

YANGI MAHSULOTLARNI TASHQI BOZORGA OLIB CHIQISHDA GLOBAL MARKETING STRATEGIYASINING FOYDALARI

Baqoyev Sunnatillo Burxon o'g'li

Osiyo xalqaro universteti o'qituvchisi.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11196398>

Annotatsiya. Maqolada tadbirkorlik faoliyati subyektlarining o'z tovarlarini jaxon bozoriga taklif etishi jarayonida tashqi marketing strategiyalarining axamyati, ularning amaliy jixatlari, bir necha misollar va tavsiyalar yoritilgan.

Kalit so'zlar: marketing, xalqaro marketing, strategiyalar, tovarlar portfeli, differensiallashtirish.

BENEFITS OF GLOBAL MARKETING STRATEGY IN BRINGING NEW PRODUCTS TO FOREIGN MARKET

Abstract. The article describes the importance of external marketing strategies, their practical aspects, several examples and recommendations in the process of offering their goods to the world market by business entities.

Key words: marketing, international marketing, strategies, product portfolio, differentiation.

ПРЕИМУЩЕСТВА ГЛОБАЛЬНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В ВЫВОДЕ НОВЫХ ПРОДУКТОВ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК

Аннотация. В статье освещены важность стратегий внешнего маркетинга, их практические аспекты, несколько примеров и рекомендаций в процессе предложения субъектами предпринимательства своего товара на мировом рынке.

Ключевые слова: маркетинг, международный маркетинг, стратегии, продуктовый портфель, дифференциация.

KIRISH

Sizning biznesingiz uchun zarur bo'lgan global marketing strategiyasi bormi? Agar siz Qo'shma Shtatlarda reklama kompaniyasini ishlab chiqarsangiz, o'sha kompaniya Frantsiyada samarali bo'lishi mumkinmi deb o'ylaysizmi? Bu erda sizning biznesingiz uchun qanday global marketing strategiyasini yaratish muhimligi va nima uchun uning foydali tomonlarini yaratish uchun foydasi borligini ko'rib chiqamiz.

Birinchiidan, global marketing nima emasligini ko'rib chiqaylik. Bu global miqyosda qabul qiladigan standart jarayon emas.

Ba'zi tomonlar standartlashtirilishi mumkin, masalan, logotip, ammo paketlar yoki reklama strategiyasi kabi boshqalar global marketing strategiyasini ishlab chiqishda foydalanilmaydi yoki foydalanmasligi mumkin.

Global marketing strategiyasi global strategiyaning bir qismidir. Samarali bo'lish uchun u biznesning barcha funktsional jihatlarini - moliyadan operatsiyalargacha qo'shishi kerak.

Bundan tashqari, aniq maqsadga erishish kerak, chunki rasmiy ravishda qaerga ketayotganingizni hech kimga ma'lum qilmasdan, hech qachon u erga borolmaysiz. O'zingiz va jamoangiz bilan halol bo'ling. Savol: Xorijdagi bozorda nimani amalga oshirishga harakat qilyapsiz? Ushbu bozordagi zaif tomonlar va kuchlar qanday? Ularni qanday qilib engib chiqarsiz?

Qanday yuqori salohiyat mavjud? Keyin birga o'tirib, savollarga javob bering va global marketing strategiyasini tayyorlashni boshlang.

Maqsadni batafsilroq tushunish, global marketing strategiyasining aniq va ko'proq yo'naltirilganligi. Misol uchun, tanlangan bozor tanlangan (masalan, Frantsiya), qaysi joylar standartlashtirilishi va qanday qismlarga moslashish uchun moslashtirilishi kerakligini aniqlash uchun mahalliy narx - navo, paketlar va promosyonlardan tashkil topgan bozor aralashuvi baholanishi kerak maqsad chet bozorining talablari.¹

Mamlakatingiz o'rtasidagi farqlarni kamaytirishingiz mumkinligini bir zumda o'ylamang! Ularni qabul qiling va strategiyangizni farqlarni to'ldirish uchun ishlab chiqing.

Agar global marketing strategiyasi to'g'ri amalga oshirilsa, u tashkilot uchun juda ko'p foyda keltirishi mumkin. Mana to'rtta.

Mahsulotni va xizmat samaradorligini oshirish

O'sishingiz qanchalik ko'p bo'lsa, qanchalik tez o'rgansangiz va qanchalik ko'p o'rganilsa, yangi va takomillashtirilgan mahsulot va xizmatlarni taklif qilishda samaraliroq bo'lasiz.

Facebookning so'nggi bilan kompaniya Shimoliy Amerika bozorining ehtiyojlarini qondirish va pul topish uchun ajoyib ish qildi. Keyingi kengaytirish ishlari Hindistonda bo'ladi.

