

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
JAMOAT XAVFSIZLIGI UNIVERSITETI**

MENEJMENT VA MARKETING

Darslik

TOSHKENT-2022

O‘zbekiston Respublikasi Jamoat xavfsizligi universiteti Kengashida muhokama qilingan va ma’qullangan. 2022 yil 19 iyuldagi 11-sonli bayonnoma.

O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligining 2022 yil 9 sentabrdagi “O‘quv-uslubiy hujjatlarni tasdiqlash, kelishuvga kiritish hamda o‘quv adabiyotlarini nashr etishga tavsiya berish to‘g‘risida”gi 302-sonli buyrug‘i bilan nashrga tavsiya etilgan.

Azlarova M.M., Xo‘djamuratova G.Y., Shadmanov E.Sh., Irgashev D.I. Menejment va marketing: darslik. – Toshkent: O‘zbekiston Respublikasi Jamoat xavfsizligi universiteti, 2022.

Ushbu darslikda menejment fanining predmeti, obyekti va metodi, menejment nazariyasining shakllanishi va rivojlanishi, boshqaruv maqsadi va funksiyalari, boshqarishning tashkiliy tuzilmalari, boshqarish usullari, boshqaruv qarorlari va uning mohiyati, menejmentda motivlashtirish, boshqarishda axborot va kommunikatsiya, marketingning nazariy asoslari, marketing tizimida axborot ta’minoti, marketing muhiti, bozorni va iste’molchilarni o‘rganish, marketing tizimida tovar, narx siyosati, kommunikatsion siyosatga oid masalalar batafsil yoritilgan.

Darslik namunaviy o‘quv dasturi asosida tayyorlangan bo‘lib, oliy o‘quv yurti talabalari aspirantlari va o‘qituvchilari, ilmiy xodimlar, rahbar va mutaxassislar uchun mo‘ljallangan.

Taqrizchilar:

Shoyusupova L.R. O‘zbekiston Respublikasi Jamoat xavfsizligi universiteti
Jamoat xavfsizligini ta’minlash kafedrası dotsenti, i.f.n.,
dotsent

Nabiyev E.G. Toshkent moliya instituti Menejment va marketing kafedrası
professori, i.f.d.

MUNDARIJA

KIRISH	3
I BOB. MENEJMENT FANINING PREDMETI, OBYEKTI VA METODI	7
1.1. Menejment fanining mazmuni va mohiyati	7
1.2. Menejment obyekt va subyekti	12
1.3. Menejment fani foydalanadigan usul (metod)lar.....	15
Qisqa xulosalar	17
Nazorat savollari.....	18
Tayanch iboralar	18
Asosiy adabiyotlar	18
II BOB. MENEJMENT NAZARIYASINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISHI.....	20
2.1. Boshqarish ta’limotidagi yo‘nalishlar	20
2.2. ”Ilmiy menejment” maktabi, F. Teylor ta’limotining mazmuni va mohiyati.....	23
2.3. Mumtoz menejment namoyondasi A. Fayol olg‘a surgan tamoyillar.....	26
2.4. Insoniy munosabatlar maktabi namoyondasi D. Mak Gregorning X va Y nazariyasi.....	29
2.5. “Tizimli” yoki zamonaviy menejment mohiyati	31
2.6. O‘rta Osiyoda menejmentning nazariy asoslari va tamoyillari.....	35
Qisqa xulosalar	38
Nazorat savollari.....	39
Tayanch iboralar	39
Asosiy adabiyotlar	39
III BOB. BOSHQARUV MAQSADI VA FUNKSIYALARI.....	41
3.1. Boshqaruv maqsadi va unga qo‘yiladigan asosiy talablar	41
3.2. Boshqaruv maqsadi turlari	42
3.3. Boshqarish funksiyalari mazmuni va mohiyati	48
3.4. Boshqarishning asosiy, o‘ziga xos aniq funksiyalari.....	50
Qisqa xulosalar	53
Nazorat savollari.....	54
Tayanch iboralar	54
Asosiy adabiyotlar	55
IV BOB. BOSHQARISHNING TASHKILY TUZILMALARI.....	56

