

**Gülbahar Kakalyýewa**

# **BAZARY DERŇEMEK**

Ýokary okuw mekdepleri üçin okuw kitaby

*Türkmenistanyň Bilim ministrligi  
tarapyndan hödürlenildi*

Türkmen döwlet neşirýat gullugy  
Aşgabat – 2011

UOK 378:33

K 20

**Kakalyýewa G.**

**K 20**      **Bazary derňemek.** Ýokary okuw mekdepleri üçin okuw kitaby. – A.: Türkmen döwlet neşirýat gullugy, 2011.

TDKP № 94, 2011

KBK 65.05.ýa 73

© G. Kakalyýewa, 2011.

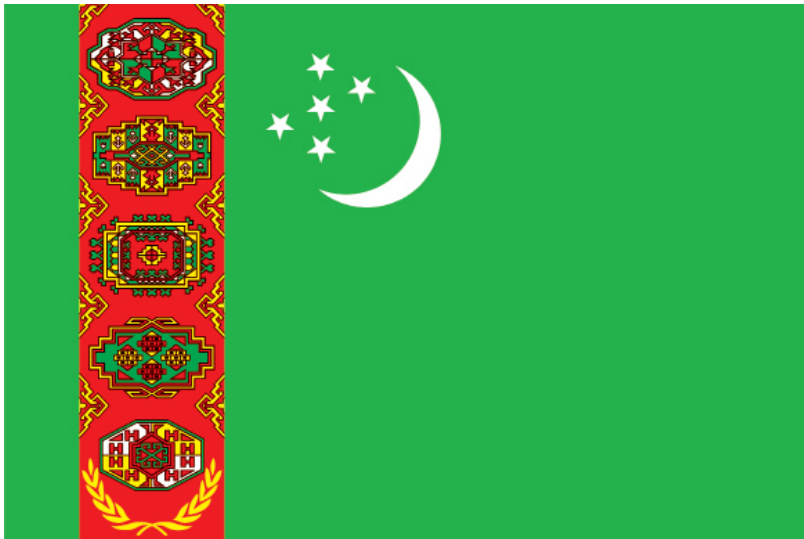


**TÜRKMENISTANYŇ PREZIDENTI  
GURBANGULY BERDIMUHAMEDOW**





**TÜRKMENISTANYŇ DÖWLET TUGRASY**



**TÜRKMENISTANYŇ DÖWLET BAÝDAGY**

## TÜRKMENISTANYŇ DÖWLET SENASY

Janym gurban saňa, erkana ýurdum,  
Mert pederleň ruhy bardyr köňülde.  
Bitarap, garaşsyz topragyň nurdur,  
Baýdagyň belentdir dünýäň öňünde.

*Gaýtalama:*

Halkyň guran Baky beýik binasy,  
Berkarar döwletim, jigerim-janym.  
Başlaryň täji sen, diller senasy,  
Dünýä dursun, sen dur, Türkmenistanym!

Gardaşdyr tireler, amandyr iller,  
Owal-ahyr birdir biziň ganymyz.  
Harasatlar almaz, syndyrmaz siller,  
Nesiller döş gerip gorar şanymyz.

*Gaýtalama:*

Halkyň guran Baky beýik binasy,  
Berkarar döwletim, jigerim-janym.  
Başlaryň täji sen, diller senasy,  
Dünýä dursun, sen dur, Türkmenistanym!

## GIRIŞ

Türkmenistanyň Prezidenti Hormatly Gurbanguly Berdimuhamedowyň ilkinji gol çeken Permanyň bilim ulgamyna degişli bolmagy ýurdumyzda ýaş nesle, onuň bilim-terbiýesine ägirt uly üns berýändiginiň subutnamasydyr. Hormatly Prezidentimiziň «Biz häzir Türkmenistanda milli bilim ulgamynda düýpli özgertmeleri geçirmäge girişdik. Şol özgertmeleriň baş maksady türkmen ýaşlaryna dünýäniň iň ösen talaplaryna laýyk gelýän bilim ulgamyny elýeterli etmekden ybaratdyr» diýip bellemegi, bilim ulgamynda zähmet çekýän mugallymlaryň önünde uly wezipeleri goýýar.

«Türkmenistany ykdysady, syýasy we medeni taýdan ösdürmegiň 2020-nji ýyla çenli döwür üçin Baş ugry» Milli maksatnamada şeýle bellenilýär: «Oba hojalygyň ösüşi ilatyň azyk önümlerine, senagatyň çig mala bolan isleglerini doly kanagatlandyrmaga we daşary ýurtlara haryt çykarmak mümkinçilikleri giňeltmäge gönükdiriler». Hormatly Prezidentimiz Milli maksatnamamyza laýyklykda ýurdumyzda marketing işiniň ösdürilmegine uly üns berýär. Milli Liderimiziň Prezidentlige geçen ilkinji günlerinden başlap bu ugurda alyp baran düýpli işleri, ykdysadyýetiň bu ugruny ösdürmek barada aýdan parasatly sözleri munuň aýdyň şaýadydyr.

«Ykdysadyýetde bolup geýýän ýagdaýlary berk ylmy esasda seljerýän we hökümete işinde – gündelik, şeýle hem geljege gönükdirilen işinde praktiki maslahat berjek strategik meýilleşdiriş ylmy-barlag institutyny döretmek zerurlygy ýüze çykdy» diýip, Hormatly Prezidentimiziň aýratyn belläp geçen sözleri marketing işine gös-göni degişlidir. Sebäbi marketing işinde kärhananyň umumy strategiýasynyň uzakmöhletleýin geljegine gönükdirilen meýilnamanyň işlenilip taýýarlanylmagy strategiki

meýilnamalaşdyryşyň düýp mazmunyny emele getirýär we ol gysga wagtyň dowamynda bazaryň üýtgeýän şertlerinde oňyn netije almaga mümkinçilik berýär.

«Awaza» milli syýahatçylyk zolagynyň döredilmegi hyzmatlaryň marketingi bilen meşgullanýan hünärmenleriň alyp barýan işlerine bolan talaby artdyrýar. Hormatly Prezidentimiz hyzmatlaryň marketingini ösdürmek meselesiniň häzirki döwürde aýratyn ähmiýete eýe bolýandygyny nygtap, marketing tilsimatlarynyň giňden ulanylmagy döwrüň talaby bolup durýandygyny belledi: «Şeýle talaplar söwda ulgamyna hem degişlidir. Häzir bu ulgamda harytlaryň we hyzmatlaryň bazaryny kemala getirmäge köneçe çemeleşilýär». Şeýle-de, Türkmenbaşy şäherinde deňiz portuny döwrebaplaşdyrmak we onuň durkuny täzelemek hem-de Hazaryň ekologiýa taýdan arassa kenarynda «Awaza» milli syýahatçylyk zolagyny döretmek baradaky taslamalara gatnaşmaga Hormatly Prezidentimiz çagyrdy. Şular ýaly iri taslamalary amala aşyrmak işleri Türkmenistana özara bähbitli, deň hukukly ýörelgeler esasynda we bäsleşik şertlerinde potensial hyzmatdaşlary saýlap almaga uly mümkinçilik berýär. Netijede, marketingiň bäsdeşlik strategiýalarynyň ulanylmagy kärhanalarda marketing işlerini netijeli alyp barmaga ýardam berýär.

Türkmenistanyň Prezidentiniň «Biziň pikirimizçe özara maýa goýumlary baradaky iş *GDA*-nyň çäklerinde hyzmatdaşlygyň örän möhüm ugurlarynyň ýene biri bolup durýar. Şonda nebit-gaz, energetika, gurluşyk ýa-da ulag pudaklary bilen çäklenmeli dälidir. Häzirki wagtda syýahatçylyk we dynç alyş boýunça infrastruktura, ekologiýa taýdan arassa azyk önümlerini, geýimleri, durmuşda ulanylýan zatlary öndürmek we beýleki pudaklar maýadarlara uly gyzyklanma döredýär» diýen sözleri häzirki döwürde halkara marketingiň ähmiýetiniň artýandygyna güwä geçýär. Maýa goýmak meselesi halkara marketingde daşky bazarlara çykmagyň netijeli usullarynyň biri bolup, halkara marketingi boýunça taýýarlanylýan hünärmenleri tarapyndan alnyp barylmalý esasy işleriň biri hasaplanylýar.

Köpçülikleýin habar beriş serişdeleriniň işgärleri bilen duşuşykda Hormatly Prezidentimiz ýygnaýan maglumatlaryň anyk, hakyky we



derwaýys bolmagy hem-de halka ýetirilmegi barada belläp geçdi. Şundan ugur alyp, marketing işiniň möhüm bölegini emele getirýän alyjylaryň islegleri öwrenilende marketing derňewleri geçirilýär we onda relewant (maksadalaýyk), takyk, derwaýys hem obýektiv maglumatlary toplamagyň netijesinde marketing maglumatlar ulgamy döredilýär.

Häzirki döwürde mahabat industriýasy islendik ýurduň ösüşine güýçli täsir edýän möhüm faktorlaryň biridir. Şol sebäpli Hormatly Prezidentimiziň bu ugurdan kärine ussat hünärmenleri taýýarlamagyň zerurlygy baradaky görkezmeleri döwrüň bildirýän talaplaryndan gelip çykýar. Marketing işinde ulanylýan mahabat harytlary herekete getirmegiň esasy usullarynyň biri bolup, onuň serişdeleriniň kömegi bilen haryt öndürijiler öz harytlaryny we hyzmatlaryny bazara hödürleýärler.

Türkmenistanyň Prezidentiniň: «Biz ylym we bilim pudaklarynyň ähli edaralaryny, kärhanalary we guramalary internetiň global ulgamyna birikdirmegi gazanmalydyrys» diýen sözleri bazary ösdürmekde interaktiw marketingiň ähmiýetiniň ýokarydygyna şaýatlyk edýär. Kärhanalaryň marketing işinde interaktiw marketing harytlary ýaýratmagyň göni (araçysyz) usuly bolup, ol öndürijilere we alyjylara uly artykmaçlyklary berýär.

Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedowyň «Türkmenistanyň ykdysady strategiýasy: halka daýanyp, halkyň hatyrasyna» atly çuň fundamental filosofiki işinde täze taryhy eýýamda Türkmenistanyň jemgyýetçilik-syýasy, ykdysady, medeni ösüşiniň konsepsiýasy aýdyň beýan edilýär. Munuň özi umumymilli galkynyşyň ideýa mazmununy açyp görkezýär.

Daşoguz welaýatynyň merkezinde geçen Türkmenistanyň Ýaşullarynyň maslahatynda ýurdumyzda geçirilýän demokratik we innowasion özgertmeler barada giňden durlup geçildi. Ýurdumyzyň ykdysady, syýasy we medeni durmuşynda amala aşyrylýan innowasion özgertmeler milli galkynyşyň, halkymyzyň agzybirliginiň, onuň yhlasly zähmet çekmeginiň hem-de belent sepgitlere üstünlikli ýetmegiň esaslary bolup durýandygy belleniildi. Hormatly Prezidentimiz tarapyndan Türkmenistanyň Ýaşullarynyň maslahatynda

hödürlenen «Türkmenistanyň durmuş-ykdysady ösüşiniň 2011-2030-njy ýyllar üçin Milli maksatnamasy» uzak möhletleri öz içine alýan geljekki işlerimize görkezme bolup durýar.

Ýürt Baştutanymyz «Türkmenistanyň durmuş-ykdysady ösüşiniň döwlet kadalaşdyrylyşy» atly okuw gollanmasynda «Uzak döwürüň dowamynda döwlet bilen bazaryň utgaşyklygy dürli-dürli görnüşlere eýe boldy. Häzirki zaman durmuş-ykdysady durmuşynyň çylşyrymlylygy kem-kemden bazaryň we döwlet başlangyçlarynyň organiki utgaşmagyna we jebis birleşmegine getirdi. Häzirki zaman jemgyýetiniň düýpli meseleleriniň köpüsi diňe bazar gurallarynyň kömegi bilen çözülip bilinmez we olar döwletiň gatnaşmagyna mätäçlik çekýändirler» diýip belenilýär. «Bazary derňemek» dersine degişli meseleleri öwrenmekde bu okuw kitabyň ähmiýetiniň uludygy şübhesizdir.

Şeýlelikde, «Bazary derňemek» dersinden umumy we amaly sapaklar boýunça şu okuw kitaby «Marketing» hünärinde okaýan hem-de «Marketing» dersini öwrenýän talyplara hödürlenilýär. Bu okuw kitaby «Bazary derňemek» dersiniň okuw maksatnamasyna laýyklykda taýýarlanylady.

## I BAP

### **BAZARY DERŇEMEGIŇ ÄHMIÝETI, MAZMUNY. BAZARLARY ÖSDÜRMEKDE ONUŇ TUTÝAN ORNY**

Bazary derňemek – haýsy-da bolsa bir möhüm ädim edilmezden ozal maglumatlaryň iň köp möçberiniň toplanmagyna düşünilýär. Bazaryň hemişe ösüşde bolmagy bu hadysanyň üznüksiz bolup geçýändigine şaýatlyk edýär, ýagny müşderileriň islegleri üýtgeýär, modanyň täze ugurlary ýüze çykýar, bäsdeşler hem alyjylary hemişe özüne çekip alýarlar.

Bazary derňemek boýunça işler şu aşakda görkezilen sowallara jogap tapmaga ýardam bermelidir:

1. Müşdere näme gerek?
2. Siziň müşderileriňiz kimler we olar barada siz nämäni ýüze çykaryp bilýärsiňiz?
3. Bäsdeşligiň manysy näme?
4. Bazarda erkin nişalar (segmentiň içindäki kiçijik bölekler) barmy?
5. Synag marketinginiň geçirilmegi siziň önümiňiziň bazara ornaşdyrylmagyna ýardam berermi?

Bazary derňemek işi iň kyn we iň gymmat düşýän işleriň biri bolup, ony, esasan, iri kompaniýalar geçirýärler. Satuw bölümleri hemişe dünýä bazarlaryny barlap, sarp edijileriň önüm barada nä derejede habarlydyklaryny, alyjylaryň gaýtargysyny, mahabatyň netijelerini ýüze çykaryp barlaýarlar we uly isleg bildirilýän harytlaryň sanawyny anyklaýarlar. Çylşyrymly statistiki seljermäniň netijesinde islegi we satuwyň göwrümini önünden anyklap bolýar, bu öz gezeginde bäsdeşlerden galmazlyga mümkinçilik berýär. Şular ýaly derňewleri, köplenç ýagdaýlarda, sorag-jogap alyşmagyň esasynda garaşsyz agentlikler geçirýärler. Onda sowallar oýlanyşykly berilýär.

Ýöriteleşdirilen agentlikler tarapyndan has ýönekeý derňewler hem geçirilýär. Olaryň bahalarynyň ep-esli ýokary bolanlygy sebäpli kiçi kompaniýalar bolsa çäkli resurslardan çykyp, alyp bolýan maglumatlara gyzyklanýarlar.

Bazary derňemekligiň iki sany derejesi bolup, ol ýerli we umumymilli görnüşlere eýedir. Eger-de işi ýerli derejede ösdürmek meýilnamalaşdyrylýan bolsa, onda geçiriljek derňew işleri köp wagty talap etmeýär. Meýilnama uly boldugyça, şonça-da köp wagty talap edýär.

Önümi, müşderileri, bäsdeşleri, umuman, bazaryň häzirkki ýagdaýyny öwrenmek üçin hemişe kitaphanalara, söwda sergilerine baryp, ýöriteleşdirilen žurnallary zygiderli okamak, mundan başga-da internet ulgamyndan peýdalanmak döwrüň talaplaryna laýyk gelýär.

