

# Xalqaro marketing



Xalqaro bozorga yo'naltirilgan marketing  
xizmatini yaratish



# **Xalqaro marketing faoliyatini boshqarish usullari**

- **Eksport bo'limi**



- **Xalqaro filial**



- **Transmilliy kompaniyalar**



Marketing xizmatini tashkil etish tamoyillari asosan uch omilga - tanlangan strategiya, tashkiliy struktura va bu strukturaning qay tariqa faoliyat yuritishiga bog'liq bo'ladi.

Tovar tamoyili bo'yicha marketing bo'limini tashkil etishning kuchli va zaif tomonlari<sup>1</sup>

| Kuchli tomonlar  | Zaif tomonlar   |
|--|---|
| <p>Korxonada ishlab chiqaruvchi barcha tovar assortimentining to'liq marketingi.</p> <p>Barcha tovar nomenklaturasi bo'yicha istiqbolli asosiy ist'molchilarni aniqlash va talabni kompleks ravishda o'rganish imkoniyati.</p> | <p>Bo'limning har bir xodimiga belgilab qo'yilgan majburiyatlar doirasining kengligi (mahsulot strategiyasini ishlab chiqish, tovar harakatlanishi sxemasi, sotuv, sotuvni rag'batlantirish, reklama)</p> |

## Bozor tamoyili bo'yicha marketing bo'limini tashkil etishning kuchli va zaif tomonlari<sup>1</sup>

| Kuchli tomonlar   | Zaif tomonlar  |
|---|--|
| Bozorga chiqishda bo'limlarni yaxshiroq muvofiqlashtirish. Bozorga chiqishning kompleks dasturini ishlab chiqish imkoniyati. Bozorning o'ziga xosliklarini hisobga olgan holda uni ishonchliroqligi | Murakkab struktura. Bo'limlar ishining ixtisoslashuv darajasi pastligi. Funktsiyalarni bajarishni takrorlash imkoniyati (segment bo'yicha tashkil etishda). Tovarni (barcha mahsulotlar nomenklaturasini) yaxshi bilmaslik |

## Marketing bo'limini tovar-bozor sxemasi bo'yicha tashkil etishning kuchli va zaif tomonalari

| Kuchli tomonlar   | Zaif tomonlar  |
|---|--|
| <p>Bozorga chiqishda bo'limlarni yaxshiroq muvofiqlashtirish. Bozorga chiqishning kompleks dasturini ishlab chiqish imkoniyati. Bozorning o'ziga xosliklarini hisobga olgan holda uni ishonchliroq bashorat qilish. Tovarni etarli darajada to'liq bilish</p> | <p>Bo'limning tannarxi yuqoriligi. Turli bo'limlar tomonidan bitta bozor bo'yicha masalalarni hal qilishda muvofiqchilikning yuzaga kelishi mumkinligi (funksiyalarning kesishuvi)</p> |

