

ФАН: МАРКЕТИНГ МЕНЕЖМЕНТ

БИЗНЕС БОЗОРЛАРИ ТАҲЛИЛИ

6

ХУСАИНОВ Ш.

БИЗНЕС БОЗОРЛАРИ

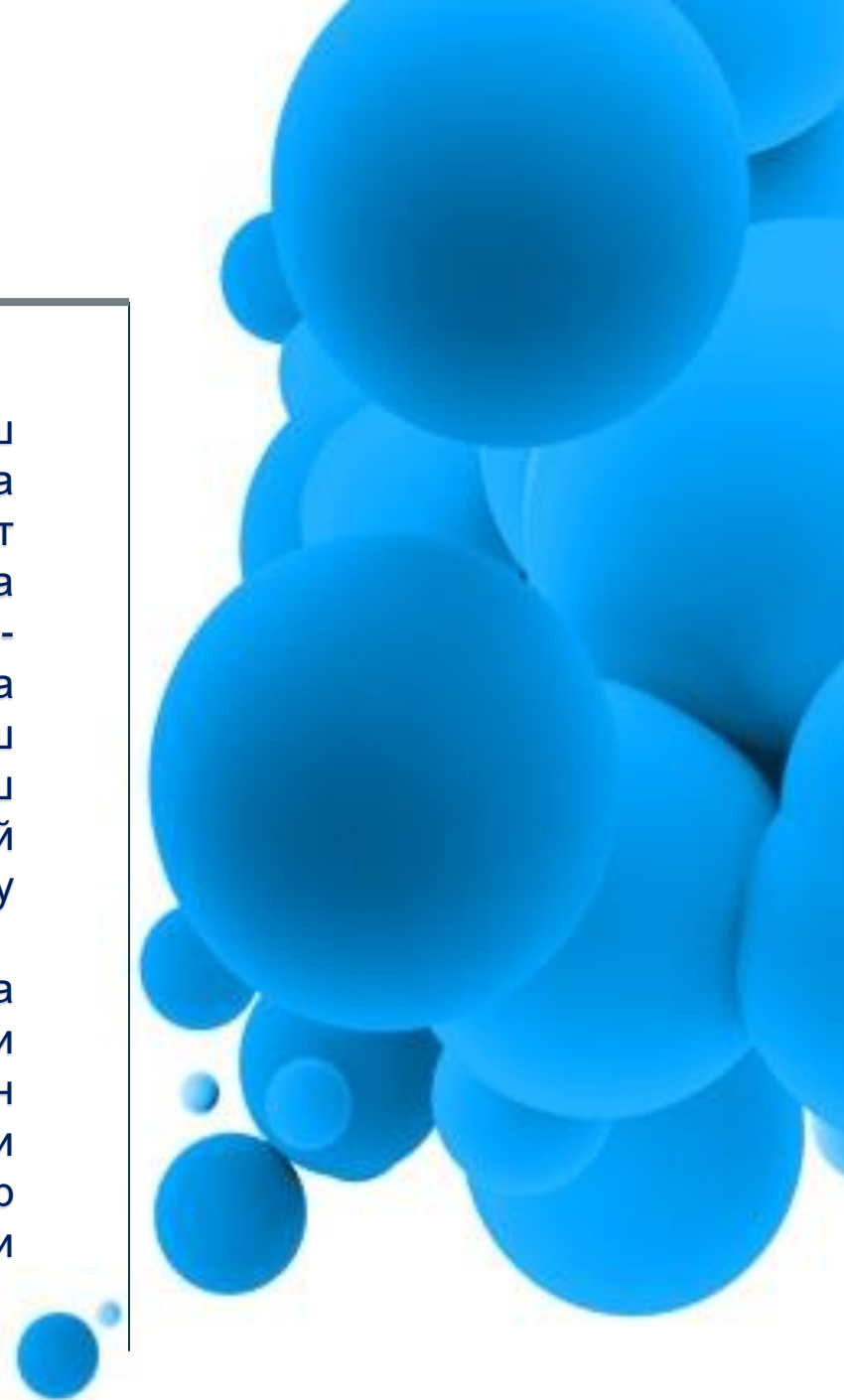
Тижорат ташкилотлари нафақат ўз маҳсулотларини сотадилар. Шунингдек, улар хом ашё, бутловчи қисмлар, ускуналар, материаллар ва хизматлардан фойдаланишади. Уларга қийматга эга бўлган нарсаларни (буюмлар) таклиф қилиш учун **етказиб берувчилар** сотиб олувчи компанияларнинг эҳтиёжлари, имкониятлари, сиёсати ва сотиб олиш амалиётидан хабардор бўлиши керак.



