



*Alisher Navoiy nomidagi  
Samarqand davlat  
universiteti*

Ш.Т.КОБИЛОВА,  
Ф.И.НАБЕРАЕВ

КОРХОНА БОШҚАРУВИ  
ТИЗИМИДА МАРКЕТИНГ

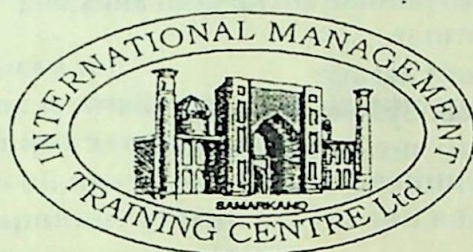
МА'RUZALAR MATNI

САМАРҚАНД-2000

330.1 1659018  
К-54 Жабиллова му.  
Жархона Баева-  
руви тизинда  
маркетинг.  
2000г. 740с.

Методологические и теоретические проблемы биофизи-  
ки : [Сб. статей] / АН СССР, Ин-т биол. физики, Науч.  
совет по комплекс. пробл. «Филос. вопр. соврем. естес-  
твознания»; [Редакт.: Л. Р. Иванцкая (отв. ред.) и  
др.] . — М. : Наука, 1979. — 262 с., ил.; 22 см.  
Библиогр. в конце статей.  
В пер. : 3 р. 10 к. 2,000 экз.

Самарканд  
Менеджментни ўқитиш халқаро маркази  
Қисқа муддатли курслар  
*Менеджментни ривожлантириш дастури*



***imtc*** Ltd.

*Тренинг мавзуси:* Корхона бошқаруви тизимида маркетинг  
(Кулга бериладиган материал)

Тренерлар: Кобилова Ш.Т.  
Набераев Ф.И.

**Imtc** — Халқаро бизнес буйича таълим олиш учун энг олий  
манбадир

330.1  
K-54

Мундарижа

1. Курснинг дастури	3
2. Курснинг сценарийси	4
3. Муаллифлар тугрисида маълумот	6
4. Маркетинг нуктаи назаридан бозор тушунчалари мохиятини аниклашга вазифа	7
5. Кейс – стади «Компаниялар йуналишини аниклаш»	8
6. Кейс – стади «Проктер энд Гэмбл» учун янги бозор»	9
7. Анкета тузишга оид вазифа	10
8. Кейс – стади «Манфаат асосида бозорни бугинлаш»	11
9. SWOT тахлилни тузиш вазифаси	12
10. Кейс – стади «Ансофф матрицаси буйича стратегияларни танлаш»	13
11. Кейс – стади «Кока – Кола Узбекистонда»	14
12. Кейс – стади «Товар хаетий даврининг боскичини аниклаш»	15
13. Кейс – стади «Янги товар яратиш»	16
14. Товар белгисини яратиш буйича вазифа	17
15. Махсулот таксимотини асослаш буйича топширик	18
16. Маркетинг комплексини ишлаб чикиш учун вазифа	19

Менеджментни ривожлантириш бўйича тренингнинг дастури.

«Қорхона бошқаруви тизимида маркетинг».

Курснинг коди: МВ

Курснинг давомийлиги: 3 кун

Курс - узининг фаолиятида маркетингдан фойдаланишни хоҳлайдиган менеджерлар ва мутахассисларга қаратилган.

Курснинг мақсади: Бозордаги маркейларини мустахкамлаш ва янги бозорларни эггалашда маркетинг имкониятларини очиб беришдан иборатдир.

Режалаштирилган натижалар:

Ушбу курсда қатнашиш натижасида тингловчилар қуйидагиларни билиб оладилар:

- бозор моҳияти ва унинг элементлари
- маркетингнинг асосий принциплари ва функцияларини
- маркетинг бўлимларининг асосий услублари ва концепцияларини
- бозорда самарали ишлаш усулларини
- маркетинг тадқиқотларини утказишини
- турли хил стратегияларни қуллашни.

