



MAHALLIY BRENDLARNI XORIJD A TARG`IB QILISH

Norboyev Abdulla Ravshan o`g`li

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti "Biznesni boshqarish" yo`nalishi talabasi

Annotatsiya: Maqolada mahalliy ishlab chiqaruvchilarning brend mahsulotlarini jahon bozoriga olib kirishda reklama vositasidan foydalanish jihatlari ko`rib chiqilgan. Brend mahsulotlarini eksport qilish va buning milliy iqtisodiyotimizga ta`siri atroflicha yoritilgan.

Kalit so`zlar: Imij, branding, brend mahsulotlar, reklama, bozor, eksport, ijtimoiy tarmoq.

Biznesni boshlashda e`tibor berish kerak bo`lgan birinchi narsa bu brend imidjidir. Brend imij - bu xaridorlar bilan birinchi muloqotga kiradigan vizual tasvir va umumiy jozibali rasm. Har bir biznes egasi o`z biznesi muvaffaqiyati uchun qayg`uradi. Buning uchun firmasining imijini shakllantirishga majbur bo`ladi. Imij (ing . image, lot. imago — timsol, ko`rinish) — shaxs, hodisa, narsaning ommalashtirish, reklama qilish va h. k. maqsadlarda odamlarga hissiy-ruhiy ta`sir ko`rsatishni ko`zlab shakllantiriladigan qiyofasi, targ`ib qilish vositalaridan biri.³ Bunda firma egasiga branding yordam beradi. Branding - marketing kommunikatsiyalari tizimining firma stili va uning elementlarini ishlab chiqish, firmani raqobatchilardan ajratib turuvchi o`ziga xos imidjini yaratish sohasi.⁴

Mijozlar brendning mavjudligi haqida bilishlari va kerak bo`lganda uni osongina tanib olishlari yoki eslab qolishlari uchun diqqatni jalb qilishi kerak. Brend imidji sotuvchilar tomonidan mahsulotning iste`molchi tomonidan oson esda qoladigan barcha afzalliklari sifatida belgilanadi. Mahsulotning noyob dizayni uning tan olinishini kafolatlaydi.

Branding afzalliklari iste`molchi uchun uning qiymatini ko`rsatadi. Biznes egasi o`ziga muhim savolni berishi kerak: agar uning tovari to`satdan g`oyib bo`lsa, jamiyatda nima o`zgaradi? Javob berish uchun tovar branding missiyasini, ya`ni nima uchun bozorda mavjudligini aniqlash kerak. Firmada marketologlarning vazifasi o`z do`konini mijozlarning kundalik hayotining ajralmas qismiga aylantirishdir. Bu orqali firma xaridorlariga ega bo`ladi va o`z biznesini barqaror daromad bilan ta`minlaydi.

Kompaniya rahbariyati brend menejeridan mahsulot qatorini (butun brend liniyasi) o`sishi va rivojlanishini talab qiladi. Tovar menejeri mahsulot, uning xususiyatlari va farqlarini eng yaxshi biladigan ushbu mahsulotning asosiy mutaxassisi hisoblanadi. Raqobatchilarning xatti-harakatlarini va mahsulotlarining kuchli va zaif tomonlarini boshqalardan yaxshiroq biladi. Bozorlarni, mahsulotlarni va mijozlarni tinimsiz segmentlash va farqlash orqali yangi bozorlarni topishda menejerlarning ahamiyati kattadir. Xususan, u sotish va xaridlarning asosiy ilhomlantiruvchisi (va aslida, zarba beruvchi). Brend menejeri, oxir-oqibat, uning mahsuloti nomiga ishora qiladigan hamma narsa uchun so`roq qilinishi mumkin bo`lgan kishidir.

³ <https://uz.wikipedia.org/wiki/Imij>

⁴ Sh.Dj Ergasheva. Strategik marketing . Darslik. Toshkent-2019 Sano-standart nashriyoti T.:2019. 220- 222- betlari



Avvalambor brend haqida to'xtalsak, hozirgi kunda biznes sohasida brendning o'zni nihoyatda katta hisoblanadi. Ya'ni dunyoning barcha biznes kompaniyalari o'zining shaxsiy brendiga ega.

Mahalliy brendlarni xorijda targ'ib qilishning yo'llari hozirda asosan reklama.