SAP R/3ни татбиқ қилиш: Менежерлар ва муҳандислар учун қўлланма

SAP, немис дастурий компанияси молиявий ва корхоналарни бошқариш каби бизнес соҳалари учун автоматлаштириш тизимлари бизнес бозорида етакчи иштирокчига айланди. Ушбу бозорнинг ярмидан кўпини назорат қилади. Шуниси эътиборга лойиқки, *SAP* ни яратиш бошиданоқ бутун корхона бўйлаб ишлайдиган тизимларни яратишга ва корхонанинг барча бизнес-жараёнларини бирлаштиришга қаратилган эди. Бундай интеграция ўша пайтда ушбу соҳада ҳукмронлик қилган маълумотларни қайта ишлаш принципи ўрнига реал вақт режимида маълумотларни қайта ишлаш натижасида пайдо бўлди. Бундан ташқари, дастур тузишнинг асосий принципи сифатида тезкор архитектура модели тезда қабул қилинди, бу тизимларнинг мослашувчанлиги ва очиқлигига эришишга имкон берди.

SAP нинг ғалаба қозонган стратегияси - мижознинг хоҳиш-истакларига диққат билан эътибор қаратиш ва уларга ташкилотнинг даромадини ошириши, даромадни ошириши ва харажатларни камайтириши мумкин бўлган дастурий таъминот қийматини кўрсатишдир. Турли соҳалардаги компанияларни ўз қаноти остида бирлаштирган *SAP* ўз мижозларига "бир ташрифда барча харидларни амалга ошириш" ва барча бизнес жараёнларини тўлиқ стандартлаштириш имкониятини тақдим этади



- SAP муваффақиятининг тарихи: Телеком-Биржа
- История успеха SAP: Телеком-Биржа

<https://www.youtube.com/watch?v=knLOYhr-PeE>

ТАШКИЛИЙ ХАРИДЛАР НИМА?

Ташкилий харидлар қарор қабул қилиш жараёни сифатида, компания товарлар ва хизматларни сотиб олиш зарурлигини аниқлайди ва аниқ брендлар ва етказиб берувчиларни топади, баҳолайди ва танлайди.

Ф. Вебстер, Й. Винд



¹Frederick E. Webster Jr. and Yoram Wind, *Organizational Buying Behavior* (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1972), p. 2.





БИЗНЕС БОЗОРИ БУ НИМА?





БИЗНЕС БОЗОРИ БУ НИМА?



Корпоратив (бизнес) бозорлар, ўз хизмат ёки маҳсулотларини ишлаб чиқариш, корпоратив эҳтиёжларини қондириш учун харидларни амалга оширувчи корхоналардан ташкил топади.



¹Kotler P., Keller K.L. Marketing management (Global edition). 15th ed. — Harlow: Pearson Education Ltd., 2016. — 834 p





Бизнес бозорлари турли хил хусусиятлари - харидорларнинг сони ва ҳажмидан географик жойлашуви, талаб ва харидорнинг ҳатти-ҳаракатларига қараб - истеъмолчилар бозорларидан фарқ қилади.



Тижорат ташкилотларидан ташқари, институционал ва давлат ташкилотлари ҳам бозорнинг иштирокчилари ҳисобланади. Уларнинг мақсадлари, эҳтиёжлари ва харид қилиш усуллари тижорат ташкилотларининг хусусиятларидан фарқ қилади ва бу харидорларни ташкиллаштиришга йўналтирилган маркетинг стратегияларини режалаштиришда ёдда тутилиши керак.



**"ДАВЛАТ ХАРИДЛАРИ ТЎҒРИСИДА"ГИ
ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ҚОНУНИ НИМА
УЧУН ҚАБУЛ ҚИЛИНДИ?**

"Давлат харидлари тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси қонунини давлат харидлари очиқлигини ва шаффофлигини ҳамда бу соҳада тадбиркорларнинг рақобат курашувини таъминлайди, давлат бюджети, марказлаштирилган манбалар ва давлат улушига эга бўлган корхоналар маблағларидан самарали фойдаланишга имкон яратади.