Дастур мазмуни:

- бозор иқтисодиети асослари
- харидорлар ва истеъмолчилар
- маркетинг бўлимини ташкил этиш ва маркетинг фалсафасини қабул этиш
- маркетинг муҳити ва маркетинг тадқиқотларини олиб бориш
- маркетинг комплекси
- маркетингда товар сиевати
- рақобат ва унинг роли
- маркетинг тизимида нархлаштириш.

«Қорхона бошқаруви тизимида маркетинг»  
мавзусида тренингнинг сценарийси

Биринчи кун

Машгулот 1.

10.00 – 11.30.

1. Танишув
2. Курсдан кутилатган натижалар
3. Курснинг мақсад ва вазифалари
4. Бозор моҳияти ва унинг элементлари
5. Бозор табиати ва турлари.

Танаффус

11.30 – 11.40

Машгулот 2.

11.40 – 13.00

1. Маркетинг нуқтаи назаридан бозор тушунчалари моҳиятини аниқлашга вазифа
2. Маркетинг тушунчаси ва концепцияси
3. Кейс – стади «Компаниялар йуналишини аниқлаш»

Тушлик танаффус

13.00 – 14.00

Машгулот 3

14.00 – 15.30

1. Маркетинг муҳити
2. Кейс – стади «Проктер энд Гэмбл учун янги бозор»
3. Маркетинг ахборот тизими

Биринчи кун якунлари ва муҳокамаси

15.30 – 16.00

Иккинчи кун

Машгулот 4.

10.00 – 11.30

1. Анкета тузиш буйича вазифа
2. Вазифа муҳокамаси
3. Маркетингни бошқариш моҳияти
4. Маркетинг хизмати ва унинг функциялари

Танаффус

11.30 – 11.40

Машгулот 5

11.40 – 13.00

1. Стратегик режалаштириш ва унинг босқичлари
2. Маркетинг стратегияси ва тактикаси
3. SWOT таҳлилини тузиш вазифаси
4. Ансофф матрицаси буйича вазифа

Тушлик танаффус

13.00 – 14.00

Машгулот 6

14.00 – 15.30

1. Истеъмолчилар ва уларнинг харидорлик тарзи
2. Бозор структураси ва ракобат муҳити
3. Кейс – стади «Манфаат асосида бозорни бугинлаш»

Иккинчи кун якунлари ва муҳокамаси

15.30 – 16.00

### Учинчи кун

Машгулот 7.

10.00 – 11.30

1. Маркетингда товар сиесати
2. Кейс – стади «Кока – Кола Узбекистонда»
3. Кейс – стади «Товар хаётининг даврининг босқичини аниқлаш»

Танаффус

11.30 – 11.40

Машгулот 8

11.40 – 13.00

1. Товар тарқатиш тизими
2. Кейс – стади «Янги товар яратиш»
3. Товар белгисини яратиш буйича вазифа

Тушлик танаффус

13.00 – 14.00

Машгулот 9

14.00 – 15.30

1. Маркетингда нарх сиесати
2. Товар силжитиш тизими
3. Махсулот таксимотини асослаш буйича топширик
4. Маркетинг комплексини ишлаб чиқиш учун вазифа

Учинчи кун якунлари ва умуман тренинг муҳокамаси

15.30 – 16.00

## Муаллифлар тугрисида маълумот

### 1. Кобилова Шозода Тимуровна

Иктисод фанлари номзоди, доцент

Самарканд кооператив институтининг иктисод факультетини 1977 йилда имтиезли тугатган, 1985 то 1988 йилгача Москва кооператив институтининг аспирантурасини битириб 1989 йилнинг январида номзодлик диссертациясини хинмойлади. 1997 йилда “Самаркандда менеджментни уқитишни такомиллаштириш” нинг ТАСИС лойихаси буйича уқишнни битирди.

1997 йилнинг ноябрь – декабрь ойларида Буюк Британиянинг Ковентри университетиди малакасини ошириб келди.

