

2-MAVZU

TURMAHSULOT MARKETINGINING ILMIY NAZARIY ASOSLARI

Reja

2.1. Turmahsulot marketingining asosiy yoʻnalishlari

2.2. Iqtisodiyotni rivojlantirishda marketingning tutgan oʻrni va ahamiyati

2.1. Turmahsulot marketingining maqsad va vazifalari

Marketing tadqiqotlari aosiy yoʻnalishlari

Marketing tadqiqotlari aosiy yoʻnalishlari

1. Bozorni va
sotishni tadqiq
qilish:

2. Mahsulotni
tadqiq qilish:

Turmahsulot marketingining asosiy yoʻnalishlari davomi

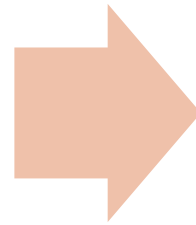
3. Bahoni tadqiq qilish:

4. Mahsulot harakatini tadqiq qilish:

5. Mahsulotni haridorlarga yetkazish:

Turmahsulot marketingini o'tkazishda chet el firma mablag'lar sarflashi.

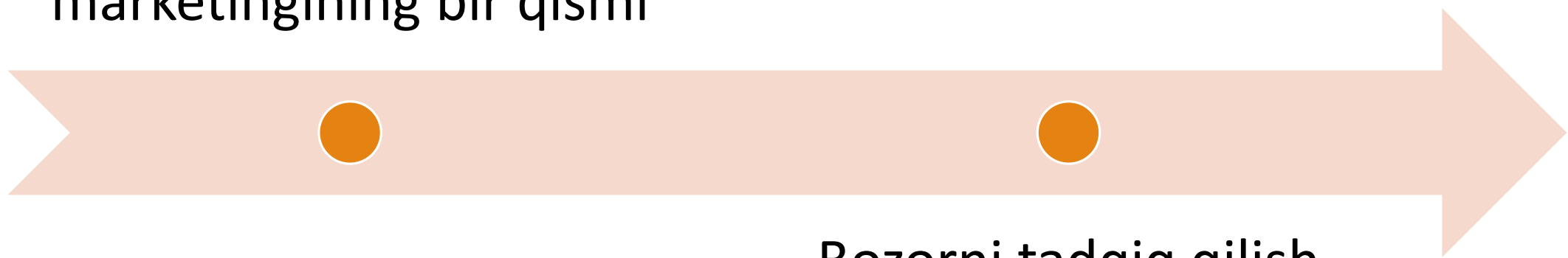
AQSHda yillik
sotish xajmi



Iste'mol tovarlari
ishlab chiqaruvchi
korxonalar

Bozorni tadqiq qilish

Turmahsulot
marketingining bir qismi



Bozorni tadqiq qilish
jarayoni

Bozor to'g'risidagi ma'lumotlar



Bozor to'g'risidagi ma'lumotlar miqdori katta
va turli harakterga ega

Bozorni tadqiq qilishda mutaxassislar
qatnashishi

firmaning bozordagi samarali o'rni

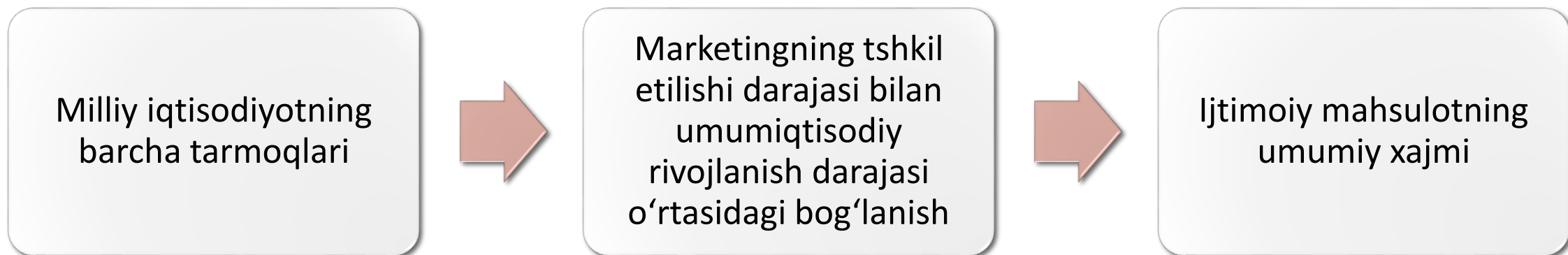
Bozorni marketing nuqtai nazaridan o'rganish