Қонун қабул қилинишидан аввал мазкур соҳа 30 дан ортиқ норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинган, бунда давлат харидларининг яхлит тизими мавжуд бўлмаган, бунинг натижасида ҳуқуқий коллизиялар вужудга келган. Кўп босқичли келишишлар ва такрорловчи тартиб-таомиллар коррупцияга шароит яратган ва кўп вақт йўқотишга сабаб бўлган.

Қонун давлат харидларини амалга оширишнинг амалдаги тажрибасини ҳамда халқаро тажрибани, жумладан, БМТнинг Халқаро савдо ҳуқуқи бўйича Комиссиясининг (ЮНСИТРАЛ) модель қонунчилигининг асосий қоидаларини, Европа Иттифоқи, АҚШ, Россия, Беларус, Қозоғистон ва бошқа давлатлар қонунчилигини ҳисобга олган. Халқаро ташкилотлар, Халқаро банк, эксперт ва бизнес-ҳамжамияти, вазирлик ва идоралар вакиллари билан муҳокамалар ўтказилган.





ПОРТАЛ ҲАҚИДА

ЯНГИЛИКЛАР

БИТИМЛАР ▾

КОНТАКТ МАЪЛУМОТЛАР

ЭНГ КЎП БЕРИЛАДИГАН САВОЛЛАР

НОРМАТИВ ҲУЖЖАТЛАР

ЛОГИСТИКА



Ўзбекистон Республика товар хом ашё биржаси душанбадан жума кунигача соат 9:00 дан



<http://xarid.uz/>



ПОРТАЛ ҲАҚИДА

ЯНГИЛИКЛАР

БИТИМЛАР ▾

КОНТАКТ МАЪЛУМОТЛАР

ЭНГ КўП БЕРИЛАДИГАН САВОЛЛАР

НОРМАТИВ ҲУЖЖАТЛАР

МОБИЛРАҚАМ

mobilraqam.uzex.uz

ЛОГИСТИКА



13:00 гача ишлайди. Тушлик танаффус соат 13:00 дан 14:00 гача

ДАВЛАТ ХАРИДЛАРИ

<http://xarid.uz/>

БЮДЖЕТ ХАРИДЛАР

КОРПОРАТИВ ХАРИДЛАР



БОШ САҲИФА



АВТОРАҚАМЛАР



КўРГАЗМА САВДО

yarmarka.uzex.uz



МИЛЛИЙ ДўКОН (БЮДЖЕТ)

milliydokon.uzex.uz



ЛОГИСТИКА

mytransport.uz



ЭЛЕКТРОН ДўКОН (БЮДЖЕТ)

shop.uzex.uz



ЭЛЕКТРОН ДўКОН (КОРПОРАТИВ)

eshop.uzex.uz



ЭЛЕКТРОН АУКЦИОН (БЮДЖЕТ)

dxarid.uzex.uz



ЭЛЕКТРОН АУКЦИОН (КОРПОРАТИВ)

exarid.uzex.uz



МИЛЛИЙ ДўКОН (КОРПОРАТИВ)

emilliydokon.uzex.uz



ИПАК ВА ИПАКЧИЛИК

ipak.uzex.uz



- **ДАВЛАТ ХАРИДЛАРИ МАХСУС АХБОРОТ ПОРТАЛИ**
harid.uzex.uz

- <https://www.youtube.com/watch?v=mYknb52QxEc>

- **ДАВЛАТ ХАРИДЛАРИ БЎЙИЧА ИШТИРОКЧИ УЧУН
ЙЎРИҚНОМА (электрон дўкон)**

- <https://www.youtube.com/watch?v=ApqARdp5gyk>

Институциональ бозор

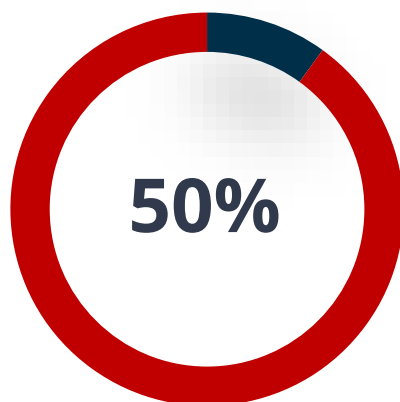
Институциональ бозор - бу одамлар учун зарур бўлган товарлар ва хизматларни сотиб оладиган **мактаблар, касалхоналар, қариялар уйлари, қамоқхоналар** ва бошқа муассасалар. Уларнинг аксарияти кичик бюджетга эга ёпиқ турдаги ташкилотлар бўлиб, уларни бошқариш мижозлар учун барча масалаларни ҳал қилади.