Хозирги пайтда Самарканд кооператив институтиди маркетинг кафедрасининг доценти, ташки алокалар булимнинг бошлиги, Менеджментни уқитиш Халқаро марказининг сертификатланган трененидир.

Бир катор компанияларнинг буюртмасига биноан маркетинг ва ижтимоий тадқиқотларни олиб борган.

### 2. Набираев Фаррух Исмаилович

Тошкент Давлат университетининг тарих факультетини 1977 йилда битирган, 1982-1984 йилларда аспирантурада тахсил олган, Россиянинг Туризм Халқаро Академиясида малакасини оширган, Изроилнинг Хайфа шаҳрида Халқаро укув марказида уқиб келди.

1997 йили “Самаркандда менеджментни уқитишни такомиллаштириш” лойихаси буйича уқиб, Даниянинг Альборг шаҳрида малакасини ошириб келди.

1984 йилдан бошлаб, туризм соҳасида ишлайди: саехат ва сайр буйича Самарканд бюросининг булим бошлиги, “Ўзбектуризм” миллий компанияси худудий булимининг бош мутахассиси, Самарканд Бизнес Марказининг туризм буйича маркетинг-менеджери. Менеджментни уқитиш Халқаро марказининг сертификатланган трененидир.

Халқаро туризм буйича “Самарканд” эркин иктисодий минтакасининг вақтинчалик Дирекциясининг аъзоси, унинг дастурий хужжатларини ва илмий-услугубий кулланмалари муаллифидир.

Халқаро ташкилотлар лойихалар грантларининг муаллифи ва иштирокчиси.

Бир катор компанияларнинг буюртмасига биноан маркетинг ва ижтимоий тадқиқотларни олиб борган.



## Маркетинг нуқтаи назаридан бозор тушунчалари моҳиятини аниқлашга вазифа

Сизга яхши таниш булган Ўзбекистоннинг бир корхонасини танланг ва куйидаги саволларга жавоб беринг:

1. Сиз танлаган ташкилотнинг кискача таърифини беринг
2. Айирбошлаш учун ишлаб чиқариладиган товарга таъриф беринг
3. Корхона еки ташкилот қандай қилиб узининг товарини айирбошлашга тақлиф этади
4. Айирбошлаш жараенини таърифланг
5. Ушбу айирбошлаш ташкилот ва харидор учун узаро қулай деб ҳисоблайсизми? Нима учун?
6. Корхонанинг товари қандай эҳтиёжни қондиради?
7. Ўзбекистоннинг ташқи муҳити узгариши шу корхонага қандай таъсир қилиши мумкин?

Кейс – стади  
«Компаниялар йуналишини аниклаш»

Компанияларнинг куйидаги турлари булиши мумкин:

- Ишлаб чикаришга йуналтирилган
- Махсулотга йуналтирилган
- Сотишга йуналтирилган
- Маркетингга йуналтирилган

Куйида берилган таърифларга кура кайси корхона кандай йуналишда иш олиб боришини аникланг: (  буш айланага номер куйинг )

1. Маркетингга йуналтирилган компания
2. Сотишга йуналтирилган компания
3. Ишлаб чикаришга йуналтирилган компания
4. Махсулотга йуналтирилган компания

Компания А

«Биз аминмизки, бизнинг махсулотимиз бозорда энг янги ва зурдир. Бизнинг сифатимизни хеч нарса билан солиштириб булмайти ва бизнинг дизайнер гурухимиз энг яхшидир» №

Компания В

«Бизнинг савдо ходимларимиз мижозни кандай килиб узига тортишни билати. Харидорланинг купчилиги бизнинг махсулотимизни курса, уни сотиб олади, факат уларни шунга йуналтириш керак» №

Компания С

«Мижозларнинг фикри жуда узгарувчандир. Якиндагина бизлар спецификацияни алмаштиришга мажбур булдик, чунки мижоз энг охирида бошкача куринишдаги товарни хохлади. Ушбу карорлар ишлаб чикариш жадвали ва таъминот булимининг ишини узгартиришга олиб келди, лекин шунга карамай хамма якдиллик билан максадга эришиш учун жипслашади.»