Internet-reklama Hindistonning reklama bozorining atigi 3 foizini tashkil qiladi, bu esa AQShda 17 foizni tashkil etadi. Hindistonda Facebookning global marketing strategiyasini ishlab chiqish uchun ular Hindistondagi barcha foydalanuvchilarni daromadlar bazasi bo'yicha monetizatsiya qilish uchun mavjud bo'lgan Shimoliy Amerika strategiyasini yaxshilashlari kerak.

Qattiq raqobat afzalligi

Ko'pgina kompaniyalar mahalliy asosda raqobatlashishda naturals. Lekin global miqyosda raqobatlasha oladigan qancha kompaniyalar bilasiz? Agar sizning mahalliy raqobatchilaringiz global miqyosda raqobat qila olmasalar va siz buni qanday qilsa bo'ladi?

Dunyoviy kuch, hisobga olinmasligi kerak!

Sizning global strategiyangiz bilan oldinga siljish va uni yaxshi tushungan holda, har bir kishi butun dunyoga yaxshi ma'lumotga ega va ko'proq yo'naltirilgan tashkilotga imkon beradi.

Bundan tashqari, u sizni tezda moslashishga imkon beradi va asosan global bozordagi mijozlar talablariga yoki tendentsiyalariga asoslangan.

Ko'tarilgan xaridorlarni xabardor qilish

Internet orqali mijozlar jahon miqyosidagi mahsulotning rivojlanishini yoki etishmasligini kuzatishi mumkin.

Apple o'z mahsuloti bilan muntazam va izchil xabarga ega - mukammal foydalanuvchi interfeysi orqali ajoyib dizayn va tajribani yetkazib berish. "Vau" omili ham butun dunyo bo'ylab mijozlar xabardorligini oshiradi.

Xarajatlarni kamaytirish va jamg'arma

Yangi bozorlarga e'tibor qaratish orqali ba'zi hududlarda standartlashtirish orqali miqyosi va hajmi iqtisod qilish mumkin. Dunyo bo'ylab borish uchun Internetdan foydalanishda mablag'larni tejash kerakmi? Dunyoning barcha burchaklaridagi mijozlar sizni topa oladi va siz

1. ¹ Черенков В. И., Международный маркетинг. Учебное пособие - Знание: СПб, 2003. - 846 с.

potensial mijozlarga veb-sayt, blog yoki Facebook sahifasi kabi yagona aloqa nuqtasi bilan erishishingiz mumkin. Xarajatlarni tejash mijozlarga butun dunyo bo'ylab yaxshiroq xizmat ko'rsatishga yordam beradi.

Siz 300 kishilik bir kishilik do'kon yoki tashkilot tashkil qilsangiz, qaerga ketayotganingiz to'g'risida ochiq va halol suhbatlar sizni global marketing strategiyasini yaratishga yordam beradi, kollektiv majburiyatni yaratadi va buyuk, uzoq muddatli global miqyosda ishlaydigan sirlarning biridir. korxonona.

REFERENCES

1. Alisher, S. (2024). ACTUAL PROBLEMS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 366-372.
2. Shadiyev, A. K. (2023). Stages of Development of The Digital Economy in Uzbekistan and Future Plans. *Best Journal of Innovation in Science, Research and Development*, 2(12), 333-340.
3. Шадиёв, А. Х., & Давронов, И. О. (2020). Роль развития персонала в повышении эффективности услуг и его влиянии на экономику. *Вопросы науки и образования*, (6 (90)), 15-17.
4. Шадиёв, А. Х. (2020). Способы улучшения структуры управления в туризме. *Вопросы науки и образования*, (7 (91)), 29-31.
5. Bazarova, M. S., & Khudaiberdiyeva, O. Q. (2022). IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 464-467).
6. Supievnova, B. M. (2023). EFFECTIVENESS OF USING PR-ADVERTISING SERVICES IN THE PROCESS OF PRODUCT DELIVERY ON THE EXAMPLE OF BUKHARA REGION.
7. Supievnova, B. M. (2023). MARKETING MANAGEMENT STRATEGY'S IMPORTANCE AND MODERN CONCEPT. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 381-386.
8. Supiyevna, B. M. (2023). TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA PERSONALNI BOSHQARISHNING O 'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 409-414.
9. Supiyevna, B. M. (2024). TIZIMIDA BANK FINANCIAL SERVICE NUMBER: DEVELOPMENT AND OLD TURGAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 379-385.
10. Базарова, М. С., Шарипова, М., & Нуруллоев, О. (2021). “РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ” ДА АҲОЛИНИНГ ИШ БИЛАН БАНДЛИГИ ХУСУСИЯТЛАРИ. САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ, 482.
11. Bahodirovich, K. B. (2024). RISK-BASED FINANCIAL INSTRUMENTS: THEORIES AND CONCEPTS. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 373-378.
12. Xalilov, B. (2024). ISSUES OF IMPROVING THE FINANCIAL MECHANISM OF SMALL BUSINESS ENTITIES. *Modern Science and Research*, 3(1), 747-753.
13. Khalilov, B. (2023). FINANCIAL INDICATORS OF BUSINESS EFFICIENCY IN COMPANIES. *Modern Science and Research*, 2(10), 835-839.