- Давлат ташкилотлари одатда етказиб берувчилардан уларга ўз таклифларини тақдим этишларини талаб қилишади. Одатда, шартнома **энг паст нархни** талаб қилган ишлаб чиқарувчи билан тузилади, гарчи баъзида асосий омил маҳсулотнинг юқори сифати ёки етказиб берувчининг бeнуқсон обрўсидир.



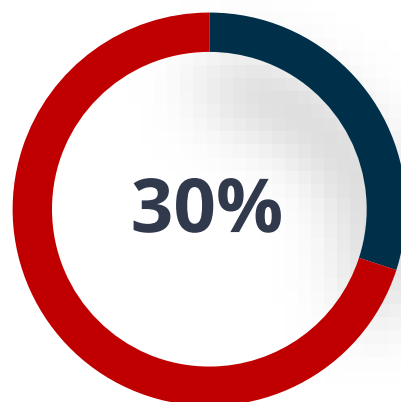
БИЗНЕС БОЗОРИНИНГ АСОСИЙ ТАРМОҚЛАРИ



50%

Business market

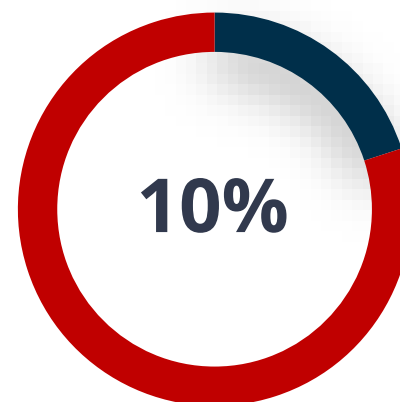
қишлоқ, ўрмон ва балиқчилик
хўжалиги



30%

Business market

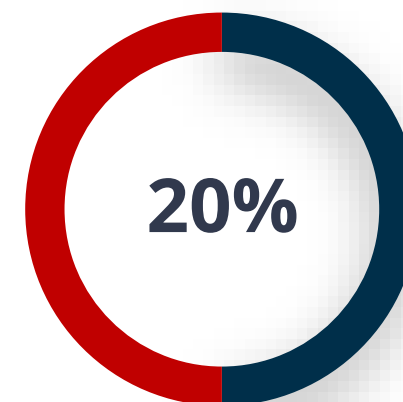
қайта ишлаш саноати, қурилиш,
транспорт ва алоқа



10%

Business market

коммунал хўжалиги, банк, молия ва
суғурта иши



20%

Business market

дистрибуция ва хизматлар соҳаси



Бошқа кўплаб маҳсулотлар сингари, пойабзал ҳар хил турдаги материаллар ва ингредиентларнинг кенг доираси билан ишлаб чиқарилади.



Таъминот занжирининг ҳар бир иштирокчиси нафақат терига тегишли шаклда, балки бошқа кўплаб товарлар ва хизматларга эга бўлиши керак.



Бугунги кунда пойабзал ишлаб чиқаришда кўплаб материаллар ва материалларнинг комбинацияси қўлланилади. Тери, синтетика, каучук ва тўқимачилик материаллари асосий устки қисм материалларидир. Ҳар бир материал ўзига хос хусусиятларга эга ва нафақат ташқи кўриниши, балки жисмоний хусусиятлари, хизмат муддати ва қайта ишлаш эҳтиёжлари билан ҳам фарқ қилади. Пойабзал материални танлаш пойабзалнинг умрини сезиларли даражада таъсир қилади ва кўп ҳолларда уни ишлатишни талаб қилади.



Бизнес бозорининг таснифи

1.

Харидорлар нисбатан йирик, аммо миқдори нисбатан сезилрали кам.

2.

Етказиб берувчилар ва харидорлар ўртасида яқин муносабатлар.

3.

Профессионал харидлар.

4.

Харид бўйича қарорга таъсири.

5.

Савдо ваколатхоналари кўп сонли контактлар.

6.

Талабнинг ҳосилавий табиати.

7.

Саноат товарларига талаб нархи бўйича паст эластиклиги.

8.

Талабни ўзгариши.

9.

Харидорларнинг жуғрофий концентрацияси.