Saýlanan toparyň (wyborkanyň) esasynda geçirilýän bazary derňemek işleri geljekki islegleriň we meýilleriň ylmy çaklamasyny taýýarlamaga mümkinçilik berýär. Şeýle häsiýetli işleri alyp barmakda iri firmalaryň mümkinçilikleri uludyr, köplenç, marketing derňewiň barlagynyň ýeke-täk usuly – çäkli synag marketingiň netijelerine esaslanýan önümçilik bolup durýar, ýöne ol kiçi firmalar üçin howply bolup hem biler.

Başga tarapdan, kiçi firmalar hemişe öz müşderilerine we bazara ýakyn bolmak bilen, sarp edijileriň islegleriniň üýtgeýşine tiz jogap bermäge ukyplydyrlar. Kiçi firmalardan tapawutlylykda iri kompaniýalaryň çözümleri tiz wagtda kabul etmek mümkinçilikleri olara garanynda has pesdir.

Resurslaryň çäkliligi hasaba alnanda ulanylýan maglumat çeşmeleri:

#### *Kitaphana*

Internet ulgamy – maglumat almagyň netijeli çeşmeleriniň biri bolsa-da, ýerli kitaphana kitaplar bilen doly üpjün edilen ýagdaýynda öz okyjylaryna ýokary derejede hyzmat edip biler. Köplenç ýagdaýda, ol zerur bolan maglumatlaryň häsiýetine bagly bolup durýar. Ilki bilen maglumatnamalardan peýdalanmak maslahat berilýär. Maglumatnamalaryň kömegi bilen beýleki maglumat çeşmelerine çykmak dogry hasap edilýär.

Bütün dünýäde garaşylmaýan maglumatlary gözlemekde kitaphana işgärleriniň kömegini ulanyp öz wagtyňyzy tygşytlarsyňyz.

1. Kitaphanadan mugt peýdalanmak mümkinçiligi köp kiçi firmalary höweslendirip bilýär;

2. Okyjylar tarapyndan hakyky täjirçilik maglumatlaryna isleg bildirilende bu kitaphana işgärlerini biperwaý goýmaýar. Olar degişli maglumat çeşmelerini gözläp, zerur maglumatlary tapmaga ýardam berýärler.

#### *Interneti ulanmak*

Şu aşadaky **Web**-sahypalar gyzykly maglumatlary tapmaga mümkinçilik berýär:

[www.türkmenistan.gov.tm.](http://www.türkmenistan.gov.tm.), [www.türkmenistan.ru.](http://www.türkmenistan.ru.), [www.thebiz.co.uk](http://www.thebiz.co.uk), [www.bird-on-line.co.uk](http://www.bird-on-line.co.uk), [www.dunandbrad.co.uk](http://www.dunandbrad.co.uk), [www.data-gold.co.uk](http://www.data-gold.co.uk), [www.open.gov.uk](http://www.open.gov.uk), [www.hms0.gov.uk](http://www.hms0.gov.uk).

#### *Önümler we kärhanalar*

Hemme pudaklaýyn assosiasiyalar öz agza-kärhanalarynyň sanawyny we olaryň ýöriteleşdirilişi baradaky maglumatnamalary ýylda bir gezek çap edýärler. Olarda kärhanalaryň atlary we olaryň öndürýän önümleri görkezilýär. Bu maglumatnama sargytlar boýunça düzüleni üçin tölegli bolup, olardaky maglumatlaryň möçberi az hem bolup bilyär. Gowy neşir edilen maglumatnamanyň sözbaşynda düzülende ulanylan talaplar görkezilýär. «Häzirki zaman britan kataloglarynda» (Current British Directories) anyk maglumatlary tapyp bolýar. Onda 4000 firmalaryň atlary görkezilendir.

«Britan assosiasiyalaryň katalogy» («Directory of British Assosiations») islendik kitaphanada bardyr. Onda münlerçe kompaniýalary we ýöriteleşdirilen assosiasiyalary tapyp bolýar. Bu katalogda görkezilýän maglumatlar jikme-jik berilýär. Maglumatlaryň arasynda agzalaryň umumy sany, agzalygyň görnüşi, kömekçi-kätibiň familiýasy, şeýle-de bu firma ýa-da kompaniýa barada neşirleriň barlygy görkezilýär.

«Maglumat çeşmeleriniň Aslib katalogy» («Aslib Directory of Information Sources») ýaly bu maglumatnamalar başga formatda bolan iki sany maglumatnamalary özünde jemleýär. Olar zerur maglumatlary gözlemegiň ilkinji tapgyrynda peýdaly bolup bilerler.

«Aslib» katalogy iki tomdan ybarat bolup, onda 6000 guramanyň sanawy görkezilip, olar tilsimatlara, täjirçilige, sosiologiýa, lukmançylyga we gumanitar ylymlara degişli maglumatlary hödürlep bilýärler.

Internetde Scoot atly saýt bolup, onuň kömegi bilen kompaniýalar barada online we offline režimlerde zerur maglumatlary tiz tapyp bolýar. Onuň sahypalarynda degişli kompaniýany mugt bellige aldyryp bolýar. Bu saýtda 17 mln. adamyň familiýalary sanalandyr. Senagat sektory barada maglumatlary almak üçin applegate.co.uk – anyk we düşnükli düzülen saýty ulanyp bolýar. Bu saýtyň kömegi bilen firmalaryň direktorlarynyň familiýalaryny anyklamaklyga mümkinçilik döredýär.

Internetde ýüzlenilip, on baş minut geçenden soňra gyzyklandyrylan soraga jogap tapylmasa, onda kitaphananyň adaty çeşmelerine ýüzlenip bolýar. Her ýyl köp düýpleýin neşirler çap edilip, olar zerur kompaniýalary tapmaga we olaryň öndürýän önümlerini ýüze çykarmaga ýardam berýär.

«Kompass» ady bilen ýörgünli bolan neşir dört tomdan ybarat bolup, käbir kitaphanalarda ol *CD-ROM*-da bolup bilyär. Britan senagatynyň Konfederasiýasy bilen bilelikde çykarylýan maglumatnamada uly kompaniýalar baradaky maglumatlary özünde jemleýär. «Esasy britan kärhanalary» atly maglumatnamada britan önümçilik kärhanalarynyň 90%-i barada maglumatlar bardyr. Bu maglumatnamany karz maglumatlaryň belli agentligi bolan «Dun&Bradstreet» goýberýär. «Kompass» neşirinde dürli häsiýetli maglumatlar bolup, hususan-da ol kompaniýalaryň ölçeglerini kesgitlemäge mümkinçilik berýär. «Kelliz» neşirýatynyň «Öndürijileriň we söwdagärleriň katalogy» («Kelly's Manufactures and Merchants Directory») häzirki döwürde ulanylýan köne pudaklaýyn katalogydygyna garamazdan, ondaky maglumatlaryň bölek-bölek taýýarlanylýandygy üçin ol takyk pudaklary öz içine alýar.

#### *Başga umumy kataloglar*

Islendik işewürlük meýilnamalaşdyrylmazdan ozal birnäçe standart maglumatnamalaryň gözden geçirilmegi zerurdyr. «Stubb's Buyers Guide» maglumatnamasy («Dun&Bradstreet») ýurtda

ýerleşýän 13000 kompaniýalaryň, «Sell's Directory» maglumatnamada bolsa 65000 firmalaryň sanawy bardyr. Soňky maglumatnama pudaklaýyn atlaryň katalogy bolup, ol takyk önümiň öndürijisini ýüze çykarmaga mümkinçilik berýär.

«Bölek-satuw söwdasynyň katalogy» («The Retail Directory»), («Newman») sarp edijilik bazary barada maglumatlary ýygnamak üçin peýdalydyr. Sebäbi onda birnäçe mün dükanelaryň we supermarketleriň alyjylary we iş sferasy sanalandyr. Londona bagyşlanan aýratyn neşir bolup, onda 27000 atlar we salgylar görkezilendir.

«UK Trade Names» («Kompas» neşirine degişli) maglumatnamany öndürýän önümi boýunça kesgitli kompaniýany gözlemek üçin ulanmaga amatly bolýar, ýagny 60000 sany önümleriň, şol sanda import önümleriň sanawy bardyr. Ýerli hökümete dürli harytlar satylanda «Munisipal ýyllyk neşiriň» («Municipal Year Book») maglumatlaryndan peýdalanylýar, çünki onda her bir okrug we onuň ýolbaşçysy barada doly maglumatlar bardyr. Döwlet sektory köp sanly sferalary, ýagny bilim, saglygy goraýyş ulgamlaryny, kitaphanalary, galyndylary ýygnamak we gaýtadan işlemek sferasyny we başgaly öz içine alýar. Bu maglumatnamalarda dürli häsiýetli maglumatlar bolup, olaryň arasynda galyndylaryň ýygnaýşyna degişlilikde, ýerli guramalaryň konteýnerleri ýa-da haltalary ulanyandygyna çenli görkezilýär.

RIBA «Directory of Practice» maglumatnamasy gurluşyk sferasyndaky satuwa degişli maglumatlary saklaýar we şu işewürlige degişli her bir firmany we olaryň hyzmatdaşlaryny görkezýär.

Ýokary derejelerde guralan kitaphanalarda hökmany suratda ýöriteleşdirilen žurnallaryň sanawy bolmalydyr.

#### *Marketing maglumatlary*

Harytdan haryda, firmadan firma geçip, işleriň öz sferaňyzda bolýan ýagdaýlaryny hem ýüze çykarmalydyr.

Marketing maglumatlaryny özünde jemleýän islendik maglumatnamany ýokary derejede üpjün edilen kitaphanalarda tapyp bolýar.

«Marketsearch» ýyllyk neşir bolup, onda 19000 häzirki zaman çap edilen işler jemlenendir. Olar, hususan-da, dünýä bazarlarynyň öwrenilişine bagyşlanandyr. Her ýylda bu maglumatnama täze çap

edilen işleriň baş müň sany salgylary bilen baýlaşdyrylýar. Bu ýyllyk neşiriň «Arlington Management Publications» neşir bilen bilelikde çykarylýanlygy aýratyn bellärlikliidir.

«Mintel» sarp edijilik bazaryna degişli bolup, her aý täze önümler we bazarda olaryň herekete getirilişi barada maglumatlary seljerýär.

«Keynote Publications» tarapyndan 200 sany britan senagat sektorlaryň işi çuňňur seljerilip, şol sanda farmasewtiki, şeýle-de süýt önümlerini öndürýän sektorlary öz içine alýar. Onuň bölümlerinde standart guramaçylygy bolup, olarda pudagyň gurluşy, sarp edijiler, üpjün edijiler, bazaryň ölçegleri we onuň geljekki ösüş meýilleri, alnan netijeler hem soňky perspektiwalary seljerilýär. Mundan başga-da, bu maglumatnamanyň «Esasy maglumat» atly bölümünde şu pudagyň has ähmiýetli kompanýalary baradaky maglumatlar zerur maglumatlary gözlemek prosesini dowam etmäge mümkinçilik berýän goşmaça çeşmeler görkezilendir.

«Business Monitors» ykdysadyýete degişli maglumatnamalaryň biridir. Bu neşir üç sany esasy düzüm böleklerden ybarat bolup, ol önümçiligi, hyzmat ediş we ýerleşdirmek sferasyny öz içine alýar. «Dürli maglumatlar» diýen bölüm hem bar. Her üç aýda çykýan gysgaça netijeler ulanyp bolsa peýdaly bolup biler. Olar hemme uly kitaphanalarynda bar.

Umumy ýewropa bazaryny derňemekde Keynotyň çap edýän «The Guide» neşiri peýdaly hasap edilýär. Bu maglumatnamada 18 sany ýurda degişli maglumatlar bilen üpjün etmäge mümkinçilik berýän 2000 maglumat çeşmeleri görkezilendir.

#### *Ýöriteleşdirilen kitaphanalar*

Işewürligiň dürli pudaklaryna degişli maglumatlaryň köp bölegi ýöriteleşdirilen kitaphanalarda jemlenendir. Meselem, Türkmenistanyň Milli Medeni Merkeziniň milli kitaphanasynda işewürlige degişli köp maglumatlary tapyp bolýar, şeýle-de bu kitaphanada 2 milliondan gowrak hasaba alnan patentlerine teswirlemeler saklanýlar. Westminsterlik kitaphanasy, işewürlük boýunça şäher kitaphanasy we «Holborn» kitaphanasy Londonda ýerleşýän tanymal kitaphanalarydyr.

Britan kitaphanasynda ylmy maglumatnamalaryň ägirt uly möçberi jemlenendir. Bu kitaphana tilsimatlar, işläp taýýarlaýyşlar,



patentler we söwda markalary boýunça ýüzlenip bolýär. Onda 20000-e golaý patentler bellige alnandyr.

Pudaklaýyn assosiasiýalaryň öz ugurlary boýunça kitaphanalary bolup, ol assosiasiýanyň agzalary üçin niýetlenilmän, bellibir töleg esaslarda kitaphanadan başgalaryň peýdalanmagyna rugsat berilýär. Käbir maglumatlary telefon arkaly hem alyp bolýär. Söwda palatalaryň hem bu ugurda uly resurslary bolup, maglumatlaryň uly göwrümi senagat we söwda kitaphanalarynda bardyr.

Marketing hünäri boýunça ýokary bilimli hünärmenleri taýýarlaýan institut marketing bilen meşgullanýanlar üçin esasy düzüm birligi bolup durýär. Bu institutda neşirleriň we seminarlaryň temalarynyň sanawy bardyr.

Beýik Britaniýada Business Link kiçi we orta ölçegli kärhanalara maslahat beriji hyzmatlaryny amala aşyran döwlet maksatnamasydyr. Ol taslamalary durmuşa ornaşdyrmak mümkinçiligini hasaba almak maksady bilen hödürülenýän grantlaryň esasynda berilýär. Business Linkiň käbir ofisleriniň öz kitaphanalary bolup, olar kiçiräk marketing derňewlerini geçmäge mümkinçilik berýär. Beýik Britaniýada Business Linkiň ýüzden gowrak ofisleri bardyr.

Ýokarda agzalan çeşmelerden peýdalanyp bolmadyk ýagdaýlarda şol ýurtda «Bazary öwrenmek boýunça jemgyýetiň» («Market Research Society») agzalarynyň birinden marketing derňewleriniň netijeleri bilen tanyşmaga mümkinçilik berilýär.

#### *Pudaklaýyn neşirler*

Butin dünýäde tehnika we işleriň başga sferalaryna degişli köp sany gazetler we žurnallar neşir edilýär. Bu neşirler adamyň islendik islegini kanagatlandyrýär. Bu gazetler we žurnallar dürli temalara bagyşlanyp, balçylykdan gaplaýjy materiallara, senetçilikden jemgyýetçilik iýmite çenli temalary öz içine alýar. Sektorlaryň köpüsünde sarp edijiler üçin iki sany neşirden ybarat. Meselem, «Autocar» neşiri maşgala awtomobilini satyn almak üçin zerur bolýan bolsa, islendik ýangyjy tygşytlamaga mümkinçilik berýän enjamy bolan firma üçin «Autotrade» neşiri peýdaly bolýär. Käbir ýöriteleşdirilen žurnallaryň tiraży az bolup, olar okyjylaryň kiçi auditoriýasyna niýetlenendir. Olar hut şu aýratynlyk bilen gymmatlydyr.

Bar bolan maglumatlaryň birnäçe katalogy bolup, iň doly we anyk maglumaty «Britan stawkalary we faktlar» (BRAD) neşirinden alyp bolýar. Mahabat bilen meşgullanýanlar üçin ol gymmatly, beýleki neşir bilen çalşyp bolmaýan neşirdir. Onda mahabatyň bahalary, neşirleriň tiražy we geljekki okyjylar barada maglumatlar saklanylýar.