4.1. Boshqarish tuzilmasining mazmuni	56
4.2. Boshqarish tuzilmalarining tashkiliy turlari	58
4.3. Boshqarish tuzilmasini qayta tashkil qilish usullari, shakllari va yo‘llari	66
4.4. Bozor munosabatlariga o‘tish jarayonida vujudga kelgan yangi tipdagi korxonalar, firmalarning mohiyati va mazmuni	68
Qisqa xulosalar	71
Nazorat savollari	71
Tayanch iboralar	72
Asosiy adabiyotlar	72
V BOB. BOSHQARISH USULLARI	74
5.1. Boshqarish usullari to‘g‘risida tushuncha	74
5.2. Boshqarishning tashkiliy-ma‘muriy usullari	79
5.3. Boshqarishning iqtisodiy usullari	82
5.4. Boshqaruvning ijtimoiy-ruhiy usullari	84
Qisqa xulosalar	88
Nazorat savollari	88
Tayanch iboralar	89
Asosiy adabiyotlar	89
VI BOB. MENEJERNI RAHBARLIK USLUBI	
VA BOSHQARISHDAGI O‘RNI	91
6.1. Menejer va rahbarlik uslubi tushunchasi	91
6.2. Rahbarlik uslubiga qarab rahbarning turlarga ajratilishi	94
6.3. Rahbar fazilatlarini to‘g‘risida Gippokrat fikrlari	96
6.4. Rahbarga qo‘yiladigan talablar. Rahbar madaniyati	99
Qisqa xulosalar	103
Nazorat savollari	104
Tayanch iboralar	104
Asosiy adabiyotlar	104
VII BOB. BOSHQARUV QARORLARI	106
7.1. Boshqaruv qarorlarining mohiyati va ularga qo‘yiladigan talablar	106
7.2. Boshqaruv qarorlari tasnifi	110
7.3. Qarorlarni ishlab chiqish va uni qabul qilish	116
7.4. Qarorlar ijrosini uyushtirish va ularning bajarilishini nazorat qilish	119
Qisqa xulosalar	122

Nazorat savollari.....	123
Tayanch iboralar.....	123
Asosiy adabiyotlar.....	124
VIII BOB. ISHLAB CHIQRISHNI BOSHQARISH.....	125
8.1. Ishlab chiqarishni boshqarish mazmuni va mohiyati.....	125
8.2. Ishlab chiqarishni boshqarishda obyekt va subyekt tushunchalari.....	128
8.3. Ishlab chiqilgan mahsulot sifatini boshqarish.....	131
8.4. Sifat menejmenti. Sifatni nazorat qilish bosqichlari.....	133
Qisqa xulosalar.....	133
Nazorat savollari.....	134
Tayanch iboralar.....	134
Asosiy adabiyotlar.....	135
IX BOB. MEHNAT JAMOALARINI REJALASHTIRISH	
VA BOSHQARISH.....	136
9.1. Mehnat jamoalarini boshqarish tushunchasi.....	136
9.2. Xodimlarni boshqarish tizimi.....	138
9.3. Xodimlarni boshqarish tamoyillari.....	140
9.4. Xodimlarni rejalashtirish.....	143
9.5. Xodimlarni boshqarish samaradorligi.....	146
Qisqa xulosalar.....	149
Nazorat savollari.....	150
Tayanch iboralar.....	150
Asosiy adabiyotlar.....	151
X BOB. MENEJMENTDA MOTIVLASHTIRISH.....	152
10.1. Motivlashtirish tushunchasi mazmuni va mohiyati.....	152
10.2. Motivlashtirish modellari va strategiyasi.....	155
10.3. Motivlashtirish nazariyalari.....	158
Qisqa xulosalar.....	161
Nazorat savollari.....	162
Tayanch iboralar.....	163
Asosiy adabiyotlar:.....	163
XI BOB. BOSHQARISHDA AXBOROT	
VA KOMMUNIKATSIYA.....	164
11.1. Axborot tizimi tushunchasi va uni boshqarishdagi roli.....	164
11.2. Boshqarishda foydalaniladigan axborotlarga qo‘yiladigan talablar.....	165