10.

Тўғридан тўғри харидлар.

Ишбилармонлик харидларини амалга ошириш компания томонидан муайян қарорлар қабул қилиш билан боғлиқ бўлиб, уларнинг аниқ сони харид турига боғлиқ.

Харид тури, ҳал қилинаётган муаммонинг мураккаблиги, сотиб олиш ҳолатининг янгилиги, битимда иштирок этадиган шахслар сони ва олинган вақт билан тавсифланади.

ХАРИДЛАРНИ УЧТА АСОСИЙ ТИПИНИ МАВЖУД:



ўзгаришларсиз такрорий харид



ўзгаришлар билан такрорий харид



янги вазифаларни ечиш учун харид



Бизнес бозорида харид қилиш ҳолатлари



ЎЗГАРИШЛАРСИЗ ТАКРОРИЙ ХАРИД

- компаниянинг харид қилиш бўлими вақти-вақти билан етказиб берувчига янги маҳсулот партияларини (иш юритиш буюмлари, қурилиш моллари, кимёвий маҳсулотлар) буюртма қиладиган вазият.
- Харидор сифатли маҳсулот ишлаб чиқарадиган ишлаб чиқарувчиларнинг «тасдиқланган рўйхати» дан етказиб берувчини танлайди.
- Кўпинча, вақтни тежаш учун автоматик қайта тартиблаш тизими қўлланилади.
- «Танланганлар» атрофида бўлмаган ишлаб чиқарувчилар, унга янги маҳсулотларни таклиф қилиш орқали потенциал харидорнинг эътиборини жалб қилишга ёки у ҳозирги таъминотдан норози бўлса, ундан фойдаланишга ҳаракат қилишади.
- Потенциал етказиб берувчи синов буюртмасини олишга интилади ва кейинчалик аста-секин товарларнинг ҳажмини ошириб, муваффақиятни бирлаштиради.

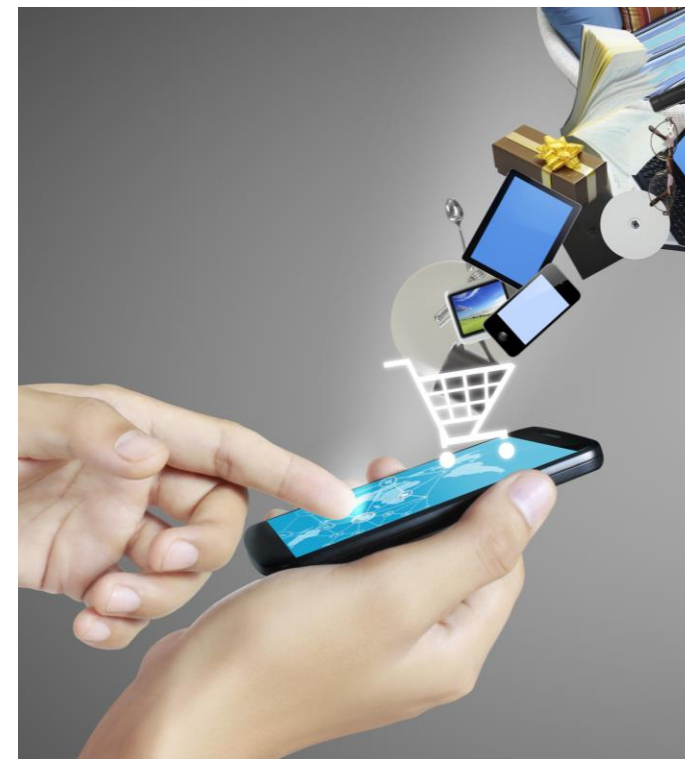


Бизнес бозорида харид қилиш ҳолатлари



ЎЗГАРИШЛАР БИЛАН ТАКРОРИЙ ХАРИД

- Харидор маҳсулотнинг техник хусусиятлари, нархлари, етказиб бериш шартлари ва бошқаларга нисбатан буюртмага ўзгартиришлар киритадиган вазият. Ўзгартирилган қайта сотиб олиш, одатда, харидор ҳам, сотувчи ҳам кўп сонли ходимларнинг иштирокини талаб қилади.
- «Танланган» етказиб берувчилар мижозни қутқариш учун қўлидан келганини қилиш билан асабийлаша бошлайдилар.
- «Яқин атроф» га кирмайдиган ишлаб чиқариш компаниялари ушбу вазиятни харидорга ижобий таклиф қилиш ва янги бизнес алоқаларини ўрнатиш учун имконият сифатида кўришади.