*BRAD* neşirinden peýdalanyň bolmadyk ýagdaýynda, kiçiräk kitaphanalarda saklanylýan «Willing's Press Guide» ýa-da «Advertiser Annual» maglumatnamalary ulanmak netijeli bolýar. Şeýle-de «Benn's Media Directory» has jikme-jik maglumatlary özünde jemleýär.

Gowy [www.mediauk.com](http://www.mediauk.com) **Web**-sahypada bar bolan hemme gazetler görkezilip, olaryň köpüsini elektron poçta arkaly sargyt edip bolýar. Käbir iri gazetler häzirki wagtda öz elektron wersiýalaryny arhiwirleýändikleri sebäpli olaryň gözleg serwerleri işjeň ulanylýar.

Bazary derňemek işi söwdanyň meselelerine bagyşlanan degişli žurnallary gözden geçirmekligi hem öz içine alýar.

Söwdanyň anyk sfera degişli žurnaly bolup, şol žurnalyň berýän maglumatlary esasynda söwda sergileri, seminarlar, kanuna girizilen üýtgeşmeler, işewürlük sferasyndan çykýan firmalar, täze kärhanalar we önümler barada täze maglumatlary alyp bolýar. Söwda sferasyna degişli gazetlerde mahabat köp ýerleşdirilýär. Şol mahabatyň talaplary berjaý edilen ýagdaýynda, ýagny kompaniýa satyn aljak zatlaryny anyk görkezip başarsa, onda gazetler muhtaj ýaýradylýar.

«*Biznes-reklama*» gazetini Türkmenistanyň marketing sferasyna degişli gazetdir.

#### *Söwda ýarmarkalary we sergiler*

Köp täze harytlar ilki bilen söwda ýarmarkalaryna çykarylýar. Öndürijiler ilki bazary barlamak bilen onuň isleglerini ýüze çykarýarlar. Umumy manyda sergiler islendik zat üçin niýetlenendir. Käbir ýöriteleşdirilen sergiler söwda üçin niýetlenip, olara diňe lomaý alyjylar çagyrylýar. Bu sergileriň ölçegleri we möçberleri dürli bolup bilýär.

Käbir sektorlarda köp sergiler geçirilýär. Ýurtda her ýyl halkara maslahatlaryň we sergileriň onlarçasy geçirilýär. Bu daşary ykdysady aragatnaşyklary has-da ösdürmäge we bilelikdäki kärhanalary

döretmäge ýardam berýär. Her bir pudak ýurdumyzyň Sergi merkezinde dürli meselelere bagyşlanan sergileri geçirýärler, olarda alyjylary we sarp edijileri öndürilýän, şeýle-de, täze öndirilip başlanan önümler bilen tanyşdyrmaga mümkinçilik berýär. Sergiler dürli temalara bagyşlanyp, şol sanda maglumat tilsimatlary, neşir önümleri, balykçylyk, gurluşyk pudagy, aragatnaşyk, dürli döwletleriň öndürýän önümleri we ş.m. barada bolup biler. Geçiriljek sergiler barada iki hepde önünden köpçülikleýin habar beriş serişdelerinde bildiriş berilýär. Sergiler meýilnama esasynda düzülip, degişli pudaklar taýýarlyk işlerini birnäçe wagt önünden alyp barýarlar. Sergiler Türkmenistanyň Söwda-senagat edarasy bilen bilelikde geçirilýär. Türkmenistanda 2009-njy ýylyň sentýabryndan 2010-njy ýylyň sentýabrna çenli bir ýylyň dowamynda geçirilen sergileriň sanawy aşakda görkezilen:

1. Türkiýe döwletiniň eksport harytlary (02.09.-04.09.2009 ý.);
2. «Türkmentel – 2009» – her ýyl geçirilýär;
3. «Täze Galkynyş zamanasynda ylym we bilim» (09.09.-11.09.2009 ý.);
4. «Kitap – hyzmatdaşlyga we progrese ýol» (28.09.-30.09.2009 ý.);
5. «Türkmenistanyň balyk hojalygy – 2009» (08.10.-10.10.2009 ý.);
6. «Türkmenistanyň Garaşsyzlygynyň 18 ýyllygyna bagyşlanan ykdysady gazananlaryň sergisi» (17.10.-19.10.2009 ý.);
7. «Eýran Yslam Respublikasynyň harytlarynyň IV ýöriteleşdirilen sergisi» (02.11.-04.11.2009 ý.);
8. «Türkmenistanyň nebiti we gazy» (17.11.-19.11.2009 ý.);
9. «GDA döwletleriniň oba hojalyk önümleriniň öndürijileriniň forumy we AST önümleriniň, oba hojalyk tehnikanynyň we öňdebaryjy tehnologiýalaryň sergisi» (25.11.-27.11.2009 ý.);
10. «Türkmenistanyň energetika senagatynyň ösüşiniň esasy ugurlary» (07.12.-09.12.2009 ý.);
11. «Halkara awtomobil sergisi» (18.12.-20.12.2009 ý.);
12. «Türkiýe döwletiniň gurluşyk materiallary senagatynyň Halkara sergisi» (27.01.-29.01.2010 ý.);
13. «Telekeçileriň sergisi» (17.03.-18.03.2010 ý.);

14. «Suw resurslaryny netijeli ulanmakda dünýä tejribesi we öňdebaryjy tehnologiýalary» (02.04.-04.04.2010 ý.);

15. «Türkmenistanyň Halkara gaz kongresine bagyşlanan Halkara Sergisi» (13.04.-15.04.2010 ý.).

16. «Amaly-haşam sungatynyň eserleriniň halkara sergisi we «Adamzadyň ruhy hazynasy» atly milli folklor festiwalý» (21.04.-23.04.2010 ý.).

17. «Ak şäherim – Aşgabat!» atly IX köpugurly halkara sergisi (19.05.-21.05.2010 ý.).

18. «Türkmen halysy – biziň ruhumyzyň owazy» (29.05.-30.05.2010 ý.).

19. «Türkmenistanyň dokma senagatynyň ösüşiniň esasy ugurlary» (06.06.-08.06.2010 ý.).

20. «Beýik Galkynyş zamanasynda ylym, tehnika we innowasion tehnologiýalar» (12.06.-14.06.2010 ý.).

21. «Türkmenistanyň Beýik Galkynyşlar zamanasy we saglygy gorayyş ulgamyndaky özgerişler – 2010» (20.07.-23.07.2010 ý.).

22. «Türkmen gurluşygy – 2010» (20.08.-22.08.2010 ý.).

23. «Türkiýe Respublikasynyň eksport harytlarynyň halkara sergisi» (30.08.-01.09.2010 ý.).

Käbir ýurtlarda bellibir temalara bagyşlanyp geçirilýän sergiler bardyr. Muňa mysal edip, Beýik Britaniýada sowgatlaryň söwdasyna bagyşlanan 20 sany söwda ýarmarkasyny, inženerleriň «Materiallary gaýtadan işlemekligiň awtomatlaşdyrylyşy ýa-da tozly tilsimatlar» atly sergisini görkezmek bolar. Geçiriljek sergiler barada «Sergileri geçirmegiň býulleteninde» her aýda habar berilýär. Oba hojalyk sergileri we ýarmarkalar barada doly maglumat çeşmesi bolup «Showmans Directory» sergisi çykyş edýär. Onda goşmaça bugda işleýän gämileriň ýaryşlary, awiasion, bedewleriň sergileri we ş.m. görkezilýär. 2010-njy ýylyň 1-nji maýynda Hytaýyň Şanhaý şäherinde her bäş ýyldan bir gezek geçirilýän «Expo 2010» Bütindünýä sergisi 30-njy oktýabra çenli dowam edip, «Iň gowy şäher – iň gowy durmuş» diýen şygar astynda dürli ýurtlaryň 192-si öz ekspozisiýalary bilen çykyş etdiler. Bu sergä Türkmenistanyň ministrlikleriniň, iri önümçilik pudaklarynyň, edara guramalarynyň 30-dan gowragyndan wekilleriň uly topary gatnaşdylar.

Sergileriň köpüsi barada alty aý öňünden habar berilýär. Sergileri guramak işleriniň örän gymmat düşýänligi sebäpli olara çynlakaý çemeleşilýär.

*Söwda markalary, patentler we bellige alnan modeller*

Söwda markasyna gabat gelip, onuň öndürijisi baradaky maglumatlar elýeterli bolmadyk ýagdaýynda [www.patent.gov.uk](http://www.patent.gov.uk) Web-sahypasyna ýüzlenmek maksadalaýyk hasap edilýär.

Köp häzirkî zaman patentler baradaky maglumatlar kompýuterleriň maglumatlar binýadynda bardyr.

Dizaýn hem önümiň çalşylyp bolmajak (unikal) daşky görnüşini saklamak üçin olar bellige alnyp bilinýär.

*Bäsdeşlere baha bermek*

Bazarlarda bar bolan zatlara baha berip başarmaly. Dükanylaryň bäsdeş toparlary hemişe goňşularynda bolýan zatlary barlap durýarlar: olar kömekçi işgärleriň birini iberip, olaryň nyrhларыny göçürýärler.

Kärhanalar baradaky ilkinji pikirler, täsirler olaryň jaňlara jogap berişleri boýunça kemala gelýär.

Bazary derňemek işi amala aşyrylandan soňra marketing derňewler boýunça hünärmeniň aşakdaky meseleler barada doly düşünjesi bolmalydyr, ýagny:

1. Has işjeň bäsdeşler.
2. İşewürligiň kesgitli görnüşiniň ussatlary.
3. Bäsdeşleriňiziň güýçli we gowşak taraplary.
4. Çak edilýän çykdajylar.
5. Bazarlarda ulanyp bilinjek islendik erkin nişalar.
6. Bäsdeşleriňiziň harytlary eltip bermeli möhletleri we şeýlelikde, sargytlar kitaplarynyň doldurylyş derejesi.
7. Satuwyň usullary.
8. İşgärleriň taýýarlanylş derejesi.
9. Karz bermegiň hödürülenýän şertleri ýa-da talap edilýän gatançlary.
10. Sargytlaryň höweslendirilişi (bazarda harytlaryň herekete getirilişi).
11. Kepiller.

12. Söwda meselelerine degişli edebiýatlar.

13. Müşderileriň isleglerini kanagatlandyrmagyň tizligi.

Ýokarda görkezilen meseleler boýunça barlaglar geçirilmedik ýagdaýynda, bäsdeşleriň iş usullaryny bilmek başartmaýar. Müşderiler bilen gürrüňdeş bolmagyň netijesinde bäsdeşleriň işleriniň usullaryny ýüze çykarmak mümkindir. Iri ulag kompaniýalary öz bäsdeşleriniň önümlerini satyn almak bilen olary söküp, täze tilsimatlaryň syrlaryny bilmäge çalyşýarlar.

*Önümiň ýerlikliligini barlamak*

Bar bolan bazara baha bermek bilen önümiň ondaky orny kesgitlenilýär. Doly möçberli önümçilige başlamazdan ozal öndüriljek önümiň synag göýberilişini gurnamak maksadalaýyk hasap edilýär. Bazary derňemek işinde öňünden duýujylyk (intuisiýa) häsiýetiniň tutýan uly ornuny aýratyn belläp, ýöne maýa goýumlary, gaplaýjy materiallary satyn almaklygy we mahabat materiallary taýýarlamaklygy talap edýän önümçilik has ähmiýetli delillere esaslanmalydyr.

Öndürilen önümiň az mukdaryny lomaý söwdagärlere, agentlere ýa-da sarp ediljilere hödürlemek bilen, olara bolan islegleriň derejesini kesgitlemek mümkindir. Öndürijileriň köpüsi kesgitli möhletlerde ýerine ýetirmek şerti bilen öz önümleriniň nusgalaryny öndürýärler. Nusgalar, meselem, önüminiň esasy göýberilişinden reňki bilen tapawutlanyp bilýär.

Önümiň bazarda tutýan ornuny sowal-jogap usuly arkaly ýa-da önümiň işjeň ulanylyşyna seredip seljerip bolýar. Sowal-jogap arkaly marketing derňewi geçirilende kiçi saýlanan toparlardan gaça durmak maslahat berilýär. Sebäbi şeýle edilen ýagdaýynda alnan netijeleriň statistiki taýdan anyklygy gazanylmaýar. Mümkin bolan müşderileriň ähli gatlaklarynyň wekilleri derňemegiň bu usulynda saýlanan topara degişli edilen ýagdaýynda geçirilen marketing derňewleri netijeli bolýar. Soraglaryň sanawy örän gowy düzülen bolmalydyr. Ondan başga-da aşakdaky işleri amala aşyrmak maksadalaýyk hasap edilýär, ýagny:

1. Önümde taýýar şaýlaryň toplумы bar bolsa, onda ony kim-de bolsa birine berip, onuň gönükdiriji resminamanyň esasynda şaýlary ýygnap biljegine baha beriň.

2. Öndürilýän önümi öz öý salgyňyza iberip, öýüňize gowuşýança onuň nähili görnüşe eýe bolandygyny görüň.

3. Gaplaryň dürli görnüşlerini ulanyp görüň.

4. Önüme dürli atlary berip, bazarlarda olaryň haýsysynyň ornaşjakdygyna serediň.

Önüm bazara çykarylmandan ozal barlanyp bilinýär. Internet bazary barlamagyň netijeli serişdesi bolup çykyş edýär. Biržada şertleriň we teklipleriň tiz üýtgäp durýanlygyny nazara almak bilen geçirilýän dürli çäreleriň netijeliligine tiz baha berip bolýar. Bazar gökezijileri tiz üýtgeýän önümleri (meselem, iýmit önümleri) **Web-**sahypanyň sargytlar bolüminde sanap geçip bolýar we şeýlelikde, mümkin bolan sarp ediliş barada düşünje alynýar.

Edil şular ýaly tertip mahabata hem degişlidir. Birnäçe neşirlerde ýer bellemekden we uly mahabat kompaniýasyny başlamazdan ozal ilki bilen mahabat bildirişini bir gazetde ýa-da žurnalda ýerleşdirmek netijeli hasap edilýär. Iri firmalar hemişe mahabat kompaniýalaryny tapgyrlyýyn geçirýärler. Göni poçta arkaly amala aşyrylýan mahabatyň artykmaçlygy önümi uly möçberlerde ibermekden ozal sarp edijiler tarapyndan dürli teklipleriň kabul edilişine tiz baha berip, şolara görä üýtgetmeleri girizmek mümkinçiliginiň ýokarylygyndan ybaratdyr.

Taýýar önümiň doly ammaryny çalyşmaktan barlag-synag önümçilige özgertmeleri girizmeklik aňsatdyr.

Bazary hemişe derňäp durmalydyr. Alyjylaryň endikleriniň mydama üýtgäp durýanlygy sebäpli müşderiler bilen saklanylýan gatnaşyklar ýitirilmeli däldir.

#### *Taze bazarlary gözlemek*

Internet tory, elbetde, köp sany täze kärhanalaryň emele gelmegine ýardam berdi we onuň tiz wagtda harytlary satyn almaga degişli endikleriň üýtgedilmegine bolan mümkinçilikleri uludyr. Nazaryýet nukdaýnazardan harytlary we hyzmatlary sarp edijilere netijeli eltip bermeklik şertlerinde biziň bazarymyz – bütin dünýädir. Bazar gatnaşyjylarynyň köpüsiniň pikirine görä, mahabatyň başga görnüşleri bilen bilelikde internet köp peýda getirýär. Internet tory diňe maglumat almak üçin ulanylmaly däl-de, eýsem, saýtyň özi hem mahabat edilse netijeli bolýar.