Kompaniyalar,
firma (korxonalar)
tovarlarini
samarali sotish

Sifatini
yaxshilash

Iste'molchilar
talabini
qondirish

Iqtisodiyotni rivojlantirishda marketingning tutgan o'рни va ahamiyati



Marketing darajasiga ishlab chiqarish miqyosi

Tarmoqlar strukturasi ta'siri

Tarmoqlar strukturasi ishlab chiqarilgan mahsulotlar xajmini aniqlash



Masalan

respublikada gazning ko'plab qazib
chiqarilishi

Yoqilg'i balansini o'zgarishi

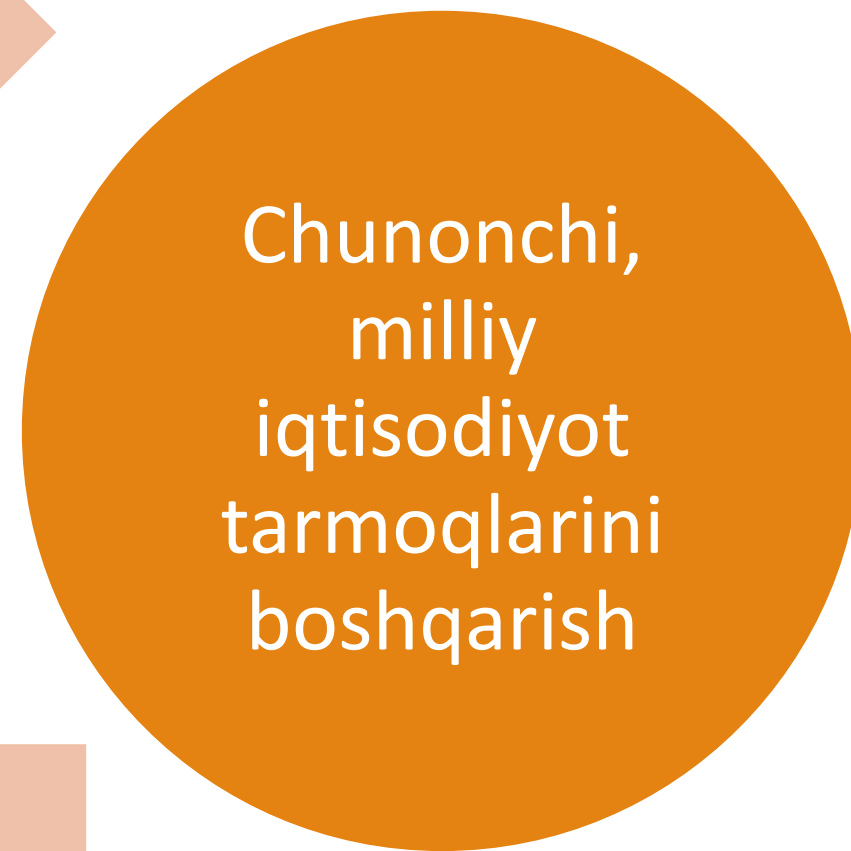
iste'molchilarga yetkazib berish
jarayoni marketing elementlari
faoliyati ob'yekti bo'lib hisoblanadi



Xalq xo'jaligi iste'moliga kelib tushadigan yangi tovarlar



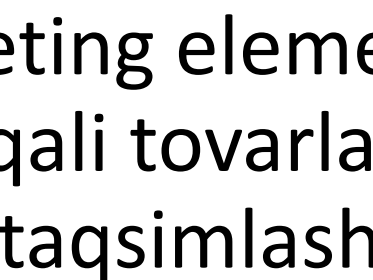
Umumiy boshqarishning tashkil etish darajasi