14. Khalilov, B. (2023). FINANCIAL ELEMENTS OF BUSINESS STABILITY. *Modern Science and Research*, 2(12), 877-882.
15. Xalilov, B. (2024). COBB-DOUGLAS PRODUCTION FUNCTION AND ITS IMPORTANCE IN BUSINESS MATHEMATICS AND ECONOMIC ANALYSIS. *Modern Science and Research*, 3(1), 754-758.
16. Khalilov, B. (2024). FOREIGN EXPERIENCE IN PERSONNEL MANAGEMENT. *Modern Science and Research*, 3(2), 974-978.
17. Nafisa, R. (2024). THEORETICAL FOUNDATIONS OF MODERN MANAGEMENT TRAINING. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 265-269.
18. Raxmonqulova, N. (2024). ACTUAL PROBLEMS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN. *Modern Science and Research*, 3(2), 340-347.
19. кизи Рахмонқулова, Н. О. (2023). КИЧИК САНОАТ ЗОНАЛАРИНИНГ ҲУДУДЛАР ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ЎРНИ. " Экономика и туризм" международный научно-инновационной журнал, 6(14).
20. Nafisa, R. (2023). XUSUSIY SHERIKCHILIK VA TURIZM KLASTERI ORQALI HUDUDLARDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH. *Innovations in Technology and Science Education*, 2(8), 556-560.
21. Raxmonqulova, N. (2024). THE ROLE OF CYBER SECURITY IN THE DIGITAL ECONOMY. *Modern Science and Research*, 3(1), 111-115.
22. Авезова, Ш. М., & Жумаева, З. К. (2013). МЕХАНИЗМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА. СЕКЦИЯ 1. *Економіка і управління національним господарством.....* 9, 12.
23. Примова, А. А., Усманова, Н. Ю., & Жумаева, З. К. (2013). НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОЙ ОТРАСЛИ УЗБЕКИСТАНА. In *ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ* (pp. 199-202).
24. Жумаева, З. К., & Тошев, Ф. З. (2017). РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ. *Ученый XXI века*, 77.
25. Рузметов, Б. Р., & Жумаева, З. К. (2020). АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СРЕДЫ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 246-250).
26. Жумаева, З. К., & Гафуров, Э. О. (2022). ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА. *Редакционная коллегия*, 358.
27. Jumayeva, Z. (2024). THEORY OF SUPPLY AND DEMAND AND ITS MARKET RELATIONSHIP EFFECT. *Modern Science and Research*, 3(2), 426-432.
28. Jumayeva, Z. (2024). WAYS AND METHODS OF DEVELOPING SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN OUR COUNTRY. *Modern Science and Research*, 3(2), 433-440.
29. Zamira, J. (2024). IQTISODIYOTDA SUNIY INTELLEKTDAN FOYDALANISH ZARURIYATI VA ISTIQBOLLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 320-325.
30. Bustonovna, D. Z. (2024). CREATIVE THINKING AND ITS APPLICATION IN ECONOMICS. [Data set]. Zenodo.