Täze döreyän bazarlary gözlemek ony üzüksiz derňemegiň bir bölegi bolup çykyş edýär. Müşderiler hemişe siziň ýanyňyzda bolar diýip pikir etmek nädogrudyr. Marketingiň nukdaýnazaryndan üpjün edijiler täze meýilleri ýüze çykarmagy we başga talaplara uýgunlaşmagy öwrenmelidir. Önümiň ekologiki arassalygy bilen baglanyşykly howplar ýöriteleşdirilen bagçylyk işleriniň we restoranolaryň ösmegine getiren bolsa, onda lukmançylygyň adaty usullarynyň berýän netijeleriniň pes bolmagy derman ösümlikleri satýanlara, witamin bilen üpjün edýänlere we dürli ugurlarda işleýän lukmanlara peýdaly boldy.

Kompýuterler bilen baglanyşykly ylmyň gazananlary kiçi kärhanalar üçin gowy täzelik bolmaly. Poçta sargydy boýunça ýa-da şäheriň merkezinde ýerleşýän dükanda satylan guty barada mesele ýüze çykanynda emele gelen ýagdaýa düşüňýän tejribeli menejer bolmalydyr. Hiç bir kärhana, mekdep, döwlet edarasy maksatnama üpjünçiligine degişli hünärmenlik derejesi ýokary bolan kömekçi işgäri bolmasa oňup bilmeýär.

#### *Bazary derňemek üçin sowallaryň sanawy*

Bazary dürli usullar arkaly derňäp bolýar. Şunuň bilen baglylykda aşakdaky sowallaryň sanawy bazary derňemeklige degişli käbir wajyp pursatlara ünsüňizi çekmäge ýardam berer.

#### *Bazaryň ululygy*

1. Senagat, sarp edijilik, içki we daşky bazarlaryň umumy ululygy nähili?
2. Ol ulalýarmy ýa-da, tersine, kiçelýärmi?
3. Ýerli endikleri barmy?
4. Islegler möwsümleýin üýtgeýärmi?
5. Has işjeň sarp ediji bolup kim çykyş edýär?
6. Bazaryň haýsy bölegi importa degişli?
7. Bazaryň ösen derejesini anyklamaly we onda täze bäsdeşlige ukyply bolan önümiň boljakdygyna baha bermeli?
8. Bazar moda, sikl görnüşli üýtgetmelere sezewar bolup bilermi?
9. Ownuk partiýaly önümiň göýberilişi oňa häsiýetlimi?
10. Täze tilsimatlar bazary üýtgedip bilermi?



10. Haýsy üýtgeşmeler islege täsir edip biler?

- a) döwlet kanunçylygynyň, salgyt salmagyň, söwda düzgüniň çäklendirmeleriniň üýtgemegi;
- b) harydyň könelişi;
- ç) bäsdeşligiň netijesi hökmünde täzeçillikler;
- d) siziň kärhanaňyzyň syýasatynyň üýtgeýşi.

#### *Bäsdeşlik*

1. Siziň esasy bäsdeşleriňiz kim we olar bazaryň haýsy bölegini eýeleýärler?

2. Olaryň göýberýän önümleriniň assortimenti nähili we olaryň teklipleri nämä esaslanýar?

3. Olaryň güýçli we gowşak taraplary?

4. Haýsy görkezijiler boýunça Siz olardan öňe geçip bilersiňiz?

5. Ösüş meýilleri nähili?

#### *Siziň işiňiz*

1. Siz bazarda haýsy orny eýeleýärsiňiz?

2. Siz esasy girdejiňizi nämäniň hasabyna alýarsyňyz we geljekki ösüşiňiz nämäden ybarat?

3. Siziň sarp edijileriňize nähili goşmaça önümler we hyzmatlar zerur?

4. Siz bazaryň segmentini (bölegini) dogry saýladyňyzmy?

5. Siz harytlary bazarda nähili herekete getirýärsiňiz we bäsdeşlik bilen nähili göreşýärsiňiz?

6. Önümi öndürmeklik, ýerleşdirmegiň ýollary, zerur maglumatlary ýygnamaklyk, bazaryň bölegi we beýleki meseleleri hasaba alanyňyzda Siziň marketingiňiz näçä düşýär?

7. Bazarda bolup geçjek haýsy üýtgeşiklikleri Siz çaklaýarsyňyz we öz meýilnamalaryňyzda olary nähili hasaba alýarsyňyz?

#### *Önüm*

1. Siziň önümiňizden kim peýdalanýar?

2. Olaryň satyn alnyşynyň derejesi nähili?

3. Siziň önümiňizi ýene-de kim ulanyp bilýär?

4. Satylýan harytlaryň ýany bilen ýene-de haýsy harytlary satyp we hyzmatlary goşup boljak?

5. Önümi nähili gowulandyryp bolýar?

6. Müşderiler önüm barada nähili pikirde?
7. Onuň söwda markasy barmy?
8. Nyrhlar esaslandyrylanmy?
9. Nähili derejede önümiň nyrhy onuň hakyky ýaşayyş döwrüni görkezýär?
10. Ýöriteleşdirilen önüm öndürilýärmi? Ony sarp edijileriň kesgitli toparynyň ulanmagyna uýgunlaşdyryp bolýarmy?
11. Reklamasiýalar (arz-şikaýatlar) barmy?
12. Siziň önümiňiziň hyzmat ediş möhleti näçe?
13. Önümiň haýsy täze görnüşini öndürmek meýilleşdirilýär we onuň köne önüm bilen sazlaşygy nähili?

*Sarp edijiler*

1. Siz olara ýene-de näme satyp bilersiňiz?
2. Çözgütleriň kabul edilişi kime bagly?
3. Siz olar bilen gatnaşyklary nähili guraýarsyňyz?
4. Alyjy sarp ediji bolup bilermi?
5. Siziň müşderileriňiz kim?
6. Olaryň nähili islegleri bar?

Türkmen ykdysadyýetiniň bazar gatnaşyklaryna geçiş döwründe bazarlary ösdürmekde bazary derňemek işleriniň ähmiýeti uludyr.

Bazary derňäp, şeýle-de islegleri öwrenmek arkaly milli bazarlarymyzda harytlaryň bolçulygyny döretmek mümkindir. Munuň üçin senagat, söwda kärhanalarynyň maglumatlar ulgamlarynyň işlerini ýokarlandyrmak zerurdyr. Mundan başga-da kärhananyň bäsdeşlige bolan ukybyny ýokarlandyrmak diňe ýokary hilli haryt bilen üpjün edilen hem-de müşderilere hyzmat etmekligiň derejesiniň artdyrylan ýagdaýynda mümkin bolýar. Hususanda, bu ugurda müşderileri özüňe çekmek boýunça işleri geçirmek netijeli hasap edilýär.

Ýokarda görkezilişi ýaly, bazary derňemek hadysasy – üznüksiz häsiýete eýe bolup, ol, köp babatda, müşderileriň isleglerine bagly bolup durýandygy bilen düşündirilýär. Bu meseleler kärhanalaryň marketing derňewleri bölüminiň meşgullanýan esasy işleridir. Mundan başga-da, kärhananyň ähli bölümleri bilelikde işläp, güýçlerini milli bazarlarymyzy ösdürmeklige gönükdirmelidirler.

## II BAP

### MARKETING MAGLUMATLAR ULGAMY WE MARKETING DERÑEWLERI

Ýokary sarp edijilik gymmaty üpjün etmek we müşderileriň zerurlyklaryny kanagatlandyrmak üçin islendik kärhana maglumatlary zerurdyr. Ýokary hilli harytlaryň önümçiligi we marketing maksatnamasynyň işläp taýýarlanylşy alyjylaryň zerurlyklaryny we isleglerini öwrenmekden başlanýar. Mundan başga-da, kärhanalara bäsdeşler, dellallar we bazara täsir edýän başga şahsyýetler hem güýçler barada doly maglumatlar zerur. Häzirki wagtda bazaryň ýagdaýy barada maglumat diňe bir amatly çözümleri kabul etmek üçin däl-de, eýsem, wajyp strategiki resurs we marketing gural hökmünde ulanylýar.

Marketing boýunça hünärmenler maglumatyň diňe bir gowy çözümlerini kabul etmäge kömek etmän, eýsem, kärhananyň marketinginiň strategiki resursyň, guralynyň bolýandygyna, köplenç, ynanýarlar. Häzirki zaman bazarda kärhananyň eýeleýän maglumaty onuň esasy bäsdeşlik artykmaçlygy bolup çykyş edýär. Bäsdeşler biri-birinden önümçilik prosesleri özleşdirip bilýärler, abzallaryna we harytlaryna öýkünip bilýärler, ýöne kärhananyň maglumat binýadyny, onuň intellektual akyl ýetiriş ukyby kapitalyny ýeňil meňzetmek başartmaýar. Käbir kärhanalar öz ştat tertiplerine, bilim, öwreniş ýa-da intellektual kapital boýunça wise-prezident ýaly täze wezipäni girizdiler.

XIX asyrdan kärhanalar kiçidi we olaryň işgärleri ähli diýen ýaly müşderilerini şahsy tanaýardylar. Dolandyryjylar müşderiler bilen gös-göni aragatnaşyk prosesinde, olara syn edip, sorag berip marketing baradaky maglumatlary sorap alýardylar. Ýöne XX asyrdan has doly we ýokary hilli marketing maglumatlarda zerurlygy şertlendirýän täze ýagdaýlar ýüze çykdy. Kärhanalar işleriň umumymilli we global derejelere çykyşlar we olara dünýäniň dürli künjeklerinde ýerleşýän bazarlar barada köp maglumatlar zerur. Mundan başga-da, alyjylaryň

girdejileriniň ösüşi bilen olar harytlary saýlanlarynda has saýlap alýan we olaryň hiline has talapkär bolup, satyjylara harytlaryň dürli häsiýetlerine alyjylaryň gaýtargysy barada köp maglumatlar gerek bolýar. Satyjylaryň çylşyrymly marketing ugurlaryny ulanýandygy hem-de bäsdeşligiň ýitileşýändigigi sebäpli kärhanalara olaryň marketing tagallalarynyň netijeliligi barada maglumatlar zerur. Ahyrsoňy, tiz üýtgeýän gurşawyň şertlerine çalt we anyk çözümleri kabul etmek üçin menejerlere iň täze maglumatlar zerur.

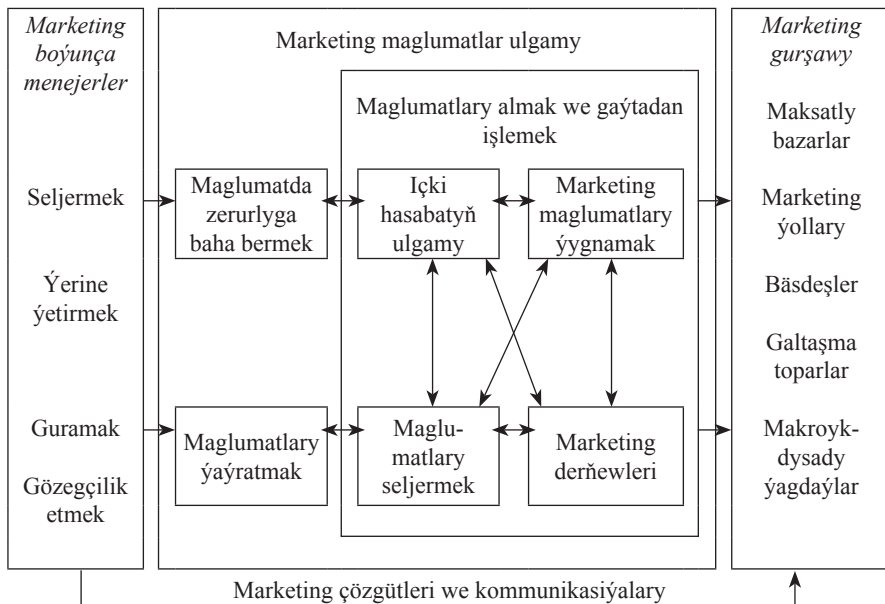
Maglumatlara islegiň ýokarlanmagy maglumat tilsimatlaryň ösmegi bilen gabat geldi. Soňky 30 ýylda biz kiçi, ýöne güýçli kompýuterleriň, faks-apparatlaryň, internetiň hem-de maglumatlary gaýtdan işlemekligini üýtgeden başga köp gurallaryň ýüze çykmagynyň we kämilleşmeginiň şaýady bolduk. Häzirki zaman maglumat ulgamlaryň kömegi bilen kärhanalar köp maglumatlary döredýärler. Mundan başga-da, häzirki wagtda marketing boýunça hünärmenler köp maglumatlary alýarlar.

Güýçli maglumat akymyna garamazdan, marketing boýunça hünärmenlere zerur maglumatlar ýetmeýär. Olar hemme maglumatlary alman, hili ýokary bolan maglumatlary alaslary gelýär. Ýokary hilli maglumatlar bilen marketing boýunça hünärmenleri üpjün etmäge kärhanalaryň mümkinçilikleri bar, ýöne hünärmenleriň özleri ony bolmaly ýagdaýynda ulanyp bilmeýärler. Häzirki wagtda kärhanalar marketing boýunça hünärmenleriň zerurlyklaryny kanagatlandyryan maglumat ulgamlaryny döretmek maksady bilen olaryň maglumatda zerurlyklaryny öwrenýärler.

## **2.1. Marketing maglumatlar ulgamy**

Marketing maglumatlar ulgamy (*MMU*) – marketing çözümleri maglumat taýdan üpjün etmek üçin derwaýys, anyk we öz wagtyndaky maglumatlary ýygnamak, gaýtdan işlemek, seljermek, baha bermek we ýaýratmak boýunça hereketleriň jemidir hem-de şu proses üçin zerur adamlaryň we material resurslarydyr. 1-nji suratda görkezilişi ýaly *MMU*-nyň işiniň ilkinji we soňky tapgyrlarynda

marketing dolandyryjylary dur. Ilki bilen dolandyryjylar maglumatda zerurlyga baha berýärler. Soňra *MMU*-ny ulanyp, kärhananyň içki hasabynyň ulgamyndan, marketing maglumatlary ýygnaýan bölümiň maglumatlaryndan we marketing derňewleriň netijelerinden zerur maglumaty alyp, ony seljerýärler. Ahyrsoňy, has netijeli marketing çözümleri işläp taýýarlamaga kömek etmek üçin *MMU*-y dolandyryjylara maglumaty zerur görnüşde, wagtda ýetirýär.



**1-nji surat. Marketing maglumatlar ulgamy.**

### *Maglumatda zerurlyga baha bermek*

*MMU* netijeli bolar ýaly marketing boýunça hünärmenleriň isleýän maglumatlarynyň mukdarynyň we olara hakykatdan zerur hem kärhana üçin elýeter maglumatlaryň arasyndaky pähimli gatnaşygy tapmaly. Ilki bilen kärhanada marketing boýunça hünärmenlere haýsy görnüşli maglumatlary almaga isleýänligini ýüze çykarmak üçin olardan sowal-jogap geçirilýär. Käbir hünärmenleriň pikiri boýunça maglumatyň görnüşinde tapawut ýok, ol köp bolsa bolýar. Emma maglumatlaryň köplügi, olaryň ýetmezçiligine görä erbetdir. Başga

hünärmenler dürli maglumatlaryň barlygy, olary alyp bolýanlygy barada bilmeýärler. Şonuň üçin, *MMU* marketing gurşawyna syn edip, esasy marketing çözgütleri işläp taýýarlamakda kömek edip biljek maglumatlar bilen menejerleri üpjün etmeli.