11.3. Boshqaruv axborotlarining turkumlanishi	168
11.4. Kommunikatsiya va kommunikatsion jarayon	171
11.5. Axborot almashuv jarayonidagi muammolar	175
Qisqa xulosalar	179
Nazorat savollari	179
Tayanch iboralar	180
Asosiy adabiyotlar	180
XII BOB. MARKETINGNING NAZARIY ASOSLARI.....	182
12.1. Marketing tushunchasi va uning mohiyati.....	182
12.2. Marketingning maqsad va vazifalari	187
12.3. Marketing konsepsiyalari va ularning evolyutsiyasi.....	192
12.4. Marketingning funksiyalari va tamoyillari	198
12.5. Marketing turlari	204
Qisqa xulosalar	212
Nazorat savollari.....	212
Tayanch iboralar	213
Asosiy adabiyotlar	213
XIII BOB. MARKETING TIZIMIDA AXBOROT TA'MINOTI...215	215
13.1. Marketingda axborotlarning ahamiyati	215
13.2. Marketing axborotlari turlari.....	216
13.3. Marketing axboroti manbalari.....	223
Qisqa xulosalar	229
Nazorat savollari.....	229
Tayanch iboralar	229
Asosiy adabiyotlar	229
XIV BOB. MARKETING MUHITI.....231	231
14.1. Marketing muhiti tushunchasi va mohiyati	231
14.2. Korxonalar mikromuhiti.....	232
14.3. Korxonalar makromuhiti	237
Qisqa xulosalar	242
Nazorat savollari.....	242
Tayanch iboralar	243
Asosiy adabiyotlar	243
XV BOB. BOZORNI VA ISTE'MOLCHILARNI O'RGANISH .244	244
15.1. To'var bozori tushunchasi va to'var bozori turlari.....	244
15.2. Bozor konyunkturasi va unga ta'sir qiluvchi omillar	246
15.3. Bozorni segmentlash va uning mohiyati	250

15.4. Iste'molchilarning guruhlanishi va ularning xulq-atvoriga ta'sir qiluvchi omillar.....	256
Qisqa xulosalar	263
Nazorat savollari.....	264
Tayanch iboralar	264
Asosiy adabiyotlar	265
XVI BOB. MARKETING TIZIMIDA TOVAR SIYOSATI	266
16.1. Marketing tizimida tovar tushunchasi va uning o'rni.....	266
16.2. Tovarning hayotiy davri va bosqichlari.....	272
16.3. Yangi tovar ishlab chiqarish strategiyasi.....	277
Qisqa xulosalar	283
Nazorat savollari.....	283
Tayanch iboralar	284
Asosiy adabiyotlar	284
XVII BOB. MARKETING TIZIMIDA NARX SIYOSATI	286
17.1. Marketing tizimida narx tushunchasi va narxning shakllanishi ..	286
17.2. Narx shakllanishi uslublarini tanlash.....	293
17.3. Narx strategiyalari.....	298
Qisqa xulosalar	300
Nazorat savollari.....	301
Tayanch iboralar	301
Asosiy adabiyotlar	301
XVIII BOB. MARKETINGDA KOMMUNIKATSION SIYOSAT	303
18.1. Jamoatchilik bilan aloqalar va uning mohiyati.....	303
18.2. Reklama va reklama vositalari	304
18.3. Marketingda sotishni rag'batlantirish.....	310
Qisqa xulosalar	312
Nazorat savollari.....	312
Tayanch iboralar	313
Asosiy adabiyotlar	313
GLOSSARIY.....	315
KEYS.....	344
KEYS.....	375
MASALALAR	412
1-masala.....	412
2-masala.....	412

3-masala.....	414
4-masala.....	415
5-masala.....	416
6-masala.....	417
7-masala.....	418
8-masala.....	419
9-masala.....	420
10-masala.....	422
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI	425
I. O‘zbekiston Respublikasi Qonunlari	425
II. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonlari	425
III. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarorlari va O‘zbekiston Respublikasi vazirliklarining huquqiy-me’yoriy hujjatlari.....	427
IV. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari	428
V. Darsliklar	429
VI. O‘quv qo‘llanmalari	430
VIII. Internet saytlari	432

**AZLAROVA M.M.,
XO'DJAMURATOVA G.Y.,
SHADMANOV E.SH.,
IRGASHEV D.I.**

MENEJMENT VA MARKETING

Darslik

Muharrir: Anarkulov A.D.
Texnik muharrir: Murakayeva Z.I.
Korrektor: Badriddinova U.Ya.

Bosishga ruxsat etildi 16.11.2022. Buyurtma № 191. Formati 60x84/16.
Times New Roman garniturası bilan raqamli bosma usulda chop etilgan.
Hajmi 27,5 sh.b.t., 14,85 n.-h-t. Adadi 20 nusxa.

O'zbekiston Respublikasi Jamoat xavfsizligi universiteti bosmaxonasi