

# Xalqaro marketing

Xalqaro marketingning tahliliy funksiyasi





# **Tashqi bozorlarni kompleks o'rganishning xususiyatlari**



Xalqaro bozorni tanlashda uchta ko'rsatkichni o'rganishga e'tibor qaratiladi:

- Bozor salohiyati va sharoitlari
- Intensiv raqobat usurari
- Korxonaning maqsad va imkoniyatlari



- **Xalqaro bozorga chiqishni rejalashtirishda korxonalar o'z oldiga turli xil maqsadlarni qo'yadi**



Xalqaro marketingda tashqi bozorni o'rganish uchun mos keluvchi manbalardan foydalaniladi.

Bozor sub'yektlarining asosiy qismi xorijiy bozorlarni ketma-ketlikda, kaskad usulida egallab olish taktikasiga amal qiladi. Bunda quyidagi sxemalarga rioya qilinadi:

- eng qulay mamlakat yoki mintaqani tanlash;
- ushbu bozorda bo'lish usulini aniqlash;
- bozorga moslashtirilgan tovar va xizmatlar, ularning narxi bo'yicha tijorat takliflarini aniqlash;
- tijorat siyosati, sotuv siyosati, kommunikatsiyalarni aniqlash va savdo xodimlarini tanlash.





# Jahon bozorini segmentlash usullari

Tashqi bozorlarni 2 yo'nalishda segmentlash mumkin.



- Macro daraja
- Micro daraja



Umumiy ko'rinishda eksportning turli xil tashkiliy shakllarini tanlashni quyidagi shartlar bilan ifodalash mumkin:

- bozor shartlari – erkinlashtirilgan va markazlashmagan iqtisodiyot sharoitlarida faoliyat ko'rsatuvchi ilg'or yoki qoloq savdo tuzilmasiga ega bo'lgan ochiq yoki yopiq bozor;
- tovar bilan bog'liq shartlar – firma mahsuloti yoki oddiy tovar, texnik xizmat ko'rsatish bilan yoki usiz, oson va qiyin eksport qilinadigan;
- korxonada faoliyati bilan bog'liq shartlar – cheklangan yoki kengaytirilgan maqsadlar, xalqaro bozor sharoitlarida ishlash tajribasining bor yoki yo'qligi, rivojlangan yoki yaxshi rivojlanmagan resurslar salohiyati (moliya, kadrlar tarkibi, ishlab chiqarish quvvatlari va hokazo).



# **Bozor kon'yunkturasining asosiy ko'rsatkichlari**

**Kon'yunktura = *holat***



Bozor kon'yunkturasi - bu ma'lum bir vaqtda, ma'lum bir hududda talab bilan taklif o'rtasidagi nisbatdir.



Uzoq muddatli o'sish imkoniyalarini aniqlash va kon'yunktura tahlili bir-biri bilan bog'liq va u bir-birini to'ldira boradi.

*Sifatli tahlil qilish uchun to'plangan ma'lumotlarni 3 ta guruhga bo'lina*

*-o'tgan davr kon'yunktura ma'lumotlari;*

*-tadqiq qilinayotgan davr kon'yunktura ma'lumotlari;*

*-kelgusidagi kon'yunkturaga ta'sir etuvchi ma'lumotlar.*

# Xalqaro bozor kon'yunkturasini bashorat qilish usullari





- Bashorat qilish bu - ob'yektning kelajagini tahlil qilish va bu kelajakni qanday bo'lishini ko'ra bilishdir.



## Tovarlar bozori bashoratini aniqlashda quyidagi talablar e'tiborga olinishi shart:

- Kelajakda bozor kon'yunkturasiga ta'sir etuvchi omillarni xisobga olgan holda ilmiy asoslangan, ishonchli va tizimli yondashish.
- Bashoratni aniqlashda bir necha variantlardan foydalanish, ularning natijalari bir xil yoki yaqin bo'lishi.
- Ishlatilgan uslublarning ilmiy asosi etarli bo'lishi.
- Xulosalarni aniq va ravon tilda, ayniqsa qaror qabul qiluvchilarga tushunarli ishlanganligi.
- Bozor kon'yunkturasi istiqboli o'z vaqtida aniqlanishi va korxonalar, assotsiatsiya, kompaniya va vazirliklar ishini boshqarishda qo'llaniladi.



**Bozor kon'yunkturasini bashorat qilish  
uslublarini 4 ta katta sinfga bo'lishimiz  
mumkin.**



# Faktografik uslublar

# **Ekspert uslublar**



# **Ekstropolyasiya uslubi**





# **Ekonometrik modeller**



**Bozor kon'yunkturasini tahlil va bashorat qilish natijalari firmaning biznes-reja tuzishda yoki firmaning bozordagi butun faoliyatini tartibga solishda va boshqarishda keng qo'llaniladi.**



# Nazorat va muhokama uchun savollar

- Xalqaro bozor tadqiqotlarining asosiy tamoyillarini tavsiflab bering.
- Bozorlarni baholash va ranglarga ajratishdan maqsad nima?
- Tashqi bozorni o'rganish manbalarini aytib bering.
- Xalqaro bozorda rejalashtirishning qaysi bosqichlari mavjud?
- Xalqaro bozorda joriy rejalashtirishning qanday usullari mavjud?