Бизнес бозорида харид қилиш ҳолатлари



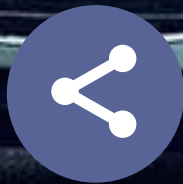
- **ЯНГИ ВАЗИФАЛАРНИ ЕЧИШ УЧУН ХАРИД**
- Корхона биринчи марта маҳсулот ёки хизматни сотиб олганда (офис биноси ёки хавфсизликнинг янги тизими) бундай сотиб олишнинг нархи ёки хавфи қанчалик кўп бўлса, унда шунчалик кўп ишчилар қатнашади ва етказиб берувчи ҳақида маълумотни синчковлик билан йиғадилар. Шунинг учун сотиб олиш тўғрисида қарор қабул қилиш анча вақт талаб этади.
- Янги муаммоларни ҳал қилиш учун харидлар жараёни бир неча босқичларни ўз ичига олади: маҳсулот ҳақида маълумот олиш, унга қизиқишнинг пайдо бўлиши, баҳолаш, синов ва танлаш.



Автомобиль нечта
деталдан иборат?

MALIBU

UZBEKISTAN



Автомобиль нечта деталдан иборат?



Тойота компанияси мутахассислари имконсиз нарсани қилишди ва хуллас шунга қарамай, ўртача автомобилни қисмларга ажратиш мумкин бўлган деталларни ҳисоблаб чиқдилар, бу "винтикгача" деб аталади, яъни ҳар бир деталь бошқа қисмларга ажралмайди. Олинган рақам ҳайратланарди. Деталларнинг сони **30000** тага баҳоланмоқда.



<https://zen.yandex.ru/media/pronauka/iz-skolko-detalei-sostoit-avtomobil-5d4824e9e4f39f00aec7ae31>



Ford

01

Агар илгари *Ford* автомобил ишлаб чиқаришнинг тўлиқ циклини амалга оширган бўлса, ҳозир у асосан йиғиш билан шуғулланади. Етказиб берувчилар сони қисқартирилди, бундан ташқари, алоҳида қисмлар ва йиғишларни етказиб берувчилардан улар тизим етказиб берувчиларига айлантирилди: ўриндиқлар, эшиклар ва йиғилишдаги бошқа йирик таркибий элементлар. Янги моделлар етказиб берувчилар билан яқин ҳамкорликда ишлаб чиқилмоқда. *Ford* - бу фақат спецификация, айтайлик ўриндиқлар, бу асосий моделнинг керакли параметрларини кўрсатади ва сотувчи ишлаб чиқиш ва дизайн билан шуғулланади. Барча параметрларни келишиб олгандан сўнг, у зарур қисмларни ишлаб чиқарадиган ва етказиб берадиган бошқа етказиб берувчиларни топади.

02

¹Kotler P., Keller K.L. Marketing management (Global edition). 15th ed. — Harlow: Pearson Education Ltd., 2016. — 834 p



Комплект харидлар ва етказиб бериш



Кўпгина бизнес харидорлари битта сотувчидан йиғилган харидларни афзал кўришади. Комплект (тизимли) харид деб номланган ушбу амалиётнинг бошланиши қурол ва алоқа тизимларини давлат томонидан сотиб олиш йўли билан амалга оширилди.

Одатда, мамлакат ҳукумати турли ишлаб чиқарувчиларнинг ишларини мувофиқлаштириш ва умуман қурол-аслаҳа таъминоти учун жавобгар бўлган бош пудратчилар билан шартномалар тузишни афзал кўради. Шундай қилиб, бош пудратчи мижознинг муаммоларини тўлиқ ҳал қилади.



ТИЗИМЛИ ТАЪМИНОТ УСУЛИ — тўғон, металлургия заводлари, суғориш тизимлари, қувурлар ва канализация тозалаш иншоотлари қурилиши каби йирик саноат лойиҳаларини ишлаб чиқишда қўлланиладиган асосий маркетинг стратегиясидир.

Такрорий харидлар асосан харидлар бўйича мутахассислар томонидан амалга оширилади, шу билан бирга компаниянинг кўплаб бўлимлари ходимлари янги мақсадлар учун харидлар учун жавобгардирлар. Масалан, ишлаб чиқариш бўлими ходимлари керакли товарларнинг техник хусусиятларини аниқлайдилар ва сотиб олиш агентлари етказиб берувчини танлашга ихтисослашган. Иккаласи ҳам харид марказига аъзо бўлишлари мумкин.



