

# Тауар саясаты

**Дәріс мақсаты** – Тауар саясатының мәні, мақсаттары және міндеттері туралы білім алу

**Негізгі түсініктер.** Ассортименттік саясат. Ассортимент түсінігі. Буып-түю. Орау. Бренд және тауар таңбасы. брендинг

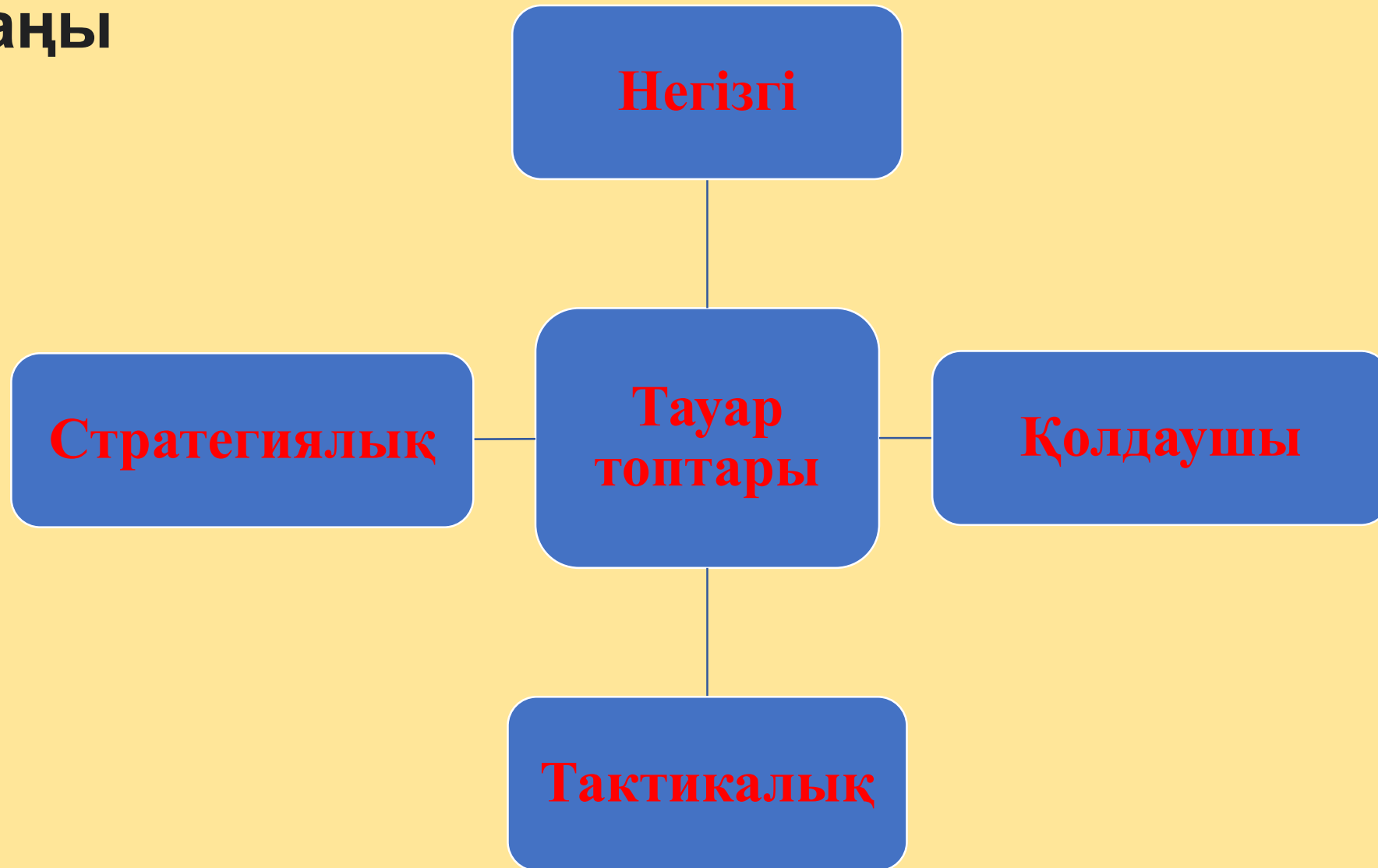
# Қарастырылатын сұрақтар

1. Жаңа тауар ұғымы және оның мәні.
2. Жаңа тауарды жасау үрдісі: идеялар жинау, идеяларды іріктеу, жаңа тауар тұжырымдамасын тексеру