№

Компания D

«Бизлар аминмизки, кора рангдан яхши ранг йук ( мижозда танлаш хукуки йук )

№

**Кейс – стади**  
**«« Проктер энд Гэмбл учун янги бозор »»**

Проктер энд Гэмбл дуненинг купгина бозорларида шухрат козонган таникли компаниялардан биридир. Хозирги вақта компания узининг товарлари учун янги бозор изламокда. Шулар жумласига Мустакил Давлатлар Хамдустлиги давлатлари хам кирадилар. Хакикатдан хам компания узининг бозордаги яхши улушини топиши учун маркетинг тадкикотларини лоиб бориши керак.

Сиз узингизни Проктер энд Гэмбл компаниясининг Узбекистондаги янги худудидаги офисида маркетинг буйича менеджери деб фараз килиб, компания рахбарияти учун маркетинг тадкикотлари ечимини тавсия этишингиз зарур.

Ушбу максадлар буйича маркетинг тадкикотлари услудини аникланг, презентация утказиб, куйидаги саволларга жавоб беринг:

1. Узингиз худудингиздаги бозорни ураб турувчи маркетинг мухити тадкикоти
2. Узингизнинг асосий ракобатчиларингиз тадкикоти
3. Максадли бозорни аниклаш
4. Ушбу бозор учун кайси товар муваффакиятли булади

Анкета тузишга оид вазифа .

Сизни кизиштирадиган товар буйича истеъмолчиларнинг суровини утказиш учун  
ета тузинг:

АНКЕТА

-----

-----

-----

-----

№	Савол	Жавоб

## КЕЙС -- СТАДИ «Манфаат асосидаги бозорни бугинлаш»

**Сценарий:** Дунедаги тиш пастасини ишлаб чиқарувчи машхур компаниялардан бири Ўзбекистон бозорининг тадқиқотини утказиб, тадқиқотлар натижасида 4 гуруҳ истеъмолчиларни аниқлади, бу бугинлар асосан товар сотиб олиш натижасида ушбу товарда купрок манфаат кидирадилар, яъни

- Тежамлилиқ (паст баҳо)
- Тиббий хоссаси (кариесдан сакланиш)
- Косметик хосса (ялтирок тишлар)
- Таъм сифатлари (яхши таъм)

Ундан ташқари ҳар бир сегментда узининг яхши курган тиш пастаси булган. Фирма ушбу тадқиқот натижаларидан фойдаланиб, қайси сегментга манфаатга асосланган ҳолда қанақанги тиш пастасини тақлиф қилиши мумкинлигини аниқламокчи, яъни ҳар бир сегментнинг характеристикасига асосланган ҳолда ва рақобатчи товарларнинг марқаларига асосланган ҳолда. Ундан ташқари фирма бозорга қандайдир янги манфаатга асосланган ҳолда янги тиш пастасини тақлиф этиши мумкин.

Ҳар бир сегментнинг аудиторияси узига хос демографик, ахлоқий ва психографик характеристикаларга эга.

### Топширик:

1. Ҳар бир сегментнинг демографик, ахлоқий ва психографик характеристикаларини аниқланг.

2. Янги манфаатли тиш пастасини тақлиф этинг ва ушбу тиш пастасини сотиб олувчи сегментнинг характеристикасини беринг

## SWOT тахлилни тузиш вазифаси

Хар бир корхонанинг кучли ва кучсиз томонлари , имкониятлари ва хатарлари тахлил килиш жудда ктаа ахамиятга эга, чунки бундай тахлил кучсиз томонларни иложи борича камайтириб, кучли томонларни ривожлантириб, имкониятлардан туларок фойдаланиш ва хатарларнинг олдини олишга шароит яратади.