1

Шартнома тузиш учун етказиб берувчи компаниялар маҳсулот нархларининг рақобатбардошлигига, хизматларнинг сифати ва ишончилигига алоҳида эътибор беришлари керак.

¹Kotler P., Keller K.L. Marketing management (Global edition). 15th ed. — Harlow: Pearson Education Ltd., 2016. — 834 p

Комплект харидлар ва етказиб бериш



Харидор вақт ва пулни тежайди, чунки сотувчи буюртма қилинган барча материалларни шартномада келишилган нархда етказиб беради. Сотувчи, шунингдек, маҳсулотга кафолатланган талаб ва иш оқимининг пасайишига эга.

Bulleled List #1

Ишлаб чиқарувчилар тобора кўпайиб бораётган харидор шу йўл билан харидларни амалга оширишга интилаётганини англаб етиб, ўз навбатида комплект (тизимли) таъминотдан фойдаланишни бошлайдилар.

Bulleled List #2

Комплект етказиб бериш турли шаклларда амалга оширилади. Масалан, автомобил эҳтиёт қисмларини ишлаб чиқарувчи мижозларга бутун тизимларни (ўриндиқлар, эшиклар ёки тормоз тизимлари) таклиф қилади.

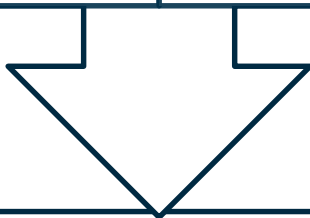
Bulleled List #3

Комплект етказиб бериш вариантларидан бири етказиб берувчига харидорга таклиф қилинаётган ускунага техник хизмат кўрсатиш, таъмирлаш ва ишлатиш учун зарур бўлган барча материалларни етказиб беришни ўз зиммасига оладиган, комплект шартномаларни тузишдир.

- **Б**изнес бозорларини номлашади:

B2B

“**Business to business**” ушбу атама халқаро бизнес маконда кенг таркалган бўлиб, компаниялар ўртасида бўлиб ўтадииган савдо муносабатларига қаратилади



B2G

“**Business to Government**” ушбу атама хусусий секторнинг давлат идоралари билан амалга ошириладиган савдо муносабатларини таърифлашда ишлатилади

• **Бизнес харидлари:**



1



2

3

ТАКРОРИЙ
ХАРИДЛАР
(ЎЗГАРИШЛАРСИЗ)

ЯНГИ ХАРИДЛАР

ТИЗИМЛИ
ХАРИДЛАР



- **Бизнес харидлари жараёни иштирокчилари:**



• **Бизнес харидлари:**



«Олтин» синф
харидорлари

Стратегик
манфаатларни
кўзлайдиган
харидорлар

Муаммони хал
қилинишига йўналган
харидорлар
(маслаҳат сотувлари)

Нархга асосланган
харидорлар



- **Харид жараёнларининг типлари:**

Кундалик маҳсулотлар

- Ушбу маҳсулотлар харидор учун муҳим аҳамият касб этмайдиган маҳсулотлар турига киради

Муҳим ишлаб чиқариш маҳсулотлари

- Ушбу маҳсулотлар қиммат туради ва харидор учун жуда муҳим, аммо катта риск билан боғлиқ эмас, чунки бозорда ушбу маҳсулотни таклиф этувчилар кўп

Стратегик маҳсулотлар

- Ушбу маҳсулотлар юқори қийматга эга бўлиб катта риск билан таърифланади

«Нозик харидлар»

- Ушбу маҳсулотлар катта қийматга эга эмас, лекин уларнинг харидлари катта риск билан боғлиқдир

ХАРИД ЖАРАЁНИ БОСҚИЧЛАРИ

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.



