




Xalqaro marketing

Xalqaro marketingda tovar va tovar siyosati



Xalqaro bozorga etkazib beriluvchi tovarning umumiy tavsifnomasi

Tovarlarning besh xil darajasi mavjud:

- Mo'ljaldagi tovar
- Tovar tabiati 
- Kutilayotgan tovar
- Mustahkamlangan tovar
- Potensial tovar

- **Tovar assortimenti deganda o'zaro o'xshash xislatlari, bir xil iste'molchilar guruhlariga sotilishi, bozor tomon harakatalantirishning marketing uslubi hamda bitta yoki bir xil narx diapazonida ekanligi bilan bog'liq bo'lgan tovar guruhlarini tushuniladi**

Tovar siyosati

- oddiy kengaytirish (eksport);
- mahsulotni moslashtirish;
- «teskari» ixtiro yoki yangi ixtirolar;
- tovar ishlab chiqarishni to'xtatish.



**Oddiy kengaytirish yoki eksport
strategiyasi firmaning eksport
assortimentiga standart yondashuvni
nazarda tutadi**



**Mahsulotning moslashish strategiyasi
tashqi bozor va muhitning xususiyatlarini
hisobga olgan holda tovarni
modifikatsiyalashdan iborat**



Tovar modifikatsiyasining asosiy variantlari¹

	Tovar	
	Tovar o'zgarmaydi	Tovar o'zgaradi
Kommunikatsiya		
Standart kommunikatsiya	To'liq standartizatsiya (kommunikatsiya va tovar)	Tovar modifikatsiyasi
Kommunikatsiya o'zgaradi	Kommunikatsiya aloqalari modifikatsiyasi	Kommunikatsiya aloqalari va tovar modifikatsiyasi



**Yangi tovarlarni ishlab chiqish ko'p mablag'
talab qiladi, shuning uchun bu bilan asosan
yirik transmilliy korporatsiyalar
shug'ullanadi**



Agar eksportchi firma standart strategiyalardan foydalanadigan bo'lsa, u tovar ishlab chiqarish va eksport qilishni barcha bozorlarda bir vaqtning o'zida to'xtatadi.



Jahon bozorlarida tovarlarni qadoqlash va bezash

Tovar o'roviga bo'lgan asosiy talablar quyidagilardan iborat:

- tovarning buzilish yoki shikastlanishidan himoya qilishni ta'minlash;
- tovar reklamasini ta'minlash;
- tovarni transport orqali tashish va omborlarda joylashtirish uchun oqilona birliklar yaratishni ta'minlash;
- raqobatchilarning tovar o'rovlaridan ajralib turish;
- ishlab chiqaruvchini tezda tanib olishga xizmat qilish;
- tovar imidjini yaratish va narx darajasiga mos kelish.

Tovar sifatiga xalqaro normalarni ishlab chiquvchi tashkilotlar¹

Sifat normasi darajasi	Tovar sifati normasini belgilovchi tashkilot nomi	Belgilanishi va joylashgan mamlakati
Milliy	Germaniya norma Instituti Britaniya standart Instituti Fransiya normalizatsiya Assotsiatsiyasi	DIN, Germaniya BSI, Buyuk Britaniya AFNOR, Fransiya
Xalqaro	Xalqaro standart tashkiloti Xalqaro telekommunikatsiya ittifoqi Internatjonal Electric Commision	ISO, SHveysariya ITV, SHveysariya IEC, Shveysariya
Evropa	Comite Europeen de Normalisation Comite Europeen de Normalisation Electrotechnique Europeen Telecommunication Stsndarts Institute	GEN, Belgiya ETSI, Fransiya

* Tovarning raqobatbardoshligi – uning real xarid qiluvchi xaridor uchun jozibadorlik darajasidir.

* Tovarning iste'mol qiymati – xaridor mazkur tovar uchun to'lash mumkin hisoblovchi maksimal narx hisoblanadi

* Tovarning raqobatbardoshligi zaxirasi – tovarning iste'mol qiymati va uni sotib olish uchun to'langan haqiqtisodiy narx o'rtasidagi farqdir

Tovar raqobatbardoshligini baholash ko'rsatkichlari

- Tovar mahsulotining vazifasi
- Sifati va ishonchliligi
- Estetika
- Ekologik tozaligi
- Ergonomiklik
- Tejamkorlik:





**Raqobatbardoshlik va sifatni ta'minlash
tizimida sertifikat siya va standartlash.**

Sertifikatlash tizimi odatda moddiy (tovar xususiyatlarini o'zgartirish, individual buyurtmani bajarish va hokazo) va nomoddiy (ijtimoiy-madaniy xizmatlar to'plami) xizmat guruhlarini bilan ishlaydi.



