
**“BANK MARKETING”
CHAPTER – 12.
MANAGING A HOLISTIC MARKETING ORGANIZATION
HOME WORK WITH ANSWERS
XUSAINOV Sh. - PhD**

**“БАНК МАРКЕТИНГИ” ФАНИ
12-МАВЗУ
ХОЛИСТИК (ЯХЛИТ) МАРКЕТИНГНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШНИ
БОШҚАРИШ
УЙ ВАЗИФАСИ ЖАВОБЛАРИ БИЛАН
ХУСАИНОВ Ш. -и.ф.н.**

САВОЛЛАРГА ЖАВОБ БЕРИШИНГИЗ КЕРАК:

1. Холистик (яхлит) маркетингни ташкил қилишда ички маркетингни ёритиб беринг.

Ички маркетинг компаниянинг барча ходимларининг маркетинг тушунчалари ва мақсадларини қабул қилишларини ва мижозларга қиймат яратиш, етказиб бериш ва тарғиб қилишда иштирок этишларини талаб қилади. Сўнги пайтларда маркетинг савдо бўлими функциясидан бутун компания бўйлаб тақсимланган муҳим функционал соҳага айланди. Оддий савдо бўлимлари маркетинг тадқиқотлари, янги маҳсулотларни ишлаб чиқиш, реклама, сотишни рағбатлантириш, мижозларга хизмат кўрсатиш каби муҳим вазифаларни бажара олмайди, шунинг учун фирмаларда маркетинг бўлимлари яратила бошланди. Кўпгина компаниялар энди бўлимларга эмас, балки асосий жараёнларга эътибор беришади. Бўлим компанияи тобора кўпроқ асосий функцияларга тўсиқ сифатида қаралмоқда. Мижозларга йўналтирилган натижаларга эришиш учун компаниялар жараён менежерлари томонидан бошқариладиган аралаш гуруҳларни яратадилар. Маркетинг ва савдо ходимлари аралаш гуруҳда ишлашга бағишлаган иш вақтининг бир қисми доимо ошиб бормоқда. Натижада, улар иккита «бошлиқ» олдида жавобгар бўлади: жамоа ёки жамоалар ва маркетинг бўлими бошлиғи. Маркетинг бўлимлари ўз ходимларини ўқитиш, уларни янги жамоаларга тайинлаш ва уларнинг фаолиятини баҳолаш учун ҳам жавобгардир.

2. Нима учун маҳсулот ва бренд бошқаруви «нурли тизим» деб аталади?

Бир нечта маҳсулот ва брендларга эга компаниялар кўпинча маҳсулот ёки брендни бошқариш атрофида ташкил этилади. Бундай ташкилот функционал ташкилотни алмаштирмайди, балки бошқарувнинг қўшимча даражаси бўлиб хизмат қилади. Раҳбарга бўйсунадиган маҳсулотлар тоифаси менежерлари бўлиб, улар ўз навбатида маълум маҳсулотлар ва брендлар бўйича менежерларни бошқарадилар. Агар компания катта ассортиментдаги маҳсулотларни ишлаб чиқарса ёки маҳсулот ассортименти жуда катта бўлса, уни функционал ташкилот доирасида кўриб чиқиш мумкин бўлмаса, маҳсулот ёки бренд бўйича ташкил этиш мақсадга мувофиқдир. Kraft ҳар бир маҳсулот тоифаси учун менежер лавозимларини жорий этди - нонушта нонлари, уй ҳайвонлари учун озиқ-овқат, ичимликлар. Нонушта нонлари тоифасида пастки тоифалар учун менежерлар мавжуд - парҳез овқатланиш, болалар учун ширин нонлар, бутун оила учун нонушта донлари ва бошқа қуруқ аралашмалар. Маҳсулот ва бренд бошқаруви (маҳсулотни бошқариш ва брендни бошқариш) баъзан марказ «нурли тизим» деб аталади. Мажозий маънода, маҳсулот ёки бренд менежери том маънода алоқа нурлари турли бўлимларга тушадиган марказда жойлашган.

3. Маҳсулот ёки бренд менежерининг мажбуриятлари нималардан иборат?

Маҳсулот ёки бренд менежерининг мажбуриятлари қуйидагиларни ўз ичига олиши мумкин:

- узоқ муддатли рақобатбардошликни яратиш маҳсулотни ишлаб чиқиш стратегиялари;
- йиллик маркетинг режасини ишлаб чиқиш ва сотишни прогнозлаш;
- реклама хабарларини яратиш учун реклама ва бошқа агентликлар билан ҳамкорлик қилиш, дастурлар ва кампаниялар;
- маҳсулотнинг савдо кўрсаткичлари, харидорлар ва сотувчиларнинг унга бўлган муносабати, янги муаммолар ва имкониятлар ҳақида доимий маълумот тўплаш;
- ўзгарувчан эҳтиёжларни қондиришга қаратилган маҳсулотни такомиллаштириш дастурларини бошлаш.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Marketing management (Global edition). Kotler P., Keller K.L. 15th ed. — Harlow: Pearson Education Ltd., 2016. — 834 p
2. Marketing management – 13th ed. Kotler Ph. Keller K. Person Education Ltd. 2009. 790 P.
3. Marketing menedjment- Kotler F., Keller K.L. 14-izd. Izd.: Piter, 2014 g. 814s.
4. Банковский маркетинг: Учебно-методический комплекс. Николаева Т. П. - М.: Изд. центр ЕАОИ. 2009. - 224 с.