lozim. Bunday tovarlar sotilishini ko'paytirish esa, tovar manbalarini topishni, ular ichidagi eng samaralisini tanlashni talab etadi. Shuningdek, XXI asrning boshlarida sotuvchi va iste'molchi o'rtasida uzoq muddatli hamkorlik munosabatlarini shakllantirish raqobatli ustunlikka aylanadi. 2017-yil 7-fevraldagi davlatimiz rahbarining Farmoni bilan tasdiqlangan 2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish

bo'yicha, "...iqtisodiyot tarmoqlari uchun samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish hamda mahsulot va xizmatlar bozorida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirish"ni ifodalovchi ustuvor yo'nalishi raqobat muhitini shakllantirish va rivojlantirishda katta ahamiyatga egadir. Raqobat kurashi sotuvni rag'batlantirish, marketing sohasiga, ya'ni iste'molchi bilan to'laqonli ishlashga o'tdi. Yuqoridagilarni amalga oshirish uchun esa marketingdan samarali foydalanish talab etiladi. Bugungi kunda marketing rivojlangan mamlakatlarda jadal rivojlangan bo'lib, ijtimoiy hayotning barcha sohalari: ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash, shuningdek, xizmat ko'rsatishning barcha turlarini, maorif-madaniyat, ilm-fan, siyosiy partiyalar va harakatlar bilan chambarchas bog'langan. Marketing korxonalarga iste'molchilar ehtiyojlarini oldindan ko'ra bilish va iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish imkonini beradi. Yuqoridagilardan kelib chiqib shuni aytish mumkinki, mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalarda, chakana va ulgurji savdo korxonalarida, xizmat ko'rsatish korxonalarida marketingdan samarali foydalanish tovarlar yoki xizmatlar raqobatbardoshligini oshirishga keng imkoniyatlar yaratadi. Ushbu darslikda marketingning mohiyati va mazmuni bo'yicha umumlashtirilgan yangi ilmiy-nazariy bilimlar, uslubiy tavsiyalar, marketingning o'ziga xos xususiyatlari, asosiy rivojlanish bosqichlari, shakllari, turlari hamda uni korxonalar faoliyatiga tadbqiq etish yo'llari va usullari aks ettirilgan. Darslik iqtisodiyot, marketing, menejment, buxgalteriya hisobi va audit, turizm bakalavriat ta'lim yo'nalishlarida tahsil olayotgan talabalarga, magistr'larga, shuningdek, tadbirkorlar, fermerlar, biznesmenlarga mo'ljallangan.