Xizmatlar sertifikatsiyasi uchun asos bo'lib xalqaro, mintaqaviy va milliy standartlar, tasdiqlangan sanitariya-gigiena me'yorlari va qoidalari, shuningdek, belgilangan tartibda davlat boshqaruv organlari tomonidan muayyan xizmat turlari uchun qabul qilingan me'yoriy hujjatlar xizmat qiladi.




Eksport tovar siyosatining mohiyati va turlari.
Eksport tovarining bozor salohiyatini belgilash

- Eksport bu – tovar, ish, xizmat va intellektual faoliyat natijalarini, jumladan, mutlaq egalik huquqini O'zbekiston hududidan qaytarib olib kirish majburiyatisiz olib chiqishdir.



- Import bu - tovar, ish, xizmat va intellektual faoliyat natijalarini, jumladan, mutlaq egalik huquqini O'zbekiston hududiga qaytarib olib chiqish majburiyatisiz olib kirishdir.

Xalqaro savdoda eksport tovar siyosatining uch varianti qo'llanadi.

- Markazlashgan variant.
- Gorizontal variant.
- Konglomerat variant. 

To'siqlar

- Mamlakat bojxona kodeksining o'ziga xos xususiyatlari
- Importchi mamlakatdagi qonunchilikning barqaror emasligi
- Importchi mamlakatning tovar oid milliy normalar, qaror va farmonlar ko'rinishidagi tartibga soluvchi to'siqlar.
- Eksport tovarining import qiluvchi mamlakatning ijtimoiy qadriyatlariga zarar etkazishi



Eksport tovar assortimentini rejalashtirish

Eksport tovar assortimentini rejalashtirishda eksportchining quyidagilarni bajara olishi ham muhim ahamiyat kasb etadi:

- hozirgi paytda raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari past bo'lgan va istiqbolda rentabelligi past bo'lishi kutilayotgan mahsulotlar ro'yxatini aniqlash;
- mahsulotlarni eksport tovarlar tarkibidan chiqarish muddati va ro'yxatini aniqlash;
- qaysi tovarlarni modernizatsiyalash kerakligini, shuningdek, muayyan mahsulotlarni qo'llashning yangi usullarini aniqlash;
- xalqaro bozor uchun yangi mahsulot ishlab chiqarish takliflarini ishlab chiqish va ko'rib chiqishga chuqur o'ylab ko'rgan holda yondashish.



**Eksport siyosatida tovarlarni o'rash,
markalash va servis**

Markirovka quyidagi asosiy vazifalarni bajaradi:

- 1. Yukning tashuvchilar, oluvchilar va xalqaro bozorning ishtirok etuvchi boshqa sub'yektlari tomonidan oson tanib olinishini ta'minlaydi.**
- 2. Yukni to'g'ri saqlash va etkazishni ta'minlash uchun mos keluvchi tartibni ko'rsatadi.**
- 3. U bilan noto'g'ri muomala qilinganda tashilayotgan yoki saqlanayotgan yuk tug'dirishi mumkin bo'lgan xavf-xatardan ogohlantiradi.**

Tovar qadoqlashi va markirovkasi bo'yicha quyidagi xalqaro kelishuvlar mavjud:



ATR — xavfli tovarlarni tashish bo'yicha xalqaro kelishuv;

IMDG — xavfli yuklar uchun xalqaro dengiz kodi;

IATA — havo transporti yordamida tashiluvchi xavfli yuklarni markirovka qilish bo'yicha xalqaro kelishuv.

Xalqaro savdoda servis bu — eksportchi va uning vakili tomonidan amalga oshiriluvchi operatsiyalar majmuasi bo'lib, ular tufayli chet ellik xaridorga optimal tovarni sotib olish, shuningek, undan oqilona va unumli foydalanish imkoniyati taqdim etiladi.