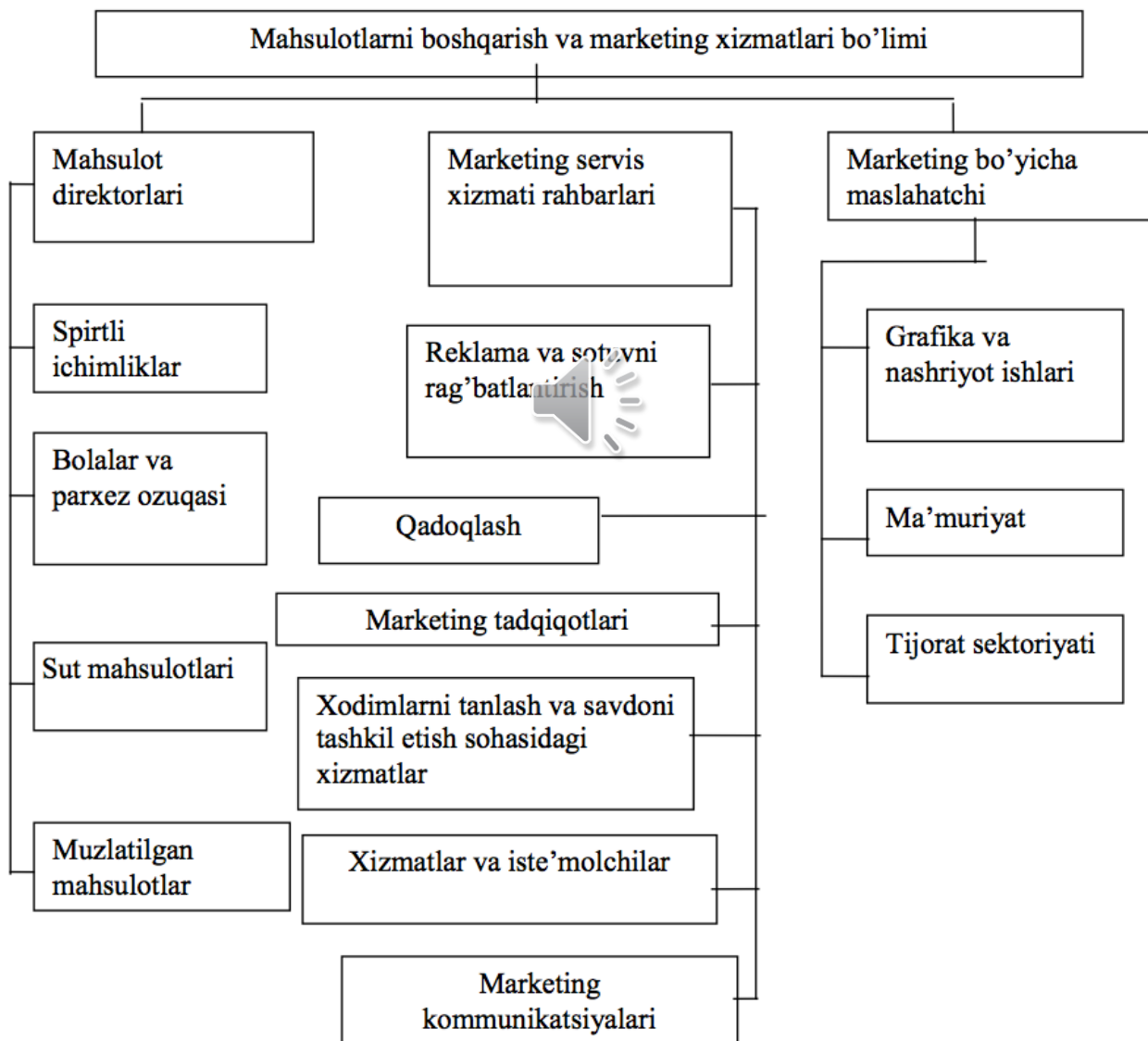


# Funksional tamoyili bo'yicha marketing xizmatini xususiyatlari

## Funksional tamoyil bo'yicha marketing bo'limini tashkil etishning kuchli va zaif tomonlari

| Kuchli tomonlar   | Zaif tomonlar  |
|---|--|
| <p>Boshqaruvning oddiyliigi: har bir bajaruvchining majburiyatlari boshqalar bilan kesishmaydi. Har bir xodimning majburiyatlar tarkibi bir xil tariflanishi. Marketologlarning funksional ixtisoslashuv imkoniyati ularning malakasi o'stirish omili sifatida. Ayrim funksional uchastkalar o'rtasidagi raqobat ish samaradorligi o'sishining stimuli sifatida</p> | <p>Chiqarilayotgan mahsulot nomenklaturasi o'sishi bilan sifatining pasayishi. Firma faoliyatining noan'anaviy shakl va yo'nalishlarini izlab topish mexanizmlarining yo'qligi. Ayrim funksional uchastkalar o'rtasidagi raqobat — mahalliychilik, firmaning umumiy manfaatlari uchun emas, balki kishilarning o'z manfaatlari uchun ko'rashishi</p> |

# Marketing xizmatini yaratishning xoriiv tairibalari.





# **Mahsulot dasturi direktori**



# **Mahsulot direktori**

# Marketing rahbarining asosiy funksiyalari

- marketing strategiya va maqsadlarini tanlash, buning uchun zarur resurslarni aniqlash;
- marketing faoliyatining, jumladan, sotuvning detallashtirilgan rejalarini ishlab chiqish;
- marketing faoliyati natijalarini baholash;
- marketing xizmati xodimlarini tanlash, o'qitish va ularga maslahat berish.

# Xulosalar

Firmalar xalqaro marketing bilan turli sabablarga ko'ra shug'ullanadilar. Ba'zi firmalarni bunga mahalliy bozorning kambag'alligi majbur qilsa, boshqa firmalarni chet elda ochilayotgan imkoniyatlar jalb qiladi.

Marketing bo'limini tovar yondashuvi bo'yicha tashkil etish marketingni ayrim yiriklashgan tovar gurhlari bo'yicha taqsimlash tamoyillariga asoslanadi. Har bir tovar (tovar guruhi) bo'yicha sektor boshlig'i va mazkur tovarning barcha funksional marketing vazifalarini bajaruvchi xodimlar mavjud. Bo'limning bu tarzda tashkil etilishi katta miqdordagi bir xil bozorlarda sotiluvchi tovar nomenklaturasi keng bo'lgan firmalar uchun samaradorligi yuqori bo'ladi.

# Nazorat savollari

- Marketing bo'limini bozor tamoyili bo'yicha tashkil qilish xususiyatlari.
- Marketing bo'limini tovar tamoyili bo'yicha tashkil etishda asosiy kamchiligini tavsiflab bering.
- Funktsional tamoyili bo'yicha marketing xizmatini xususiyatlari.
- Marketing bo'limini tovar-bozor sxemasi bo'yicha tashkil etishning kuchli va zaif tomonalarini tavsiflab bering.
- Funktsional va tovar tamoyillari bo'yicha marketing bo'limini tashkil etishning farqlari.