Milliy iqtisodiyotda marketing umumdavlat ishi haqida



Davlatlarning jamiyatda rivojlanish ehtiyojlari



marketing elementlari orqali tovarlarni taqsimlash

Bozor iqtisodiyotiga o'tish

Ishlab chiqarishni
kengaytirish va uning
samaradorligini oshirish

Korxonalarda
assortiment va sifatli
moddiy resurslar
ta'minlanganligi

Marketing mahsulot sifatini oshirishdagi ta'siri

Marketing iste'molchilarni sifati yuqori tovarlar yaratilishi

Xom-ashyo va material sotuvchi yondosh korxonalariga bog'liqligi

mahsulot yuboruvchilar iste'molchiga yetkazilgan zarar

korxonalarda normativdan ortiqcha materiallar to'planib qolishi

Moddiy resurslardan foydalanish darajasiga marketingning ta'siri

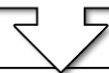
Moddiy
resurslar orqali
harajatlari
tashkil qilish

Moddiy
resurslarni
tejab
foydalanish

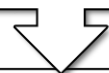
Iste'molchilarga
yetkazib
berilguncha
bo'ladigan davr

Iqtisodiyotni rivojlantirishda marketingning roli va ahamiyati

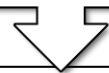
Xalq xo'jaligidagi aholining turmushini moddiy va madaniy darajasini yuksaltirish



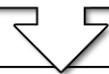
ijtimoiy ishlab chiqarishni rivojlantirish



samaradorligini oshirish



mehnat unumdorligini oshirish



xalq xo'jaligini barcha tarmoqlarida ish sifatini butun choralar bilan yaxshilash

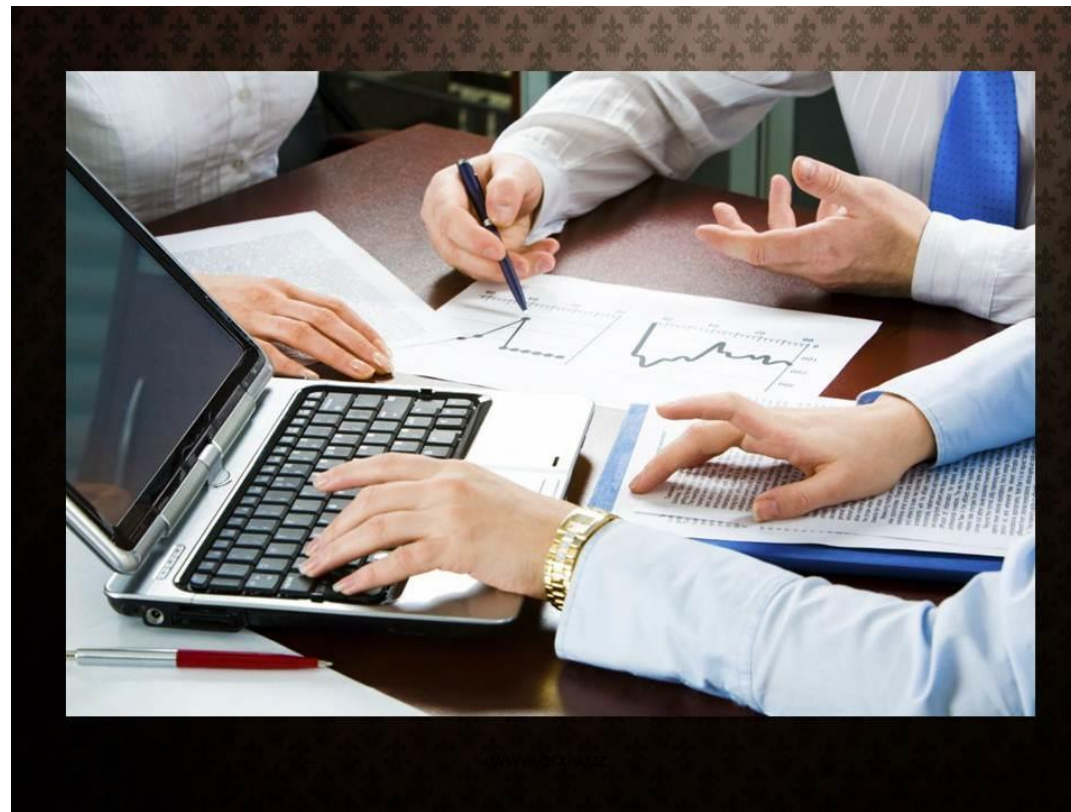
Bozor munosabatlarida erkin raqobat muhitining yaratilish sharoiti