Käwagt kärhana maglumatlaryň ýoklugy ýa-da *MMU* üçin elýeter däl diýen sebäpli marketing boýunça hünärmenlere zerur maglumatlary hödürleýän bilenok. Mundan başga-da, maglumatlary ýygnamak, gaýtadan işlemek, saklamak we hödürlemek gymmada düşýär. Kärhana dürli maglumatlary ýygnamakdan alnan artykmaçlyklar olary almaga edilen çykdajylaryň öwezini dolduryp biljekdiği barada öz wagtynda çözgüt kabul etmeli; hakykatdan, hem artykmaçlyklara, hem çykdajylara hemişe baha berip bolmaýar. Maglumatlaryň gymmady olaryň ulanylyş prosesinde ýüze çykýar. Köplenç, täze maglumatyň ýüze çykmagy menejeriň kabul eden çözgüdine ýa täsir edýär, ýa-da täsir etmeýär, ýöne ony almaga edilen çykdajylar çözgüdi gowulandyryp alynýan girdejiden ýokary bolýar. Marketing boýunça hünärmenler islendik goşmaça maglumatlar gerek diýip ynanmaly däl. Garşysyna, olar goşmaça maglumatyň gymmatyny ulananda netijede alnan artykmaçlyklar bilen deňeşdirmelidir.

#### *Maglumatlary ýygnamak we gaýtadan işlemek*

Marketing boýunça hünärmenlere zerur maglumaty içki hasabatyny ulgamyndan, marketing maglumatlary ýygnaý we marketing derňewlerini geçirip alyp bolýar. Şondan soňra seljeriş ulgamy alnan maglumaty gaýtadan işleýär we ony has rahat görnüşde marketing boýunça hünärmenlere hödürleýär.

#### *Içki hasabatyny ulgamy*

Köp kärhanalar içki maglumatlaryň uly binýadyny, ýagny kärhananyň dürli içki çeşmelerden alynýan maglumatlar (ol elektron görnüşde kompýuterlerde saklanýar) döredýärler. Ol rahat bolýar, sebäbi marketing boýunça menejerlere islendik wagtda gerek maglumatlar elýeterdir. Içki maglumatlaryň binýady bilen işlenilende olara marketing mümkinçilikleri we meseleleri ýüze çykarmaga, maksatnamalary işläp taýýarlamaga we marketing işiniň hiline baha bermäge mümkinçilik döreýär.

Şular ýaly maglumatlar binýadyna maglumatlar dürli çeşmelerden gelýär. Buhgalteriýa maliýe hasabatlaryny taýýarlaýar we

satuw, nyrhlar hem nagt pullaryň hereketi barada doly ýazgylary saklaýar. Önümçilik bölümi önümçilik çig mal bilen üpjünçilik meýilnamalaryny, material-tehniki gorlar, satuw bölümi dellallaryň we başdeşleriň işi barada hasabatlary düzýärler. Marketing bölümi sarp edijileri demografiki we psihografiki häsiýetleri, olaryň özlerini alyp barşy barada maglumatlary ýygnaýar. Alyjylar hyzmat ediş bölümi olaryň kanagatlandyrylyşy we hyzmat edilişiniň meseleleri barada maglumatlary ýygnaýar. Bu bölümiň sargydy boýunça geçirilýän marketing derňewler başga bölümleri hem gyzyklandyryp bilerler.

Içki hasabatnyň maglumatlaryny tiz we artykmaç çykadjysyz alyp bolýar, emma meseleler bolup bilýär. Içki maglumatlar ilki bilen başga maksatlar üçin ýygnalýar, ol doly däl bolup bilýär ýa-da marketing çözümlerini kabul etmek üçin laýyk däl görnüşde görkezilip bilýär. Meselem, buhgalteriýa bölümüniň taýýarlaýan maliýe hasabatlary satuwyň we çykadjylaryň möçberi barada doly maglumaty saklaýar, ýöne olar öňünden işlenilmese marketing bölümi olary satuw ýollaryň işine baha bermek üçin ulanyp bilmeýär. Maglumatlar tiz könelýär, şonuň üçin kärhanalar maglumatlar binýadyny täzeläp durmaly. Uly kärhanalarda köp maglumatlar ýygnaýar, olara gözegçilik etmek kyn bolýar. Maglumatlar binýady gowy gurlan we ol ähli hünärmenlere elýeter bolmaly. Rahat interfeýsi işläp taýýarlamaly, şonda marketing boýunça hünärmenler zerur maglumatlary tapyp, olary netijeli ulanyp bilerler.

### *Marketing maglumatlary ýygnamak*

Marketing maglumatlary ýygnamak – jemgyýetçilik üçin bäsdeşler we marketing gurşawyndaky üýtgeşmeler barada elýeter maglumatlary ulgamlaryň almak hem seljermekdir. Marketing maglumatlary ýygnaýan ulgam marketing gurşawyň dürli ýagdaýlary, ýagny bäsdeşlik, tehnologiýa, sarp edijilik, ykdysady, durmuş, syýasy we hukuk ýagdaýlar barada maglumatlary gözlemek, seljermek hem ýaýratmagy bilen meşgullanýar. Marketing maglumatlary ýygnaýan ulgam maglumatlaryň zerur görnüşini kesgitleýär, marketing gurşawynda ony gözleýär we marketing boýunça menejere hödürleýär. Mundan başga-da, maglumat ýygnamaga üpjün edijiler, dellallar we alyjylar gatnaşar ýaly kärhana tagallalary etmeli. Bäs-

deşler barada maglumatlary olaryň ýyllyk hasabatlaryndan, press-konferensiýalardaky çykyşlardan, press-relizlerden, mahabatdan we **Web**-sahypalardaky maglumatlardan alyp bolýar. Şonuň bilen birlikde kärhana bäsdeşleriň harytlaryny satyn alyp, derňäp, olaryň satuwynyň möçberine, olaryň hasaba aldyrýan täze patentlerine syn edip bilýär.

Kärhana gös-göni öz işgärlerinden, ýagny administrasiýadan, inženerlerden we ylmy işgärlerden, satyn alyş boýunça agentlerden hem satyjylardan köp maglumatlary alyp bilýär. Şeýle-de, kärhana bäsdeşler we olaryň harytlary barada wajyp maglumatlary almak üçin üpjün edijileriň, dellallaryň hem hemişelik alyjylaryň hyzmatlaryndan peýdalanyp bilýär. Mundan başga-da, kärhana öz bäsdeşlerine syn edip ýa-da olaryň harytlaryny öwrenip, wajyp maglumatlary alyp bilýär. Ol bäsdeşleriň harytlaryny satyn alyp, öwrenip, olaryň satuwynyň dinamikasyna (ösüşiniň barşyna) we täze patentleriniň alnyşyna syn edip bilýär. Meselem, Taurus awtomobilleriniň ilkinji modelini döredende *Ford* kompaniýasy özüniň esasy bäsdeşleriniň önümlerini üns bilen öwrendi. Sarp ediji nukdaýnazardan 400 has wajyp awtomobiliň häsiýetlerini seljerip, şeýlelikde, iň gowy konstruktorçylyk çözümleri ýüze çykardy. Öz modelinde ol şol ýa-da gowulandyrylan parametrleri ulandy. Netijede, Taurus *ABŞ*-da iň belli awtomobil boldy.

Kärhanalar bäsdeşleriň işiniň başga daşky taraplaryny hem öwrenip bilýär. Meselem, bäsdeşleriň üpjün edýän harytlarynyň möçberi barada hakyky maglumatlar bolmasa, käbir kärhanalar bäsdeşleriň zawodlaryna eltýän relslerdäki poslan ýerleri seljerýärler, ýa-da doklarda ýükläp-düşüriş işlere syn edip, önümçiligiň sazlaşykly işiniň derejesini, önümleriň nähili möçberde ýüklenýändigini ýüze çykarýarlar. Başga kärhanalar öz bäsdeşleriniň awtoulag duralgalarynyň ýerlerini yzygiderli barlaýarlar. Eger-de awtoulaglar köp bolsa, diýmek, kärhana işjeň we şowly zähmet çekýär. Ýarym boş duralgalar kärhananyň agyr ýagdaýa düşendiginiň alamaty.

Käbir kärhanalar öz bäsdeşleriniň önümçiliginiň galyndylaryny öwrenýärler. Haçanda kärhana galyndylaryny zyňanda resmi taýdan, onuň eýeçiligine hukugy ýitýär. Kärhanalaryň köpüsi ylmy-barlag



barlaghananyň her bir kagyzyňy dykgatly ýok edýärler, käbirleri bolsa marketing ýa-da jemgyýetçilik bilen gatnaşyklar bölümleriniň iş resminamalaryň ýok edilmegine äsgermezlik edýärler. Hapany «ogurlamagyň» mysaly hökmünde *Avon* kompaniýany getirip bolýar, ol onuň bäsdeşi *Mary Kay Cosmetics* tarapyndan zyňlan galyndylary derňemek üçin hususy detektiwleri hakyna tutdy. *Mary Kay* kazyýete ýüzlenip, galyndylary yzyna bermegi talap etdi, emma *Avon* kanuna garşy hereket etmedigi barada habar berdi. *Mary Kay* kompaniýanyň hapa atylyan baky jemgyýetçilik duralgada durdy, *Avon* kompaniýasy bolsa ony tassyklaýan wideo ýazgylary görkezdi.

Döwlet guramalar hem maglumat çeşmesi bolup hyzmat edýärler. Meselem, kanuna laýyklykda kärhanalar bäsdeşleriň zawodyna howadan surata düşürmäge haky ýok. Şonda-da şol obýektleriň howadan suratlary geologiki býurolarda ýa-da daşky gurşawy goramak boýunça guramalarda bar. Başga ýagdaýda, kärhana bäsdeşiň zawodynyň kuwwatyna baha bermäge dyrjaşyp, onuň ähli abzallarynyň erkin elýeter doly sanawyny ýeke-täk täjirçilik kodeksde ýüze çykardy, ony kärhanalar kanuna laýyklykda hödürleýärler.

Bäsdeşleriň özleri öz maglumatlaryny her ýyllyk hasabatlarynda, neşirlerde, söwda sergilerde, press-relizlerde, mahabatda we internetde görkezip bilýärler. **Web**-giňişlik bäsdeşler barada uly täze maglumat çeşmesi boldy, ol maglumatlary bäsdeşleriň özleri hödürleýärler. Kärhanalaryň köpüsi alyjylary, hyzmatdaşlary, üpjün edijileri ýa-da françaýzerleri çekmek üçin öz hyzmatlarynyň jikme-jik teswirlemesini öz saýtlarynda berýärler. Ýöne bu maglumat olaryň bäsdeşlerine hem elýeter, olary almak üçin syçanjyga basanyň ýeterlik.

Neşirde çap edilmedik press-relizler hem kärhanalaryň saýtlarynda ýerleşdirilýär, şeýlelikde, başga kärhanalar şu kärhananyň täze harytlary öndürjekdigini we onda haýsy guramaçylyk üýtgeşiklikleriň geçýändigini bilmäge mümkinçilik berer. Täze işgärleri çagyryan we saýtda ýerleşdirilen mahabat, kärhananyň giňeltmek meýilnamasyny açýar. Meselem, Allied Signal saýtyny görseňiz, ol öz işgäriniň girdejileriniň, talaba laýyk däl harytlarynyň meselesi we şol meseläniň ýok etmek meýilnamalary barada maglumatlary berýär. Ýene bir mysal. Kurýer (çapar) arkaly eltip bermeklik hyzmatlaryny

hödürleýän kompaniýalar tory Mail Boxes Etc öz saýtynda françaýzing şertlerinde onuň bilen hyzmatdaşlyk edýän kärhanalar barada, şol sanda tutýan otaglaryň meýdanyny, işgärleriň sanyny, iş düzgünini we başga wajyp maglumaty ýerleşdirdi. Bu maglumatlaryň ahlisi bäsdeşler üçin örän gymmatlydyr.

Kärhanalaryň saýtlary – bäsdeşler üçin peýdaly maglumatlaryň ýeke-täk çeşmesi däldir. Derňewçiler pudaklaýyn assosiasiyalaryň saýtlarynda hem köp peýdaly maglumatlary tapyp bilýärler.

Marketing boýunça hünärmenler internetiň ýörite gözleg ulgamlaryny (Google, Yandex, Yahoo! ýa-da Infoseek) ulanyp, bäsdeşler barada takyk maglumatlary, ýagny atlary, wakalary, meýilleri we başg. tapyp bilýärler, onuň esasynda kärhanada umumy bolup geçýän ýagdaýy bilip bolýar. Maglumat gözleginde şular ýaly hünärmenler internet-torda münlerçe maglumatlar binýadyna seredýärler. Olaryň käbirleri mugt, käbirleriň maglumatlar binýadyna elýeterlik üçin tölemelidir.

Ahyrsoňy, marketing maglumatlary garaşsyz üpjün edijilerden satyn alyp bolýar. Marketing maglumatlary ýygnamak boýunça işde häzirkä zaman tilsimatlaryň gazananlary giňden ulanylýar. Şu günki gün köp kärhanalar bäsdeşler we marketing gurşawy barada maglumatlary internetden alýarlar. Bellibir tölegi töläp, kärhana 3000 elektron maglumatlar binýadynyň birine we Dialog, DataStar, Lexis-Nexis, Dow Jones News Retrieval, UMJ ProQuest, Dun&Bradstreet's Online Access ýaly maglumat gulluklaryň hyzmatlaryna ýazylyp bilýärler.

Käbir kärhanalarda marketing maglumatlary ýygnamak we gaýtadan işlemek boýunça ýörite bölümler işleýärler. Şular ýaly bölümleriň işgärleri neşir edilen işlere seredýärler, internetde işleýärler, wajyp täzelikleri saýlaýarlar we marketing boýunça menejerler üçin maglumat düzýärler. Maglumat bölümi diňe bir maglumat ýygnaman, eýsem, marketing boýunça hünärmenlere oňa baha bermäge kömek edýär. Şular ýaly bölümler arkaly ýolbaşçynyň alýan maglumatlarynyň hili ýokarlanýar.

Marketing maglumatlary ýygnamagyň dürli usullaryň giňden ýaýramagy işewürlükde ahlak jogapkärçiligi barada birnäçe meseleleri

goýýar. Hemmeler üçin elýeter maglumat çeşmelere äsgermezlik etmeli däl, ýöne kärhanalar içalylyga çenli pese düşmeli däl.

### *Marketing derňewleri*

Bäsdeşler we marketing gurşawyndaky üýtgemeler barada maglumatlardan başga menejlerlere, köplenç, bellibir ýagdaýyň ýörite marketing derňewleriň geçirilmegi zerur bolýar. Meselem, *Toshiba* kompaniýasy onuň noutbuk-kompýuterleriň täze ýokary tizlikli modelini näçe kompaniýa satyn alasy gelýär we şol bolup biljek alyjylaryň kimdigini bilesi gelýär. Ýa-da, meselem, Illinoýs ştatyndaky Leýk-Forestdäki Barat College Kolledžini ýolbaşçylaryna şol kolledž barada maksatly bazaryň haýsy göterimi bilýändigini barada maglumat gerek, olar şol barada näme bilýärler, şol maglumatlary nireden alýarlar we Barat College nähili baha berýärler. Şular ýaly ýagdaýlarda marketing maglumatlaryň gowşak ýygnaşy marketing boýunça hünärmenlere zerur maglumatlary berip bilmeýärler. Şonda marketing derňewlerini geçirmeklik zerur.

Marketing derňewleri – munuň özi kärhananyň özboluşly marketing ýagdaýynda zerur maglumatlaryň toplumaýyn meýilmalaşdyrylyşy, ýygnaşy, seljerilişi we teswirlenilişidir. Marketing derňewleri marketing boýunça hünärmeniň her birine zerurdyr. Marketing derňewleri boýunça hünärmenler hyzmatlaryň bütin toplumyny ýerine ýetirýärler, ol hyzmatlaryň hataryna kärhananyň bazaryň potensialyny we bazaryň paýyny öwrenmeklik, sarp edijileri kanagatlanyş hem alyjylaryň özlerini alyp baryş derejesine baha bermeklik, harydy, nyhny emele getirmegiň usullaryny hem-de strategiýalaryny derňemeklik, harydy ýaýratmaklyk, herekete getirmeklik degişlidir.