Тауар саясаты дегеніміз – тауар  
ассортиментін қалыптастыру  
бойынша олардың жаңа түрлерін  
жасау, сапа және бәсекеге  
қабілеттілігін жоғарылату, өмірлік  
циклін талдау, тауарлық белгілерді  
пайдалану, буып-түю, орау, таңбалау  
және сервистік қызмет көрсету  
бойынша шешім қабылдауды қажет  
ететін фирманың көп факторлы  
қызмет көрсету аумағы

Тауар стратегиясы – тауар  
өндірісінің ресурстық  
мүмкіндіктері мен нарықтық  
конъюнктура жағдайына сай  
болашақта даму бағытын  
анықтайтын құралы.

# Парето заңы 20/80



# **Жаңа тауар түсінігі және оны жоспарлау**

**Жаңа өнім – бұл өнімнің  
модификациясы, жаңалық енгізу  
және жаңартпасы.**

# Жаңа тауарды жасау процесінің кезеңдері

## Тауар саясатының бағыттары



## Функционалдык талдау

An empty white rounded rectangular box with a thin blue border, positioned below the 'Функционалдык талдау' header.

A second empty white rounded rectangular box with a thin blue border, positioned below the first box under the 'Функционалдык талдау' header.

## Шығармашылык әдістер

An empty white rounded rectangular box with a thin blue border, positioned below the 'Шығармашылык әдістер' header.

A second empty white rounded rectangular box with a thin blue border, positioned below the first box under the 'Шығармашылык әдістер' header.

# Буып-түю, орау

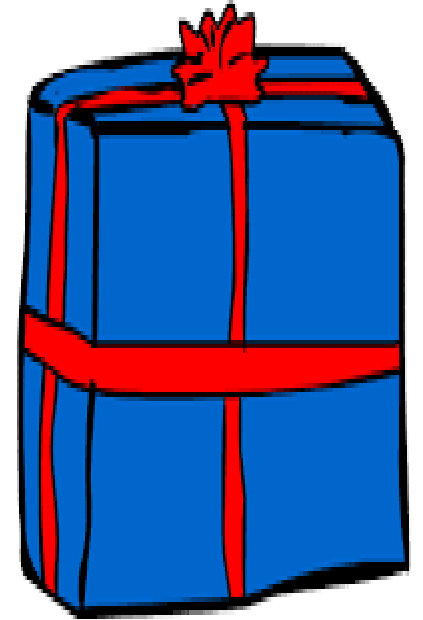


Буып-түю, орау (упаковка) фирманың маркетингтік қызметінде ерекше орын алады. Ол – тауардың қауіпсіздігін, яғни сақталуын қамтамасыз етеді, оның өткізілуіне ықпал етіп, қызмет етеді және тауардың қасиеті мен пайдалану әдістері жөніндегі ақпараттарды береді.



Буып-түю, орауға мынадай талаптар қойылады:

1. буып-түю, орау өнімнің белгіленуін, қолдану аясын функциясын, жарамдылығын және сақтау мерзімін көрсетуі қажет;
2. буып-түю, орау тауарды сақтауға, тасымалдауға және тұтынуға қолайлы етіп жасалуы керек;
3. ол қазіргі заман талаптарына сәйкес тартымды, сыртқы түрі өнім мазмұнына сай болуы қажет;
4. буып-түю, орау өткізу арналарының ерекшеліктері мен талаптарына сәйкес болуы қажет;
5. буып-түю, орау тұтынушының әдеттері мен талаптарына қолайлы болуы міндетті.



# Нарықтағы буып-түю, орау рөлінің өсуіне төмендегі факторлар әсер етті:

1. Саудаға өзі-өзіне қызмет ету (самообслуживание) түрін енгізу. Бұл жағдайда буып-түю сатушының рөлінде болады, яғни ол тауар қасиетін, сондай-ақ оның қолдану әдісі мен пайдалануын сипаттай отырып, тұтынушылардың назарын өзіне аударады.

2. Клиенттер табысының өсуі. Табысы мол сатып алушылар тиімділігі жоғары, әдемі дизайны бар, қазіргі заманға сай буып-түйілген тауар үшін төленетін баға мөлшері жоғары болса да төлеуге дайын.