Turmahsulot marketingiga bo'lgan talabning ortib borish jarayoni

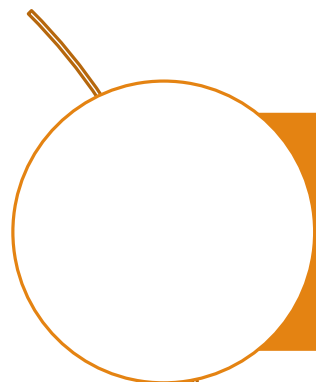
Haridor ishtiyoqi, dididagi tovarlarni va xizmatlarni shakllantirish

Turmahsulot marketingi uchun kerakli va zururiy bo'lgan axborot va ma'lumotlar ko'lami

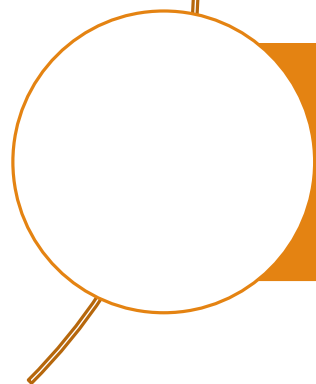
Ayni vaqtda amalga oshirilayotgan islohotlar



Turmahsulot marketingining maqsad va vazifalari



Turmahsulot marketingining vujudga kelishi, shakllanishi va rivojlanishi



Talab va taklifni muvozanati

Korxonada va tashkilotlarga yuqori foyda keltirishda marketing quyidagi vazifalarni xal etmog'i lozim

haridorlar (iste'molchilar) ehtiyojini o'rganish;

tovarlarga bo'lgan ichki va tashki talablarni o'rganish;

korxonaning faoliyatini haridorlar ehtiyojiga moslashtirish;

talab va taklif to'g'risidagi olingan ma'lumotlar asosida bozorni o'rganish;

tovarlar reklamasini tashkil etish, haridorlarni tovarlarni sotib olishga qiziqishini oshirish;

tovar yaratuvchi yoki uni sotuvchi korxonada tadqiqotlarini amalga oshirish uchun ma'lumotlar tuplash va tahlil qilish;

tovarni bozorga chiqarishdagi barcha xizmatlar to'g'risida ma'lumotlar olish;

tuldiruvchi tovarlar va o'rnini bosuvchi tovarlar to'g'risida axborotlar yig'ish;

tovarlarga bo'lgan talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iboratdir.

Marketing axborotlarini tizimli tahlili

Talab va taklifning taxminiy hisobini ishlab chiqish



Marketing maqsadiga erishishda reklamaning vazifasi



Marketing tizimida reklamaning asosiy xususiyati



Sotishni ragʻbatlantirish – marketingning vazifalaridan biri

Bozorga chiqarilgan tovarni rejalashtirilgan sotish darajasini taʼminlash

Ishlab chiqarish harajatlarini qoplash va foyda olish

Sotishni ragʻbatlashtirishning faol shakllari

Baho sistemasi yordamida talab va taklif oʻrtasidagi nisbatlar tartibga solinishi

Marketing tizimida sotish siyosati



tovar massasining
ishlab chiqaruvchidan
to iste'molchigacha
bo'lgan harakati

Bizning iqtisodiy
sharoitimizda
marketingning tovar
siyosati ning vazifasi

Tovar siyosati har bir ishlab chiqarilgan mahsulotning aniq iste'molchilar guruhiga mo'ljallangan bo'lishi

Har qanday tovar aniq iste'mol manziliga ega bo'lishi kerak

Bizning ichki bozorimiz, unga chiqarilgan tovar assortimentining, amalda mavjudligi

haridor qiziqishi va didiga qarab taqsimlangan tovarlar

Marketing harakatlarning barchasidan bir vaqtda foydalanish

Marketingli faoliyat iste'molchidan sanoat korxonalariga va savdoga, ulardan esa qarama – qarshi yo'nalishdagi uzluksiz axborot oqimini ta'minlaydi

esa o'z vaqtida ishlab chiqarishda, tovar assortimentiga, sotish shartlariga, xizmat ko'rsatish sohasiga o'zgartirishlar kiritish

Marketingning maqsadlari va vazifalari bozor faoliyatini tashkil to'g'risida to'liq tushuncha

Aholining yetarli darajada yuqori bo'lgan ehtiyoji

Bozor harakatining katta radiusini ta'minlash uchun tovar assortimentini tez o'zgartirish

korxonani boshqarish va rejalashtirish tizimi

Qisqacha xulosalar