Kärhana öz derňew bölümiň güýji bilen marketing derňewleri geçirip bilýär ýa-da garaşsyz çeşmelerden maglumat alyp bilýär. Haýsy usuly saýlajakdygyny kärhananyň maliýe we derňew bölümiň mümkinçiliklerine baglydyr. Köp iri kärhanalarda öz derňew bölümleri bar. Şonda-da tematiki hasabatlaryny döretmek ýa-da ýörite derňewleri ýerine ýetirmek üçin ýolbaşçylar başga firmalaryň hyzmatlaryna ýüzlenýärler. Şular ýaly firmalaryň hyzmatlaryna derňew bölümleri bolmadyk kärhanalar ýüzlenýärler.

### *Maglumatlary seljermek*

Karhananyň marketing maglumatlar ulgamynyň ýygnaýan ýa-da marketing derňewleriň netijesinde alnan maglumatlar goşmaça seljerişi talap edýärler. Marketing boýunça hünärmenler marketing meselelerini çözmek ýa-da wajyp çözümleri kabul etmek üçin maglumatlary dessine ulanyp bilmeýärler. Alnan maglumatlary has rahat görnüşine getirmek üçin ýörite statistiki seljeriş geçirilýär, munuň maksady bellibir toplumynyň içinde maglumatlaryň gatnaşygyny kesgitlemek we olaryň statistiki hakykylygyny tassyklamak bolup durýar. Şular ýaly seljeriş takyk sanlardan ünsi sowup, bazarlara, marketing işine we bellibir işleri ulanylyş netijelere degişli soraglara jogaplary almaga menejerlere mümkinçilik berýär.

Maglumata analiz geçirilende dürli analitiki modeller ulanylýar, olar amatly çözümleri saýlamaga marketing boýunça hünärmenlere mümkinçilik berýärler. Her bir model hakyk ulgam, proses ýa-da netije bolup durýar. Elmydama modeller gowy bolar ýaly näme etmeli diýen soraglara jogap tapmaly. Soňky 25 ýylyň dowamynda marketing boýunça hünärmenler birnäçe modelleri işläp taýýarladylar, olar marketing toplumynyň görkezijileri, satuw çäklerini kesgitlemek, täjirçilik wizitleriň meýilnamasyny düzmek, bölek satuw söwda nokatlary ýerleşdirmek üçin ýeri saýlamak, amatly mahabat toplumyny işläp taýýarlamak we täze harydyň satuwynyň möçberini çaklamak boýunça çözümleri kabul etmäge kömek edýärler.

### *Maglumatlary ýaýratmak*

Eger-de marketing maglumatlary menejerler amatly marketing çözümleri işläp taýýarlamak üçin ulanyp bilmeseler, onda ol maglumatlaryň hiç hili gymmaty bolmaz. Marketing derňewleriň gidişinde ýygnaýan maglumatlary zerur menejere bellenen möhletde geçirmelidir. Kärhanalaryň köpüsünde merkezleşdirilen marketing maglumat ulgamlary döredilen, olar marketing gursawyndaky üýtgemelere syn edip ýüze çykarylan maglumatlary, operatiw swodkalary we dürli derňewleriň netijelerini menejerlere zygiderli geçirýärler. Şu maglumatlaryň ählisi menejerlere meýilnamalaşdyrmak, amala aşyrmak we gözgeçilik boýunça her günki iş üçin zerur.

Ýöne, köplenç, marketing boýunça hünärmenlere standart görnüşli däl (adaty däl) ýagdaýlarda işlemek üçin ýa-da tiz wagtda

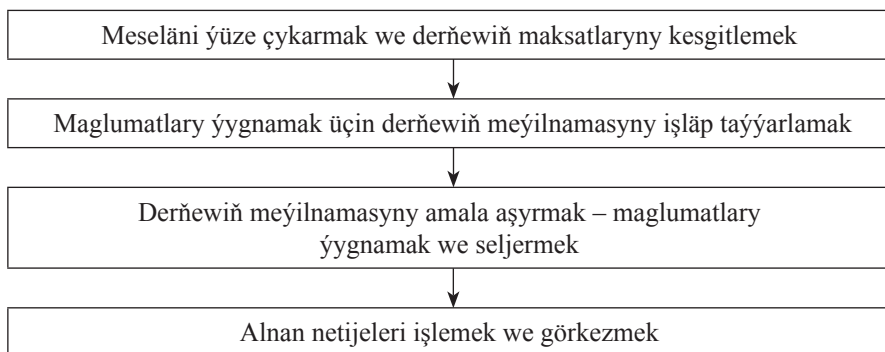
çözgütleri kabul etmek için özboluşly maglumatlar zerur bolýar. Meselem, uly müşderi bilen işleýän satuw boýunça menejer geçen ýylyň satuwy we girdejisi barada hasabat talap etdi, ýa-da bölek-satuw söwdanyň menejeri bir harydyň satylyşynyň ýokary depgini bilen tanyş bolup, şu harydyň başga dükanlaryň ammarlaryndaky mukdary barada tiz wagtda maglumat gerek bolýar. Merkezleşdirilen *MMU* bar bolan kärhanalarda menejerler *MMU*-nyň işgärlerinden maglumat sorap, jogaplaryna garaşmaly bolýarlar. Ýöne zerur maglumatlar, köplenç, giç gelip, öz täzeligini ýitirýärler.

Täze maglumat tilsimatlar maglumatlary ýaýratmaga özge-rişlikleri geçirdiler. Kompýuter tehnikanyň, maksatnama üpjünçiligiň we telekommunikasiýalaryň ösüşini häzirki zaman derejesinde kärhanalaryň köpüsi merkezleşdirilmedik *MMU*-na geçdiler. Köp kärhanalarda personal kompýuterler we başga tehniki serişdeler arkaly marketing boýunça hünärmenler maglumat torlara gös-göni elýeter bolýarlar. Islendik wagt olar kärhananyň maglumatlar binýadyndan ýa-da garaşsyz maglumat gulluklardan maglumat alyp bilýärler, ýazgylý prosesoryň ýa-da stolda goýulýan neşir ulgamyň kömegi bilen hasabatlary taýýarlap bilýärler, elektron poçta arkaly islendik zerur hünärmenler bilen gatnaşyp bilýärler.

Täze tilsimatlaryň girizilmegi özüne çekiji gelejegi wada edýär. Olaryň kömegi bilen islendik maglumaty islendik wagt tiz we göni alyp bolýar. Şular ýaly ulgamlary ulanyp bilýän menejerleriň sanynyň köpelmegi hem-de täze maglumat tilsimatlaryň ösüşi bilen *MMU*-nyň merkezleşdirilmedik görnüşini giňden giriziler.

## **2.2. Marketing derňewleri**

Marketing derňewiniň amala aşyrylyşy (*2-nji surat*) dört tapgyrdan, ýagny meseläni ýüze çykarmakdan we derňewiň maksatlaryny kesgitlemekden; derňewiň meýilnamasyny işläp taýýarlamakdan; derňewiň meýilnamasyny amala aşyrmakdan; alnan netijeleri işlemekden we görkezmekden ybaratdyr.



## 2-nji surat. Marketing derňewiniň gidişi

*Meseläni ýüze çykarmak we derňewiň maksatlaryny kesgitlemek*

Marketing boýunça hünärmen işiniň dowamynda meseläni ýüze çykarmaly, soňra derňewiň maksatlaryny kesgitlemeli. Haýsy çözügüt üçin maglumatyň zerurdygyna hünärmen gowy düşünyär we marketing derňewlerini geçirmegiň gidişini doly öwrenip bilip, maglumaty ýygnamaklygyň usullaryny çözüýär.

Marketing derňewleri boýunça hünärmen marketing derňewiniň prosesini gowy bilmeli hem-de derňew bölümüne meýilnamalaşdyryş we netijeleri işleniş tapgyrlarynda kömek edip bilmeli. Eger-de hünärmen marketing derňewlerine gowy düşünmese, ol laýyk gelmeýän maglumatlary saýlap, ýalňyş netijeleri çykaryp bilýär ýa-da kärhana üçin gymmat bolup çykjak maglumatlary talap edip bilýär. Marketing derňewler boýunça tejribeli hünärmenler, marketing bölümüniň zerurlyklaryna gowy düşünişip işlemelidir. Marketing derňewler boýunça hünärmenler meseläni ýüze çykarmaga we amatly çözügütleri kabul etmäge mümkinçilik berýän marketing derňewleriň usullaryny hödürlemeli.

Marketing derňewleriniň meselesini we maksatlaryny ýüze çykarmak, köplenç, halatlarda, derňewiň bütin dowamyndaky in kyn mesele bolup durýar. Elbetde, hünärmen işleriň islenilişi ýaly alnyp barylmaýandygyny duýup biler, emma sebäbini ýeke özi ýüze çykaryp bilmez. Meselem, peseldilen nyrhlar boýunça harytlary satýan uly dükanyň menejeri peseldilen nyrhlar boýunça harytlaryň satylyşynyň

möçberiniň peselmegini pes derejeli mahabat bilen çagyrylan diýip ýalňyş çak etdi. Haçanda derňewiň netijesinde mahabatyň maksatly bazara laýyk täsir edýändigini we zerur maglumatlary berýändigini ýüze çykarylanda, hünärmen örän aljyrady. Ahyrsoňy, mahabatdaky wada edilen nyrhlar, harytlaryň we hyzmatlaryň assortimenti üpjün edilmeyändiginiň meselesi ýüze çykdy. Eger-de meseläniň çeşmesi ilki başda dogry ýüze çykarylan bolsa, onda kärhana mahabaty derňemeklige edilen çykdajylardan we wagty ýitirmekden gaçyp bilerdi. New Coke içginiň nusgawy ýagdaýynda *Coca-Cola* kompaniýasy öz meselesini doly we dogry çözüp bilmän, gaty oňaýsyz ýagdaýa düşdi.

Haçanda mesele anyk kesgitlenensoň, marketing boýunça hünärmen we marketing derňewleri boýunça hünärmen derňewleriň maksatlaryny kesgitlemelidir. Marketing derňewiniň maksatlary üç görnüşli bolýar, ýagny gözleg derňewiniň maksady meseläni ýüze çykarmaga kömek etjek we ony çözmäge ýollary salgy berjek deslapky maglumatlary ýygnamaklykdan ybarat. Teswirli derňewler harydyň bazar potensialyny ýa-da islendik harydy satyn alýan sarp edijileriň demografiki häsiýetnamasy we nukdaýnazary ýaly marketing elementlerini teswirlemek üçin geçirilýär. Sebäpli derňewiň maksady sebäp-derňew gatnaşygy barada ylmy çaklamany kesgitlemekden ybaratdyr, meselem, hususy kolledžde okuw üçin tölegiň 10% peselmegi ýüze çykýan ýitgileriň öwezini dolduryp biljek köp talyplary okuwa çekip bolarmy? Adatça, menejer gözleg derňewinden başlap, soňra teswirli we sebäpli derňewlere geçýär.

Meseläniň we maksatlaryň beýan edilişi marketing derňewiň gidişiniň esasy bolup durýar. Menejer we marketing derňewler boýunça hünärmen meseläniň esasy ýazmaça görnüşde beýan etmeli, ýagny marketing derňewiň maksatlary we garaşylýan netijeleri babatdaky ylalaşyklyk resmileşdirilen bolmaly.

#### *Marketing derňewiň meýilnamasyny düzmek*

Marketing derňewiniň ikinji tapgyrynda nähili maglumatlar zerurdygy barada çözügüt kabul edilýär we şu maglumatlary has netijeli ýygnamagyň meýilnamasy işlenip taýýarlanýlar, soňra bolsa marketing boýunça menejere meýilnama hödürülenilýär. Meýilnamada bar bolan maglumatlaryň çeşmeleri görkezilýär, marketing derňewiniň

takyk usullarynyň esaslary düşündirilýär, gatnaşyklaryň usullary, saýlanan topany düzmegiň meýilnamasy we täze maglumatlary ýygnamak üçin ulanyljak gurallary teswirlenilýär.

### *Maglumatda zerurlygy kesgitlemek*

Marketing derňewiniň maksatlaryny maglumatda zerurlyk diline terjime etmeli. Meselem, çorbalary öndürýän *Campbell* kompaniýasy, öz önüminiň köne belli gyzyl-ak reňkli tüneke gutusynyň çanak görnüşde täze plastikden taýýarlanan konteýnerde çalşandygyna alyjylaryň gaýtargysyny ýüze çykarmak üçin marketing derňewini geçirmeli diýip çözüti kabul edýär. Şular ýaly konteýner kompaniýada käbir önümleri gaplamak üçin ulanylýar we alyjylaryň göwünlerinden turýar. Onuň bahasy biraz gymmat, ýöne çorbany mikrotolkunly peçde gyzdyryp, gös-göni konteýnerden iýip bolýar. Şular ýaly marketing derňewini geçirmek üçin aşakdaky maglumatlar zerur bolup biler.

1. *Campbell* çorbasynyň häzirki sarp edijisiniň dürli häsiýetleri – demografiki, ykdysady, ýaşayş keşbi (täze gaby, ýokary nyrha garamazdan çagasyz maşgalalarda, adamysy-aýaly işlän ýagdaýda şowly ulanyp biler; çagalý maşgalalar köne gaby ileri tutarlar, sebäbi ol arzan düşýär).

2. Önümi ulanmagyň häsiýetleri: sarp edijiler çorbany näçe, haçan we nirede sarp edýärler («ýlgap barýarka» iýmiti sarp edýän alyjylar üçin täze gap gowy bolar; çagalar, ähli maşgalasy bilen iýip-içmäge oturýan sarp edijiler üçin ol gabat gelmeýär).

3. Bölek-satuw söwdagärleriň täze gaba gaýtargysy (bölek-satuw söwdagärleriň tarapyndan goldawyň ýoklugy satuwyň möçberine otrisatel täsir edip biler).

4. Täze gaba alyjylaryň gatnaşygy (*Campbell* çorbasynyň gyzyl-ak reňkli gutusy durmuşa berk ornaşdy, şonuň üçin sarp edijiler täze gaby kabul ederlermi-kä pikirlenmelidir).

5. Köne we täze gaplarda çorbanyň satuwynyň çaklanylyşy (täze gap kärhananyň alýan girdejisini köpeldip bilermi?)

Şular ýaly we başga-da maglumatlar täze gaby önümçilige göýberilse degerligini kesgitlemek üçin kärhananyň ýolbaşçylygyna gerekdir.



### *Ikinji derejeli maglumatlary ýygnamak*

Menejeriň maglumata bolan zerurlygyny kanagatlandyrmak üçin, marketing derňewi boýunça hünärmen oňa ikinji ýa-da birinji derejeli maglumatlary (ýa-da iki görnüşi hem) hödürlep bilýär. Ikinji derejeli maglumatlar – başga maksatlar üçin oň ýygnalan we ulgamaşdyrylan maglumatlar. Birinji derejeli maglumatlar – görkezilen anyk maksat üçin ilkinji gezek ýygnalýan maglumatlardyr.

Marketing derňewi boýunça hünärmenler, adatça, ikinji derejeli maglumaty ýygnamakdan başlaýarlar. Kärhananyň içki resminamalary – şular ýaly maglumatyň ilkinji amatly çeşmesidir. Munuň üstesine kärhana maglumatlaryň daşky çeşmelerine, kitaphanalardan başlap (kärhananyň öz kitaphanalary hem-de jemgyýetçilik, uniwersitetlerdäki we başgalar) resmi we ýapyk görnüşde çapdan çykan resminamalara çenli ýüzlenip bilýär. Aşakda maglumat-täjirçilik gulluklar, maglumatlaryň interaktiw binýady we internet ýaly ikinji derejeli çeşmeleriň häsiýetnamasy berlen.