3. Буып-түю, орау – фирманың беделі мен бейнесін сақтаушы, қорғаушы ретінде де қолданады. Жақсы буып-түю, орау фирманы немесе тауар белгісін бірден танытады. Мысалы, әрбір фото әуесқой «Kodak» фирмасының сары, «Konica» фирмасының көк, «Agfa» фирмасының ақ-қызыл қорапшасын жақсы таниды.



# Тауар белгісі және брендинг

**Тауар белгісі** дегеніміз – заңдық тұрғыдан қорғалған және басқа тауарлардан сөз, бейне, көлем жағынан айырмашылығын білдіре алатын ұғым.

Тауар белгілері

- 1) термин;
- 2) таңба;
- 3) сурет;
- 4) символ;
- 5) әріптер немесе сандар жатады

## Тауар таңбасын белгілеудің 4 түрі бар:

1. Фирмалық атау. Ол – сөз, әріп немесе сөздер мен әріптер тобы;
2. Фирмалық белгі – символ, сурет, ерекшеленетін түс немесе белгілеу;
3. Сауда бейнесі – дербестендірілген тауар таңбасы;
4. Сауда белгісі – фирмалық атау, фирмалық белгі, тауар бейнесі немесе олардың заң тұрғысынан қорғалған түрі.

Тіркелген тауар белгісін пайдалану R әрпімен белгіленеді.

Таңбалы тауар  
 мәселелері  
 бойынша  
 мамандандырылған  
**Interbrand**  
 консалтингтік  
 компаниясының  
 зерттеулері  
 бойынша, әлемдегі  
 ең әйгілі он таңба  
**Mcdonalds, Coca-**  
**Cola, Disney, Kodak,**  
**Sony, Gillete,**  
**Mercedes-Bens,**  
**Levis, Microsoft,**  
**Marlboro** болып  
 саналады.

## KAZ BRAND 2018

	Бренд	Стоимость, млн.\$	Отрасль
1	Рахат	96,0	Кондитерская промышленность
2	Айналайын	83,0	Молочная промышленность
3	Хаома	61,0	Ликероводочная отрасль
4	Magnum	59,5	Ритейл
5	Карагандинское	58,0	Пивобезалкогольная отрасль
6	K'Cell	54,0	Телекоммуникации
7	Sulpak	52,2	Ритейл
8	Food Master	51,0	Молочная промышленность
9	Kaspi Bank	46,2	Финансовые услуги
10	КазМунайГаз	43,0	Топливо и энергетика
11	Halyk Bank	41,0	Финансовые услуги
12	Цесна	39,0	Продукты питания
13	Bayan Sulu	38,5	Кондитерская промышленность
14	Da-Da	34,0	Пивобезалкогольная отрасль
15	Wimpex	32,0	Ликероводочная отрасль
16	Tassay	31,0	Пивобезалкогольная отрасль
17	3 желания	30,5	Продукты питания
18	Helios	29,2	Топливо и энергетика
19	Sultan	29,0	Продукты питания
20	Vacchus	26,5	Ликероводочная отрасль
21	Qazkom	24,7	Финансовые услуги
22	Кеспейбай	24,0	Продукты питания
23	Piko	22,5	Пивобезалкогольная отрасль
24	Пиала	19,2	Продукты питания
25	Дербес	18,8	Пивобезалкогольная отрасль

**Бренд – атауы, символы және  
сыртқы түрінің ықпалымен тұтынушы  
санасында бекінген, нарықта танымал  
сауда маркасы.**

Қазақстанда төменде көрсетілген белгілеуден тұратын тауар белгілеріне рұқсат етілмейді:

1. Мемлекеттік елтаңба, эмблема, жалау, халықаралық және үкіметаралық ұйымдардың аты, марапаттаулар, басылымдар және т.б. ерекше белгілер;
2. Қоғам көзқарасына қайшы келетін, тауар туралы адамдарға жалған көзқарас тудыратын белгілер;
3. Бұрын тіркелген тауар белгісіне ұқсас белгілер;
4. ҚР қорғалатын өнеркәсіптік үлгілер;
5. Атақты әдеби туындылардың, өнер және т.б. атауы.