Dunyodagi jamiyki katta biznes kompaniyalari o'zining shaxsiy brendini targ'ib qilishda ko'proq reklamalardan foydalangan.

Reklamalar televizor va radioda, bo'lishdan tashqari bugungi kunga kelib ijtimoiy tarmoqlarda o'z o'rnini topgan. Bunga Instagram, Facebook, Twitter va boshqa ijtimoiy tarmoqlarni misol qilib keltirish mumkin.

Shuning uchun mahalliy brendlarni butun dunyo bo'ylab targ'ib qilishda reklamadan foydalanish samarali vositadir. Hozirda dunyoning eng yirik kompaniyalari reklamalardan ko'p foydalanishmoqda. Mashxur insonlar, misol uchun futbolchilar, bokschilar, kino aktyorlari, milliarderlar va boshqa taniqli insonlar reklamalarda ko'rishimiz odatiy hol bo'lib qoldi.

Biror bir sport o'yinlariga homiylik qilish hozirda firma imidjini shakllantirishda reklama qilishning keng tarqalgan usulidir. Masalan, "Gorilla" brendini olsak, ushbu kompaniya turli xil sport musobaqalariga jumladan u UFC sport turiga homiylik qilmoqda. Vaholang-ki, ushbu sport turi bo'yicha qachon turnir o'tqazilsa "Gorilla" brendining mahsulotlari doimiy reklama qilinadi.

Bulardan tashqari mahalliy brendlarni dunyo bo'ylab targ'ib qilishda kompaniya ishlab chiqarayotgan mahsulotlarning sifati ham muhim rol o'ynaydi. Sababi milliy mahsulotni chet elga eksport qilish uchun sifatiga ham katta e'tibor beriladi. Agar ishlab chiqarilayotgan sizning mahsulotingizni sotib olayotgan chet ellik xaridorlarga ma'qul kelsagina keyinchalik ham sizning brendingiz ostidagi mahsulotni xarid qilishadi va boshqalarga ham ushbu mahsulotni sotib olishga maslahat beradi.

Mahalliy brend bo'lgan mahsulotlarni xorijga sotishda biz uchun foydali tomonlari ko'p. Masalan, bizning milliy brend mahsulotlarini dunyo bo'ylab sotish, dunyoda bizning yurtimizga nisbatan qiziqish ortadi. Mamlakatimiz dunyo bo'ylab tanilgandan keyin O'zbekistonga chet el mamlakatlaridan sayyohlar oqimi ko'payadi, ya'ni mamlakatimizda turizm sohasi rivojlanadi. Bundan tashqari biz mahalliy mahsulotlarni xorijiy davlatlarga eksport qilish orqali mamlakatimizda xorijiy valyuta zaxiralarini shakllantirishda ishtirok etamiz. Bu esa mamlakat to'lov balansiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Bundan tashqari biz mahalliy mahsulotlarni ko'proq sifatliroq yaratsak bizga import mahsulotlarini yurtimizga kirib kelishi salmog'i kamayadi, bu esa o'zimizda ishlab chiqarilgan mahsulotlarni milliy bozorlarimizda sotish imkoniyatiga ega bo'lamiz. Natijada ichki bozorlarda narxlarni pasayishi kuzatilib, mamlakatimiz aholisining turmush darajasi oshadi.

Bundan xulosa qilish kerakki mahalliy brendlarni xorijda targ'ib qilishda reklama vositalaridan foydalanish yuqori samarani beradi. Milliy brend mahsulotlarini xalqaro bozorga siljitish mahalliy biznesni xalqaro darajaga ko'tarishga xizmat qiladi. Bu jarayon iqtisodiyotimiz yuksalish uchun har taraflama ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Milliy ishlab chiqaruvchilarimiz tomonidan yaratilgan mahsulotlar jahon bozorida o'z o'rniga ega bo'lib



xaridorlarini topadi. Turizm sohasi rivojlanadi, valyuta zaxiralari shakllanadi. Mahalliy ishlab chiqaruvchilar brend mahsulotlarini ishlab chiqarishda ularning sifatiga katta ahamiyat berishi talab etiladi. Chunki bu firmaning jahon bozoridagi imijini belgilab beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Sh.Dj Ergasheva. Strategik marketing . Darslik. Sano-standart nashriyoti T.:2019. 220- 222 b.
2. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Imij>
3. <https://ilyarm.ru>
4. <http://www.coursehero.com>