ХАРИД ЖАРАЁНИ БОСҚИЧЛАРИ

1. Муаммони аниқлаш

2. Эҳтиёжлар таркибини жамлаш

3. Маҳсулот спецификация-сини тузиш

4. Етказиб берувчиларни излаш

5. Тижорат таклифлари йиғиш

6. Етказиб берувчини танлаш

7. Буюртма бажарилиши тартиби бўйича спецификация

8. Натижаларни баҳолаш





ЭЛЕКТРОН ХАРИДЛАР



Йирик етказиб берувчилар билан Extranet орқали бевосита алоқалар



Харид альянслари



Корпоратив харид сайтлари ва платформалари

Етказиб берувчи компания характеристикасини баҳолаш намунаси

Характеристика	Баҳолаш коэффиценти оғирлиги				
	Тансифнинг аҳамияти	ёмон (1)	қониқарли (2)	яхши (3)	аъло (4)
Нарх	0,30				X
Етказиб берувчи обрўси	0,20			X	
Маҳсулот ишончлиги	0,30				X
Хизмат даражаси	0,10		X		
Етказиб берувчи эгилувчанлиги	0,10			X	
Умумий баҳо: $0,3(4) + 0,2(3) + 0,3(4) + 0,1(2) + 0,1(3) = 3,5$					



ХУЛОСАЛАР

1. Ташкилий харид қилиш - қарор қабул қилиш жараёни, унда ташкилот товарлар ва хизматларни сотиб олиш зарурлигини аниқлайди ва аниқ брендлар ва етказиб берувчиларни топади, баҳолайди ва танлайди. Бизнес бозори бошқа товарлар ва хизматлар ишлаб чиқаришда фойдаланиладиган товарлар ва хизматларни сотиб олувчи, кейинчалик сотиладиган, ижарага олинган ва бошқа истеъмолчиларга етказиб бериладиган компаниялардан иборат.

2. Истеъмол бозори билан таққослаганда, бизнес бозорида камроқ йирик харидор борлиги биоан фарқланади. Таъминотчилар ва мижозлар ўртасидаги муносабатлар янада ривожланиб бормоқда ва истеъмолчиларнинг географик концентрацияси даражаси юқорироқ. Саноат маҳсулотларига талаб истеъмол товарларига бўлган эҳтиёжга боғлиқ. Бизнес учун товарлар ва хизматларга бўлган умумий талаб паст нарх эгилувчанлиги билан тавсифланади. Бундай товарлар ва хизматларни сотувчилар профессионал харид қилиш агентлари ва сотиб олиш компаниялари ходимларининг муҳим ролини эътиборга олишлари керак, улар товарлар ва хизматларни сотиб олиш, ўзаро савдо ва лизинг бўйича якуний қарорга таъсир қилади.



ХУЛОСАЛАР

3. Компаниянинг харид марказини харид қилиш тўғрисида қарор қабул қилиш ваколатига эга бўлган ходимлар гуруҳи тузадилар. Бунга сотиб олиш ташаббускорлари, фойдаланувчилар, қарорга таъсир қиладиганлар, уни қабул қилувчилар, уни маъқуллаганлар, хариддорларнинг ўзи ва "соқчилар" киради. Харидорни харид қилиш марказининг ҳар қандай аъзосига тақдим эта олиш учун, етказиб берувчи сотиб олиш тўғрисидаги қарор атроф-муҳит омиллари, ташкилот хусусиятлари, шахслараро муносабатлар ва шахсий хусусиятлар таъсирини билиши керак.

4. Харид қилиш жараёни саккиз босқичдан иборат бўлиб, улар харид қилиш босқичлари деб аталади: 1) муаммони англаш; 2) эҳтиёжларнинг умумий тавсифи; 3) маҳсулотнинг техник хусусиятларини тайёрлаш; 4) етказиб берувчиларни излаш; 5) таклифлар сўраш; 6) етказиб берувчини танлаш; 7) буюртмани бажариш жараёнининг спецификацияси; 8) етказиб берувчининг баҳоси.

5. Таъминот компаниялари ўз мижозлари билан яқин алоқа ўрнатишлари, доимий равишда уларга қўшимча қиймат олишлари учун имконият яратиб беришлари керак. Бироқ, баъзи хариддорлар расмийроқ ишбилармонлик муносабатларни афзал кўришларини унутманг.



Фойдаланилган адабиётлар:

1. **Kotler P., Keller K.L.** Marketing management (Global edition). 15th ed. — Harlow: Pearson Education Ltd., 2016. — 834 p
2. **Kotler Ph. Keller K.** Marketing management – 13th ed. Person Education Ltd. 2009. 790 P.
3. **Kotler Ph. Keller K.** Marketing menedjment- 14-izd. Izd.: [Piter](#), 2014 g. 814 s.

**Эътиборингиз
учун раҳмат!**