#### *Täjirçilik maglumaty*

Öz maglumatlaryny satýan käbir täjirçilik derňew guramalar.

*A.C.Nielsen Corporation* supermarketlerdäki kassa aparatlaryny skanerlerinden alnan satuw kärhanalaryň arasynda bazaryň paýlarynyň bölünişini we bölek-satuw söwda nyrhlar (Scan Track), öý hojalykçylar tarapyndan satyn alnan harytlar (Scantrack National Electronic Household Panel), telewizion gepeşikleriň auditoriýalary (Nielsen National Television Index) baradaky maglumatlary we ş.m. hödürleýär.

*Information Resources Inc.* bakaleýa harytlarynyň hereketini görkezýän kassa aparatlarynyň skanerlerinden (Infoscan), maglumatlary hem-de maglumatlaryň toplumlaýyn ýygnalyşyny (BehaviorScan) hödürleýär.

*Arbitron* ýerli radiostansiýalaryň radiogepeşikleriniň auditoriýalary we mahabat edilýän çykdaýylar hem-de başga köpçülikleýin habar beriş serişdeleri we olaryň mahabat çykdaýylary baradaky maglumatlary hödürleýär.

*MMRI (Simmons marketing derňewleriniň býurosy)* teleýaýlymlaryň, sport harytlaryň we patentleşdirilen derman serişdele-

riň bazary baradaky her ýyllyk hasabatyny, ýaşayyş keşbi we jynsy, girdejiniň derejesi, ýaşy islegi bolan söwda markalar (saýlanan bazarlar we olara hyzmat edýän köpçülikleýin habar beriş serişdeler) boýunça ulgamlaşdyrylan başga geodemografiki maglumatlary hödürleýär.

#### *Maglumatlaryň interaktiw binýady*

Maglumatlaryň käbir interaktiw binýady. Dialog hyzmatlaryň birnäçe görnüşini hödürleýär, şol sanda *ABI/Inform* – işleri alyp barmaga we ýolbaşçylyk etmek boýunça maglumat (binýadda 800-den gowrak çap edilen işler). Bu serwerde 50 sany önümçilik pudaklarynyň kärhanalarynyň işi barada hasabatlarynyň we maglumat sahypalarynyň ýazgylary doly bar we *ABŞ*-da jemgyýetçilik pikirini sorag-jogap arkaly alnan maglumatlary bardyr. Abunaçylar *Dun&Brandstreet* kompaniýasynyň hödürlän maglumatlar, hususanda, ilaty ýazgy etmek boýunça alnan maglumatlar (*Donnelly Demographics*) we *ABŞ*-nyň işewürligi boýunça sorag-jogap maglumatlar (*Dun's Electronic Business Directory*) bilen tanşyp bilýärler.

*Lexic-Nexis* diňe bir işewürlük boýunça köp sanly žurnallardan makalalary hödürlemän, eýsem, uly derňew kompaniýalaryň analitiki hem-de *ABŞ*-nyň gymmat bahaly kagyzlary we biržalary boýunça Komissiýanyň maglumatlaryny, *Standard&Poor* kompaniýanyň reýtinglerini, bütindünýä boýunça öz işini amala aşyrýan investision banklar barada maglumatlary hödürleýär. Mundan başga-da, sarp ediş harytlar we marketing işler barada çap edilen işler görkezilýär. *PROMPT/PLUS* gullugyň abunasyna ýazylyp bolýar, ol bäsdeşleriň işine we pudakdaky ýagdaýa gözegçilik edýär, meýilleri ýüze çykarýar hem mahabatyň, harytlary herekete getirmegiň strategiýalaryna baha berýär.

*CompuServe* interaktiw hyzmatlaryň doly toplumyny hödürleýär. Meselem, *Business Demographics*-de pudaklarda döwlet gullukçylaryň we bölek-satuw söwda kompaniýalarda işgärleriň sany barada umumylaşdyrylan statistiki maglumatlary tapyp bolýar. *Neighborhood Report*-y öwrenip, ulanyjy *ABŞ*-nyň islendik ştatynyň demografiýasy barada maglumatlary alyp bilýär. *CompuServe* marketing we pudaklaýyn derňewler boýunça hasabatlara gönük-

dirijileri, makalalaryň ýazgylaryny täzelikleri hödürleýär. Bu gulluk gazet – maglumat sahypalardan başlap, döwlet hasabatlaryna we patent maglumatnamalaryna çenli ýene-de 850 sany maglumatlar binýadyna elýeter edýär.

*Dow Jones News Retrieval* açyk we ýapyk kysymly paýdarlar kompaniýalar boýunça maliýe, taryhy, operatiw maglumatlarda ýöriteleşen. Bu serwerde *Standart&Poor* we *Dun&Bradstreet* kompaniýalarynyň reýtinglerini, dürli kompaniýalaryň hasabatlaryny tapyp bolýar. Mundan başga-da, bu gulluk aksiýalaryň kurslaryny, kapitallyň möçberini we kompaniýalar, pudaklar boýunça maglumatlary deňeşdirýär hem-de her gün *ABŞ*-nyň we Ýaponiýanyň işewürligi hem-de maliýesi boýunça jemleri jemleýär.

### *Internet*

Ýokarda görkezilen maglumat gulluklaryň köpüsinde **Web**-görnüşleri hem bar. Müňlerçe **Web**-sahypalar az töleg üçin şolara meňzeş maglumatlary hödürleýärler. Şol maglumatlary tapmak üçin gözleg ulgamlaryň kömegi bilen zerur temadan gözlegi geçirmeli. İşewürlige degişli dürli temalara ýörite maglumatlary hödürleýän birnäçe **Web**-sahypalar aşakda görkezilen. *ABŞ*-nyň gymmat bahaly kagyzzarlar we biržalar boýunça Komissiýasynyň maglumatlar binýady ([www.sec.gov/](http://www.sec.gov/)) açyk görnüşli paýdarlar jemgyýetler barada maliýe maglumaty hödürleýär. *ABŞ*-nyň kiçi firmalaryň işleri boýunça dolandyryjy edarasynyň **Web**-sahypasy ([www.sbaonline.gov/](http://www.sbaonline.gov/)) kiçi işewürlükde işleýän menejerler üçin peýdaly maglumatlary hem-de şol ugurdan başga çeşmelere salgylanmalary hödürleýär. Avenue Technologies ([www.avetech/avenue](http://www.avetech/avenue)) 25 müň açyk, ýapyk hem halkara kompaniýalaryň gysga we doly hasabatlaryny hödürleýärler. *Dun&Bradstreet's Online Access* ([www.dbisna.com/dbis/product/secure.html](http://www.dbisna.com/dbis/product/secure.html)) *ABŞ*-nyň 10 *mln* kompaniýalarynyň gysga maliýe hasabatlaryny hödürleýär. Kompaniýalar we pudaklar boýunça maliýe maglumatlardan başga internet ulanyjylary hakyky wagtyň režiminde marketing derňewlerini geçirip bilýärler. *Ecola's 24 Hour Newsstand* ([www.ecola.com/news](http://www.ecola.com/news)) 2000-den gowrak gazet, žurnallaryň we kompýuterde çap edilen işleriň **Web**-sahypalaryna salgylanmalary saklaýar. Marketing derňewlerini geçirýän hünärmenler *CNN In-*

teractive (www.cnn.com) soňky makalalaryny görüp bilýärler we marketing boýunça bilermenleriň bölümüne seredip bilýärler.

### *Maglumatlaryň täjirçilik çeşmeleri*

Kärhanalar ikinji derejeli maglumatlary garaşsyz ýöriteleşdirilen kompaniýalardan satyn alyp bilýärler. *Nielsen Marketing Research* kompaniýasy söwda markalaryň arasynda bazaryň paýlarynyň ýaýradylýşy, bölek-satuw söwda nyrhlar, dürli haryt markalaryny satýan dükanlaryň göterimli gatnaşygy barada maglumatlary hödürleýär. Information Resources, Inc. synag edilip alnan we ikinji gezek satyn alnan harytlary, söwda markalaryna isleg bildirýänlerini hem alyjylaryň demografiki häsiýetlerini hasaba alyp, ABŞ-nyň dürli sebitlerinde 60 müň öý hojalyklary tarapyndan amala aşyrylýan satyn alyşlar barada kassa apparatlaryndan alynýan maglumatlary hödürleýär. *Yankelovich and Partners* kompaniýasynyň Monitor gullugy esasy durmuş we özüni alyp baryş maglumatlary satýar. Şol we başga kompaniýalar marketing maglumata bolan zerurlygy kanagatlandyryp, ýokary hilli maglumatlar bilen talap edijileri üpjün edýärler.

### *Maglumatlaryň interaktiv binýady we internet*

Maglumatlaryň täjirçilik interaktiv binýadynyň kömegi bilen marketing derňewlerini geçirýän hünärmenler hem ikinji, hem birinji derejeli maglumatlary özbaşdak gözlöp bilýärler. Soňky marketing derňewleriň netijesinde marketing boýunça hünärmenleriň 81%-i marketing derňewleri geçirilende interaktiv gulluklary ulanýarlar diýip görkezildi. Rahat we ýeňil elýeter bolýan maglumatlaryň dialog binýady marketing maglumatlara bolýan zerurlygy kanagatlandyrmak üçin niýetlenen. CompuServe, Dialog we Nexis ýaly umumy häsiýetli maglumat-täjirçilik gulluklar marketing çözgütlerini kabul etmek üçin zerur bolan köp maglumatlary hödürleýärler. Meselem, Germaniýada Company Library (Germaniýanyň kompaniýalarynyň kitaphanasy) bölümüne ýüzlenip bilýärler, şonda 48 müň nemes firmalaryň maliýe ýagdaýy we harytlary barada maglumatlar bar. Awtoulaglar üçin şaýlary öndürýän amerikan öndürijileri Dun&Bradstreet Financial Profiles and Company Reports (Dun&Bradstreet-den maliýe hasabatlar we kompaniýalaryň

hasabatlary) maglumatlar binýadyna ýüzlenip, *General Motors*, *Ford* we *Chrysler* ýaly kompaniýalaryň biografiki maglumatlaryny alyp bilýärler. Maglumatlaryň interaktiw binýadynda marketing boýunça hünärmenlere zerur islendik maglumatlary, ýagny demografiki maglumatlar, Associated Press agentligiň soňky habarlary, ABŞ-da hasaba alnan ähli söwda markalaryň sanawyny we başgalary alyp bolýar.

Internet maglumatlar binýadynyň we ikinji derejeli maglumatlaryň başga çeşmeleriniň köp sanyny hödürleýär, olaryň köpüsi mugt. Täjirçilik **Web**-sahypalary ulanmak üçin tölemeli, emma häzirki wagtda her bir professional assosiasiýa, döwlet guramasy, işewür toparlar üçin neşirler maglumat agentligi özleriniň **Web**-sahypalaryny gözlemäge dyrjaşýan islendik adama maglumaty mugt hödürleýär. Maglumatlary hödürleýän **Web**-sahypalar köpeldi, şonuň üçin zerur maglumatlary gözlemek kyn düşýär.

Ikinji derejeli maglumatlaryň artykmaçlyklary we ýetmezçilikleri.

Düzgün boýunça ikinji derejeli maglumatlar (birinji derejeli maglumatlardan tapawutlylykda) arzan düşýär we wagty az talap edýär. Meselem, internetdäki gözleg ýa-da maglumatlaryň zerur binýadyna ýüzlenme mikrotolkunly peçleri ulanmak barada maglumatda zerurlygy *Campbell* kompaniýasyny mugt doly kanagatlandyryp biler. Birinji derejeli maglumatlary hepdeläp ýa-da aýlap ýygnamaly bolar we bahasy münlerçe manada düşüp biler. Mundan başga-da, ikinji derejeli maglumatlaryň çeşmeleri kärhananyň özbaşdak ýygnap bilmejek maglumatlary saklaýar, meselem, elýeterligi çäkli bolan ýa-da ýygnalyşy gymmat boljak maglumatlar. Meselem, bazaryň paýlarynyň ýaýradylşy, nyrhlar we bäsdeşleriň söwda markalary barada bilmeklik üçin *Campbell* kompaniýasy üçin wagtly-wagtynda ähli bölek-satuw söwda dükanlardan maglumatlary ýygnamak gymmat. Ýöne *Campbell Information Research, Inc.* kompaniýasynyň InfoScan hyzmatlaryna ýazylyp bilýär, ol onlarça amerikan bazarlarda münlerçe supermarketlerde goýlan kassa aparatlardaky skanerlerden şular ýaly maglumatlary alýar.

Ikinji derejeli maglumatlar ýygnamakda hem mesele ýüze çykyp biler. Birinjiden, zerur maglumatlar bolman biler, marketing derňewi

boýunça hünärmen ikinji derejeli çeşmelerden maglumatlary seýrek alyp bilýär. Meselem, *Campbell* kompaniýasy entek bazara çykarmadyk gabynyň täze görnüşi barada taýýar maglumatlary tapyp bilmeýär. Ýöne eger zerur maglumatlar bar hem bolsa, olar ol diýen degerli bolman biler. Marketing derňewi boýunça hünärmen ikinji derejeli maglumatlara gowy baha bermeli, ýagny onuň relewantlylygyna (derňewiň maksadyna laýyklygyna), takyklygyna (degişli derejede ýygналandygyna we gaýtadan işlenilendigine), derwaýyslygyna (zerur çözümleri kabul etmek üçin köne bolmaly däldir) we obýektiwligine (maglumat ýygналanda we gaýtadan işlenilende doly adalatlylyk berjaý edilenligine) doly göz ýetirmeli.

Ikinji derejeli maglumat marketing derňewlerini başlamak üçin gowy başlangyç nokat bolup hyzmat edýär we meseläni ýüze çykarmaga, derňewiň maksatlaryny kesgitlemäge kömek edýär. Ýöne köp ýagdaýlarda kärhanalar birinji derejeli maglumatlary hem ýygнамалыdyrlar.

#### *Birinji derejeli maglumatlary ýygнамak*

Dogry çözümleri kabul etmek üçin ygtybarly başlangyç maglumatlar zerur. Birinji derejeli maglumatlar, edil ikinji derejeli maglumatlar ýaly, relewant, takyk, derwaýys we obýektiw bolmalydyrlar. 1-nji tablisada görkezilişi ýaly birinji derejeli maglumatlary ýygнамagyň meýilnamasy işlenip taýýarlanylanynda marketing derňewleriniň usullaryny, auditoriýa bilen gatnaşyklaryň usullaryny, saýlanan toparyny anyklamagyň meýilnamasyny we derňewiň gurallaryny hasaba almalydyr.

*1-nji tablisa*

#### **Birinji derejeli maglumatlary ýygнамagy meýilnamalaşdyrmak**

<b>Derňewiň usuly</b>	<b>Auditoriýa bilen gatnaşygyň usuly</b>	<b>Saýlanan topary düzmeğiň meýilnamasy</b>	<b>Derňewiň gurallary</b>
1. Syn etmek 2. Sorag-jogap 3. Eksperiment 4. Taryhy usul	1. Poçta 2. Telefon 3. Şahsy galtaşma	1. Saýlamagyň birligi 2. Saýlanan toparyň ululygy 3. Saýlanan toparyň gurluşy	1. Sowalnama 2. Mehaniki gurallary

### *Derňewiň usullary*

Syn etmek derňewiň usuly hökmünde marketing derňewi boýunça hünärmeniň özüni gyzyklandyryan adamlaryna we wakalaryna gönümel gözegçiligi amala aşyrmaklygy arkaly almaklygyna mümkinçilik berýär. Meselem, sarp ediş harydyny öndüriji mahabaty görkezip, göz hereketini, ýürek urşunyň ýygylgyny we başga fiziologik gaýtargylary hasaba alýan enjamlaryň kömegi bilen öz mahabatynyň täsirini barlaýar. Ýa-da bank, özüniň täze filiallary üçin täze ýer saýlanda, ýol hereketiniň intensiwligi, ýanyndaky etraplaryň şertleri we bäsdeşleriň banklarynyň filiallarynyň ýerleşýän ýerleri barada maglumat ýygnaýar.