SWOT тахлили инглиз тилидан линган булиб:

S - strength - кучли

W - weaknesses - кучсиз

O - opportunity - имконият

T - threats - хатар

Сиз узингизнинг корхонагиз учун шундай SWOT тахлилни утказиб уни асослаб беринг.

**Кейс -стади**  
**"Ансофф матричаси буйича стратегияларни танлаш"**

Ансофф матричаси буйича ривожланишнинг базавий стратегиялари танлаб олинади.

Куйидаги корхоналар учун ривожланишнинг базавий стратегияларини танланг.

- (a) Сут-ёғ комбинати
- (b) Мебел фабрикаси
- (c) Универмаг
- (d) Уй-жой қурилиш комбинати
- (e) Тижорат банки
- (f) Маданий ва истирохат боғи
- (g) Мактаб

Топширик:

Стратегияни танлаб, уни Ансофф матричасига тушириб асослаб беринг

**Кейс – стади**  
**«Кока – Кола Узбекистонда»**

**Сценарий :** Тошкентда ва Узбекистоннинг бошқа худудларида Кока – Кола ичимликларининг сотилиши биринчи уч ойда жуда яхши олиб борилган эди. Лекин кейинги пайтларда ушбу ичимликларининг сотув хажмлари камая бошлади.

Бир йил ишлаб, Кока – Кола компанияси хозирги пайтда ушбу холдан жуда ашвишга тушмоқда, чунки унинг бозордаги улуши камайиб кетяпти ва келажакда шундай хвол сакланиб қолади деган шубхалар бор. Шунини инобатга олиб Кока – Кола компанияси маркетинг тадқиқотларини утказди ва узи учун хайратли натижаларни олди. Булардан нг мухимлари куйидагилар:

1. Узбекистон фукарolari кунрок табиий ичимликларни афзал кураб эканлар, мисол учун Тошкент минерал суви, Самарканд минерал суви.
2. Узбекистон фукарolari Кока – кола ичимлиги табиий махсулот эмас деб хисоблайдилар, чунки уларга унинг ранги уларда шунга шубха уйготди.
3. Узбекистон фукарolarига 250 мл бутылкалар екмайди, 0,5 литрли бутылкаларга одатланган.
4. Узбекистон фукарolarига Кока –Кола ичимликларининг таъми екмайди, чунки уларга кунрок ичимликларнинг мевали таъми кунрок екади, мисол учун ялпиз кийик ути солинган ичимликлар.
5. Узбекистон фукародари езда кунрок иссик чойни яхна ичимликлардан афзаллирок деб биладилар, чунки уларнинг уйлашича иссик кунда яхна ичимлик уларни касал қилиши мумкин. Қишда эса иссик чой яна ҳам афзаллирокдир, чунки у ҳам иситади, ҳам даволайди.

**Топширик :** Фараз қилинганки Сиз Кока – Кола компаниясининг янги махсулот яратиш буйича командасида қатнашяпсиз.

Узингизнинг тажрибангиз, истеъмолчиларни билишингиз, Узбекистоннинг ташқи мухитини ва юкоридаги маълумотларга асосланган холда Кока – Кола компанияси учун Узбекистонда реализация қилиниши учун янги махсулот таклиф этиб, тавсияларингизни презентация қилинг.



**Кейс-стади**  
**"Товар ҳаётӣ даврининг боскичини аниқлаш"**

Куйидаги келтирилган товарлар ҳозирги пайтда ҳаётӣ даврининг қайси боскичини кечирияпти:

Товар ҳаётӣ даврининг боскичлари			
Бозорга киритиш	Усиш	Етуклик	Пасайиш ва бозордан чиқариш

- (a) Портатив рангли телевизорлар
- (b) Ок-кора телевизорлар
- (c) Уй-рузгор электроникаси
- (d) Умумий фойдаланувчи универсал станоклар
- (e) Биотехнология
- (f) Автомобилар (УзДЭУ)
- (g) Видеодисклар
- (h) "Люкс" соуни
- (i) "Видал-сассун" шампунь кондиционерн
- (j) Керосин
- (k) "Хон атлас" матоси
- (l) Пластик идишдаги минерал суви

Кейс-стади  
"Янги товар яратиш"

Маълумки янги товарни яратиш ва ишлаб чиқаришни ташкил қилишда муайян кетма-кетлик мавжуд. Қуйида келтирилган ва айнан ухшаш маҳсулот ишлаб чиқарадиган фирмалар эркин бозор шароитида ҳаракатларнинг тегишли кетма-кетликка риоя қилмоқда.

