

XALQARO STRATEGIK MARKETING: YANGI BOZORGA CHIQISH XUSUSIYATLARI.

Xolmurodova Sevinch Zafar qizi

Toshkent kimyo-texnologiya instituti talabasi,

wevewko1@gmail.com

Xasanovich Raxmatulla Sirajovich

Toshkent kimyo-texnologiya institute dotsenti

ANNOTATSIYA

Xalqaro bozorga chiqish kompaniya uchun katta imkoniyatlar yaratadi, ammo bu jarayonda turli strategik yondashuvlarni qo'llash zarur. Ushbu maqolada xalqaro marketing strategiyalari, bozorga kirish usullari, raqobat ustunliklarini yaratish va asosiy muammolar tahlil qilinadi. Shuningdek, muvaffaqiyatli misollar va tavsiyalar keltiriladi.

KALIT SO'ZLAR: xalqaro marketing, segmentatsiya, mahsulot moslashuvi, raqamli marketing, brend strategiyasi

KIRISH

Bugungi globallashgan dunyoda kompaniyalar yangi bozorlarga chiqish orqali o'z imkoniyatlarini kengaytirish va daromadlarini oshirishga harakat qilmoqda. Biroq, har bir bozor o'ziga xos madaniy, iqtisodiy va huquqiy sharoitga ega bo'lib, ularni hisobga olmagan holda muvaffaqiyatga erishish qiyin. Shuning uchun, xalqaro marketing strategiyasini to'g'ri ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

XALQARO BOZORGA KIRISH STRATEGIYALARI

Xalqaro bozorda muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun quyidagi asosiy strategiyalar qo'llaniladi: Eksport strategiyasi – Kompaniya o'z mahsulotlarini chet davlatlarga eksport qilish orqali bozorda ishtirok etadi. Bu eng kam investitsiya talab qiluvchi strategiyalardan biridir. Litsenziyalash va franshiza – Kompaniya o'z brendi yoki texnologiyasini mahalliy hamkorlarga litsenziya yoki franshiza asosida taqdim etadi. Bu yondashuv investitsiya xavfini kamaytiradi. Qo'shma korxona (joint venture) – Mahalliy kompaniya bilan hamkorlik qilib, xalqaro bozorga chiqish strategiyasi. Bu mahalliy bilim va tajribadan foydalanish imkonini beradi. To'g'ridan-to'g'ri investitsiyalar (FDI) – Kompaniya o'z zavod yoki ofisini yangi bozorda tashkil etadi. Bu eng katta mablag' talab qiluvchi strategiya bo'lib, uzoq muddatli rivojlanish uchun muhim hisoblanadi.

XALQARO MARKETING STRATEGIYALARI

Yangi bozorga chiqishda marketing strategiyasini quyidagi yo'nalishlar bo'yicha ishlab chiqish zarur: Segmentatsiya va maqsadli bozorni tanlash – Har bir mamlakatdagi iste'molchilar ehtiyojlari va xatti-harakatlarini tahlil qilish orqali aniq maqsadli bozorni aniqlash.

Mahsulot moslashuvi – Har bir bozor uchun mahsulot dizayni, tarkibi yoki qadoqlanishini moslashtirish. Masalan, McDonald's turli mamlakatlarda diniy va madaniy talablarni inobatga olgan holda menyusini o'zgartiradi.

Narxlash strategiyasi – Mahalliy valyuta kursi, xarid qobiliyati va raqobatni hisobga olgan holda narx siyosatini shakllantirish.

Brend strategiyasi – Mahsulotni xalqaro brend sifatida targ'ib qilish yoki lokalizatsiya qilish orqali bozorda mustahkam o'rin egallash.

Raqamli marketing – Google, Facebook va Instagram kabi platformalar orqali xalqaro miqyosda mijozlarga yetib borish.

XALQARO BOZORGACHIQISHDA UCHRAYDIGAN MUAMMOLAR

Madaniy farqlar – Har bir mamlakatning o‘ziga xos madaniyati bor va noto‘g‘ri reklama yoki marketing xatosi iste’molchilar noroziligiga sabab bo‘lishi mumkin.

Huquqiy cheklovlar – Ba’zi davlatlarda reklama, mahsulot tarkibi yoki biznes yuritish qoidalariga qat’iy talablar qo‘yiladi.

Logistika va ta’minot tarmog‘i – Yangi bozorga mahsulotni yetkazib berish va distribyutorlar bilan ishlash muammoli bo‘lishi mumkin.

Raqobatning kuchayishi – Mahalliy va xalqaro kompaniyalar o‘rtasida narx va sifat bo‘yicha kuchli raqobat mavjud.

XALQARO BOZORGA CHIQISHDA MUVAFFAQIYAT OMILLARI

Bozor tadqiqotini to‘g‘ri olib borish – Iste’molchilarning ehtiyojlari va raqobatchilar faoliyatini chuqur o‘rganish.

Mahalliy hamkorlar bilan ishlash – Mahalliy sheriklar orqali distribyutorlik va marketing jarayonlarini optimallashtirish. Brend imidjini shakllantirish – Xalqaro bozorda ishonchli va sifatli brend sifatida tanilish. Innovatsion marketing strategiyalarini qo‘llash – Sun’iy intellekt va Big Data texnologiyalaridan foydalanish orqali mijozlarni jalb qilish.

XULOSA

Xalqaro bozorga chiqish kompaniya uchun yangi rivojlanish bosqichi hisoblanadi. Ushbu jarayonda samarali strategiyalarni qo‘llash, bozor talablarini to‘g‘ri tahlil qilish va raqobat ustunliklarini yaratish muhimdir. To‘g‘ri rejalashtirilgan xalqaro marketing siyosati kompaniyaning uzoq muddatli muvaffaqiyatiga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR

1. Kotler F. Global Marketing. – New York: Pearson, 2020. – 320 b.
2. Hollensen S. International Marketing. – London: Prentice Hall, 2019. – 280 b.

3. Keegan W.J. Global Marketing Management. – Boston: Pearson, 2021. – 350 b.