31. Shamsiya, A. (2023). HR MANAGEMENT AND COACHING IN THE INNOVATIVE ECONOMY AS A METHOD OF BUSINESS MANAGEMENT. *Modern Science and Research*, 2(10), 712-717.
32. Alimova, S. (2024). THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM. *Modern Science and Research*, 3(2), 385-390.
33. Abidovna, A. S. (2024). "PERSONNEL MANAGEMENT" AND "HUMAN RESOURCE MANAGEMENT": HISTORY OF ORIGIN, ESSENCE AND RELATIONSHIP OF CONCEPTS. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 336-343.
34. Alimova, S. O. FEATURES OF THE STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.
35. Hakimovich, T. M. (2024). XODIMLARNI BOSHQARISHDA KPI SAMARADORLIGI TAHLILI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 270-273.
36. Hakimovich, T. M. (2023). BOSHQARUVCHILARNING SAMARADORLIKKA ERISHISHDAGI PROFESSIONALLIGI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 421-425.
37. To'rayevna, S. N. (2024). O 'ZBEKISTON RESPUBLIKASI IQTISODIYOTINI RIVOJLANISHDA INVESTITSIYALARNING O 'RNI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 258-264.
38. Sodiqova, N. (2024). ECONOMIC POLICY IN THE FIELD OF YOUTH EMPLOYMENT: FOREIGN EXPERIENCE. *Modern Science and Research*, 3(2), 330-339.
39. To'rayevna, S. N. (2024). TADBIRKORLIK SOHASINI MALAKALI KADRLAR BILAN TA'MINLASHNING ASOSIY YO'NALISHLARI.
40. Sodikova, N. (2024). OTMda "Iqtisodiyotda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va tizimlari" fanini o 'qitishda raqamli texnologiyalarning o 'rni. *Modern Science and Research*, 3(1), 1-4.
41. Ibodulloyevich, I. E. (2023). TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TARTIBGA SOLISH SODDALASHTIRILADI.
42. Ibodulloyevich, I. E. (2024). DAVLAT BOSHQARUVI ORGANLARIDA RAHBAR XODIMLAR MEHNATINI TASHKIL ETISH VA SALOHIYATINI OSHIRISHNING NAZARIY ASOSLARI.
43. Ibodulloyevich, I. E. (2024). ZAMONAVIY MENEJMENT TIZIMIDA RAHBARLIK USLUBLARINING TASNIFLANISHI.
44. Ibodulloyevich, I. E. (2024). ZAMONAVIY MENEJMENT TAMOYILLARI VA USLUBLARIDAN FOYDALANISHDA RAHBAR MEHNATINING AHAMIYATI.
45. Ibodulloyevich, I. E. (2024). ISHLAB CHIQRISHDA RAHBAR MEHNATINING ASOSIY O 'RNI VA KORXONALAR IQTISODIY FAOLIYATIGA TA'SIRI. *Gospodarka i Innowacje.*, (45), 311-315.
46. Ibodulloyevich, I. E. (2024). RESPUBLIKADA XIZMATLAR SIFATI VA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH ORQALI XIZMATLAR EKSPORTINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 247-251.

47. Ikromov, E. (2024). DIRECTIONS FOR IMPROVING THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISMS OF INCREASING THE QUALITY AND COMPETITIVENESS OF SERVICES. *Modern Science and Research*, 3(2), 803-810.
48. Ikromov, E. (2024). THEORETICAL APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF MODERN MANAGEMENT AND ITS METHODS. *Modern Science and Research*, 3(2), 811-819.
49. Ikromov, E. (2024). USE OF FOREIGN EXPERIENCES IN THE ORGANIZATION OF MANAGERIAL WORK IN PRODUCTION ENTERPRISES AND ITS IMPROVEMENT. *Modern Science and Research*, 3(2), 820-828.
50. Ikromov, E. (2024). FOREIGN EXPERIENCES OF SERVICE SECTOR DEVELOPMENT. *Modern Science and Research*, 3(2), 794-802.
51. Akbarovna, N. N. (2023). MULKCHILIK MUNOSABATLARINING JAMIYATDAGI TUTGAN O'RNI.
52. Naimova, N. (2024). DIGITALIZATION IN OUR COUNTRY'S EDUCATION SYSTEM AND APPLICATION IN THE DIGITAL WORLD. *Modern Science and Research*, 3(1), 912-917.
53. Naimova, N. (2024). THE COUNTRY'S ECONOMIC POTENTIAL IN DIGITAL ECONOMY AND E-COMMERCE DEVELOPMENT. *Modern Science and Research*, 3(2), 234-239.
54. Akbarovna, N. N. (2024). XIZMAT KO 'RSATISH KORXONALARIDA IQTISODIY RESURSLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI VA KO 'RSATKICHLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 326-335.
55. Naimova, N. (2024). STRATEGY OF DIGITALIZATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES OF THE STATE TAX COMMITTEE. *Modern Science and Research*, 3(2), 635-641.
56. Mahmudovna, Q. G. (2024). RAQOBATDOSHLIKNI OSHIRISHDA INNOVATION SALOHIYATNING AHAMIYATI.
57. Qudratova, G. (2024). THE IMPORTANCE OF INNOVATIVE ACTIVITY IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS. *Modern Science and Research*, 3(2), 1257-1261.
58. Azimov, B. F., & Qudratova, G. M. (2023). Oliy ta'lim muassasalarining raqobatbardoshligini oshirish. *Science and Education*, 4(7), 476-481.
59. Qudratova, G. (2024). THE IMPORTANCE OF INNOVATIVE POTENTIAL IN INCREASING COMPETITIVENESS. *Modern Science and Research*, 3(1), 933-938.