Фирма, боскич.	"Вазира" фирмаси	"Омад" фирмаси	"Турон" фирмаси
1.	Янги товар гоясини ишлаб чиқиш	Потенциал бозорни урганиш	Янги товар гоясини ишлаб чиқиш
2.	Потенциал бозорни урганиш	Янги товар гоясини ишлаб чиқиш	Лойиха бўйича таннархни аниқлаш
3.	Сотув нарх даражасини аниқлаш	Лойиха бўйича таннархни аниқлаш	Лойиха бўйича нархни аниқлаш
4.	Сотув нархи ва таннархни солиштириш	Лойиха бўйича сотув нархини аниқлаш	Потенциал бозорни урганиш
5.	Маҳсулот ишлаб чиқаришни бошлаш	Маҳсулот ишлаб чиқаришни бошлаш	Маҳсулот ишлаб чиқаришни бошлаш

Топширик:

- 1) Ҳар бир фирманинг ҳаракатига баҳо бериш ва сизнинг нуқтаи назарингиз бўйича энг муқобил вариантни танланг.
- 2) Сизни танланган вариантда қайси боскич (боскилар) энг муҳим ҳисобланади ва нима учун?

## Товар белгисини яратиш буйича вазифа

Куйидаги фирмалар учун товар белгисини таклиф килинг:

- (a) Дераза ва ромларни ишлаб чиқарувчи фирма
- (b) Яхна ичимликларни ишлаб чиқарувчи фирма
- (c) Холодильниклар ишлаб чиқарувчи фирма
- (d) Автомобиллар ишлаб чиқарувчи фирма
- (e) Ёки узиниз корхонанинг учун

## "Махсулот таксимотини асослаш буйича топширик"

3-4 кишилик гуруҳларга булиниб узингизга яхши таниш булган товарни танлаб, унинг таксимот каналларини кузатинг. Бундай товар булиб, бирор хил озик-овкат махсулоти, қайта ишланган кишлок хужалик махсулоти, косметика, кийим-кечак ва бошқалар булиши мумкин.

Товар таксимотиға таъсир килувчи омилларни курсатинг ва ушбу таксимот буйича куйидаги саволларға жавоб беринг:

- 1) Таксимотдаги воситачиларининг роли
- 2) Таксимот стратегиялари: жадал, селектив (танланган) ва якка тартибдаги
- 3) Ишлаб чиқарувчининг таксимот жараёни устидаги назорати
- 4) Таксимот каналининг тури ва унинг товар баҳосига таъсири

## Маркетинг комплексини ишлаб чиқиш учун вазифа

3-4 кишилик гуруҳларга булиниб, узингиз яхши билган товар турини танлаб, унинг учун тугри келадиган маркетинг структурасини танланг: яъни товар, нарх, тарқатиш ва силжитиш. Узингиз билган босма реклама, телевидение ва тижорат роликлари, радио реклама ва маркетинг тугрисидаги билимларингизни ишлатинг

- ❖ Кандай килиб ушбу элементларнинг боғликлиги бозоргир товарни яратади.
- ❖ Узингиз товарингизни шунга ухшаш махсулот билан солиштириб, маркетингнинг қайси элементларидан товарнинг муваффақияти белгиланади.
- ❖ Узингизнинг хулосаларингиз билан ҳамкорларингиз олдида презентация килиб асослаб, химоялаб беринг.