*Urban Outfitters* – moda egin-eşikleri dükanlaryň tiz ösüp barýan tory marketing derňewleriň başga usullaryna görä syn etmek usulyna isleg bildirýär. Kompaniýa öz alyjylarynyň isleglerini söwda zalda-ky wideoýazgylaryň we düşürilen suratlaryň kömegi bilen öwrenýär. Munuň özi alyjylaryň isleg bildirýän egin-eşikleri kesgitlemäge we dürli harytlaryň satuwy barada çözümleri tiz kabul etmäge marketing boýunça hünärmene ýardam berýär. Käbir kärhanalar mehaniki syn etmegiň dürli görnüşleriniň kömegi bilen ýygnalan maglumatlary hödürleýärler. Meselem, marketing derňewler boýunça ýöriteleşen *Nielsen Media Research* kompaniýasy audimetrleri ulanýar, olar telewizorlara goýlup, kimiň haýsy gepleşikleri seredýänligi barada maglumaty ýazýar. Audimetrleriň görkezmeleriniň esasynda dürli telegepleşikleriň auditoriýalaryň ululygy we düzümi kesgitlenilýär. Telewizion kompaniýalar bu maglumatlary gepleşikleriň reýtingini we mahabat wagtynyň bahalaryny kesgitlemek üçin ulanýarlar. Mahabat berijiler ony ýerleşdirmek üçin gepleşikleri saýlanlarynda reýtingleri ulanýarlar. Kassa enjamlarynyň skanerleri (ştrih-kody hasaplamak üçin enjam) bölek-satuw dükanlarda alyjylaryň satyn alýan harytlaryny anyk belleýär. Sarp ediş harytlaryny öndürýän kärhanalar we bölek-satuw söwda dükanlary bu maglumaty harytlaryň satuwyna hem dükanlaryň işine baha bermek, olaryň işini kämilleşdirmek üçin ulanýarlar. Marketing derňewler bilen meşgullanýan käbir kompaniýalar maglumatlary toplumlaýyn ýygnaýar, olary hödürleýärler, ýagny elektronikanyň kömegi bilen kompaniýa alyjylaryň satyn alan

harytlaryny we marketing çärelere onuň gaýtargysyny hasaba alyp, birinji bilen ikinji ýagdaýyň arasyndaky gatnaşygy kesgitleýär.

Marketing derňewleriň syn etmek usuly respondentleriň hödürläp bilmejek maglumaty almak üçin ulanyp bolýar. Käbir ýagdaýlarda zerur maglumaty almaga ýeke-täk mümkin usuly hökmünde syn etmek usuly çykyş edýär. Ýöne käbir zatlary, ýagny duýgulary, sebäpleri we alyjylaryň özlerini alyp barmagyň käbir jähtlerini syn etmek usuly bilen kesgitlep bolmaýar. Uzak wagtyň dowamynda ýa-da örän seýrek bolýan wakalary syn etmek kyn bolýar. Şonuň üçin şular ýaly ýagdaýlarda marketing derňewleri boýunça hünärmenler syn etmek usulyny maglumaty ýygnamagyň başga usullary bilen utgaşdyrýarlar.

*Sorag-jogap* marketing derňewleriň usuly hökmünde teswirli maglumaty ýygnamak üçin amatlydyr. Eger-de kärhana sarp edijileriň habarlylyk derejesi, olaryň garaýyşlary, islegleri we özlerini alyp barşy barada bileşi gelse, onda her bir respondente zerur soraglary berip, bilip bolýar.

Sorag-jogap usuly marketing derňewleri geçirilende birinji derejeli maglumatlary ýygnamagyň iň giňden ýaýran (köplenç, ýeke-täk) usuly. Sorag-jogap usulynyň esasy artykmaçlygy onuň çeýeligidir. Ony dürli ýagdaýlarda dürli görnüşli maglumatlary almak üçin ulanyp bolýar. Formasyňa görä sorag-jogap usuly syn etmek we eksperiment bilen deňeşdireniňde maglumaty tiz we arzan almaga mümkinçilik berýär.

Ýöne sorag-jogap geçirilende käbir meseleler ýüze çykýar. Käwagt respondent (jogap berýän adam) jogap berip bilmeýär. Mundan başga-da, adamlar şahsy häsiýetli soraglary interwýuerler (sorag berýän hünärmen) bilen ara alyp maslahatlaşmagy islemeýärler. Käwagt respondent dürli sebäpler boýunça nädogry jogap berýär. Işli adamlaryň sorag-jogaba gatnaşmaga wagtlyry ýok, käbirleriň pikiri boýunça islendik sorag-jogap şahsy durmuşa bideplik bilen gatyşmak diýip hasaplanylýar.

Syn etmek, köplenç, gözleg derňewlerine, sorag-jogap – teswirli derňewlerine laýyk gelyär, sebäp-netije gatnaşyklar barada maglumaty ýygnamak üçin bolsa eksperimentden amatly usul ýokdur.



Eksperimentiň dowamynda marketing derňewleri boýunça hünärmen umumy alamat bilen birleşdirilen adamlardan ybarat toparlary saýlap, dürli ýagdaýlar bilen täsir edip, soňra dürli toparlardaky täsirleriň tapawudyny barlaýar. Şeýlelikde, eksperimental derňewi sebäp-netije gatnaşyklary açmaga dyrjaşýar. Eksperiment geçirilende maglumat ýygnamak üçin syn etmegiň we sorag-jogap usullary ulanyň bilner.

Öz menýusyna täze sendwiç goşmakdan öň *McDonald's* kompaniýasynyň marketing derňewleri boýunça hünärmenleri eksperimentleri geçirip, şeýle soraglara jogaplary tapmaly.

1. Täze sendwiç menýu goşulandan soňra *McDonald's*-iň satuwynyň möçberi ularmy?

2. Menýuda görkezilen başga tagamlaryň satuwyna täze sendwiç nähili täsir eder?

3. Mahabatyň haýsy görnüşi täze sendwiçiň satuwynyň möçberiniň tiz ösüşini üpjün eder?

4. Dürli nyrhlar täze sendwiçiň satuwyna nähili täsir eder?

5. Täze önüm kime niýetlenen – çagalara, ululara ýa-da iki kategoriýa? (Täze sendwiçiň maksatly auditoriýasyny kim düzýär?)

Satuwyň derejesine nyrlaryň täsiri barada *McDonald's* kompaniýasy ýönekeý eksperimentiň kömegi bilen bilip bilýär. Bir şäheriň restoranlarynda täze sendwiç bir nyrhdan, başga şäheriň restoranlarynda başga nyrhdan satmaly. Esasy şert: şäherler we eksperimenti başlamazdan öň olarda geçirilen marketing çäreler meňzeş bolmaly. Şular ýaly ýagdaýda satuwyň möçberindäki aratapawudy nyrh bilen baglanyşdyrmaly. Başga görkezijileri we başga sebitleri hasaba almak üçin çylşyrymly eksperimentleri geçirmeklik zerur.

*Taryhy usul* – marketingdäki ýagdaýa baglanan ugruň görnüşi bolup, geçmişde bolup geçen ýagdaýlara meňzeşlik boýunça maglumatlary seljermek we deňeşdirmekdir. Bu usuly öňden işläp gelýän kärhanalar ulanyň bilýärler.

*Auditoriýa bilen gatnaşyklaryň usullary*

Maglumaty poçtanyň, telefonyň kömegi bilen, ýüzbe-ýüz duşuşykda (şahsy galtaşmada) ýa-da kompýuter arkaly ýygnaň bolýar. Her bir ugruň artykmaçlyklary we ýetmezçilikleri bardyr (2-nji tablisa).

Poçta arkaly iberilýän sowalnamalar az çykadajly köp möçberde maglumaty ýygnamak üçin ulanyp bolýar. Respondentler düzgün bolşy ýaly, şahsy häsiýetli soraglara aç-açan jogap berýärler, şolar ýaly soraglara nätanys interwýuer bilen gürründeşlikde ýa-da telefon arkaly olar jogap bermäge ýaýdanýarlar. Mundan başga-da, sorag-jogabyň şolar ýaly usulynda interwýuer respondente hiç hili täsir edip bilmeýär. Ýöne poçta arkaly iberilýän sowalnamalaryň ýetmezçiligi hem bar, ýagny interwýuer öňki soraglaryň jogaplaryna baglylykda soraglaryň tertibini, beýan edilişini üýtgedip bilmeýär. Poçta arkaly sorag-jogaplar köp wagty alýar, alyjylaryň täsiriniň derejesi, ýagny doldurylan sowalnamalary yzyna gaýtaran adamlaryň sany, köplenç, az bolýar. Mundan başga-da, marketing derňewler boýunça hünärmen respondentleriň saýlanyp alnysyna ýeterlik derejede gözegçilik edip bilmeýär. Sowalnama gowy düzülen bolsa-da, şol salgyda ýaşayan şahsyýetleriň haýsysynyň soraglara jogap berendigini kesgitlemeklik kyn.

2-nji tablisa

**Auditoriýa bilen gatnaşyklaryň dürli usullarynyň artykmaçlyklary we ýetmezçilikleri**

	Poçta	Telefon	Şahsy galtaşma	Internet arkaly sorag-jogap
1.Çeýeligi	pes	ýagşy	örän oňat	ýagşy
2.Alynýan maglumatyň möçberi	ýagşy	kanagat-lanarly	örän oňat	ýagşy
3.Interwýueriň täsiriniň gözegçiligi	örän oňat	kanagat-lanarly	pes	kanagat-lanarly
4.Saýlanan toparyň gözegçiligi	kanagat-lanarly	örän oňat	kanagat-lanarly	pes
5. Maglumaty ýygnamagyň tizligi	pes	örän oňat	ýagşy	örän oňat
6. Alyjylaryň täsiriniň derejesi	pes	ýagşy	ýagşy	ýagşy
7. Gymmaty	ýagşy	kanagat-lanarly	pes	örän oňat

*Telefon boýunça söhbetdeşlik (interwýusi)* – maglumaty tiz ýygnamagyň iň gowy usuly bolup, poçta sowalnamalara görä uly çeyeligi üpjün edýär. Interwýuer berilýän jogaplara baglylykda käbir soraglary düşündirip, käbirlerini aýryp, käbirleriniň üstünde ünsüni jemläp bilýär. Täsiriniň derejesi, düzgün bolşy ýaly, poçta sowalnamalara görä ýokary hem-de telefon interwýusi saýlanan topara gowy gözegçilik etmäge mümkinçilik berýär. Interwýuer haýsy görnüşli respondentiniň özüni gyzyklandyrýandygyny ýa-da gürründeşlik geçirjek bolýan anyk adamy aýdyp bilýär.

Ýöne telefon interwýusi, poçta arkaly iberilýän sowalnamalara garanynda gymmat düşýär. Şeýle hem adamlar şahsy häsiýetli sowallary interwýuer bilen maslahatlaşmaga hemişe isleg bildirmeyärler. Respondentlere interwýueriniň şahsyýeti, ýagny onuň gürlüşi, sorag berşi, hatda sesiniň tembri hem täsir edýär. Ahyrsoňy, dürli interwýuerler toplanan jogaplary dürli görnüşde ýazýarlar we görkezýärler; wagty tygşytlamak üçin wyždansyz interwýuerler aldaw-hilä ýüz urýarlar – hiç hili sowallary bermän, özleri jogaplary tapýarlar.

*Şahsy interwýu* iki görnüşde bolýar – indiividual we toparlaýyn. *Indiividual interwýu* adamlar bilen olaryň öýlerinde ýa-da işinde, köçede ýa-da dükanda guralan söhbetdeşlikdir. Munuň özi sorag-jogabyň çeyje usulydyr. Tejribeli interwýuerler respondente söhbetdeşlik temasyndan gysarmaga mümkinçilik bermeýärler we çylşyrymly sowallary aýdyňlaşdyrmaga kömek edýärler. Olar söhbetdeşlige ýolbaşçylyk edýärler, ýagdaýa görä käbir temalary gozgap, käbir temalardan gaça durýarlar. Olar respondentlere harytlary, mahabaty ýa-da gaplary görkezip, olaryň täsirlerini belläp bilýärler. Ýöne şahsy interwýu telefon interwýusine görä 3-4 esse gymmat düşýär.

*Toparlaýyn interwýu* üçin 6-10 sany adam ýörite söhbetdeşlik guraýjy – moderator bilen haryt, hyzmat ýa-da kärhana barada birnäçe sagatlyk söhbetdeşlige çagyrylýar. Sarp edilen wagtyň öwezini doldurmak üçin, adatça, respondentlere sähelçe pul tölenilýär. Düzgüne görä söhbetdeşlik ýakymly ýagdaýda geçmeli, onuň resmi däl häsiýetini görkezmek üçin çagyrylan adamlara

sowuk içgiler hödürülenip bilner. Moderator tema berip, interwýuniň gatnaşyjylarynyň arasynda pikirleriň erkin we ýönekeý çalşygyny höweslendirýär; moderatoryň öňünde duran mesele gatnaşyjylaryň öz hakyky duýgularyny we pikirlerini aýtmaklygyny gazanmakdan ybaratdyr. Şol bir wagtyň özünde hem moderator respondentlere söhbetdeşligiň temasyndan daşlaşmaga mümkinçilik bermeýär. Ol respondentleriň ünsüni interwýuniň temasynda jemleýär – şonuň üçin interwýuniň bu görnüşi jemlenen (fokusirlenen) toparlaýyn interwýu diýlip hem atlandyrylýar. Aýdylan zatlar ýazylyp, soňra öwrenilýär.

Fokusirlenen toparlaýyn interwýu marketing derňewleriň iň giňden ýaýran usuly boldy, sebäbi ol başga usullara göre sarp edijileriň duýgularyny we pikirlerini düşünmäge gowy mümkinçilik berýär. Ýöne şu görnüşli interwýu saýlanan toparyň kiçi göterimini berýär we sarp edilen wagty we serişdeleri delillendirmek saýlanan toparyň çäkligi sebäpli netijeleri umumylaşdyrmaga kyn bolýar. Indiwiidual interwýuniň gidişinde uly orun alyp baryja degişli bolansoň, ilkinji bolup respondentlere onuň täsir edişiniň meselesi ýüze çykýar.

Häzirki zaman aragatnaşyk tehnologiýalary fokusirlenen toparlaýyn interwýuleri geçirmegiň usullaryny üýtgetdiler (wideo-konferensiýalar, uzak aralykdan dolandyrylýan wideokameralar, sanly maglumatlary (sifrowaýa) ibermek we başgalar).

Internetiň meşhurlygynyň artyşy marketing derňewlerini geçirmek üçin täze mümkinçilikleri açýar. Marketing boýunça hünärmenler ilkinji maglumatlary, köplenç, halatlarda, interaktiw marketing derňewleriň – Internet arkaly sorag-jogaplaryň we interaktiw toparlaýyn fokusirlenen interwýuleriň kömegi bilen alyp bilýärler.

Kompýuter we kommunikasiýon tilsimatlaryň kämilleşdirilişi maglumatlary almagyň usullaryny gaty üýtgetdi. Meselem, häzirki wagtda marketing derňewlerini geçirýän kompaniýalaryň köpüsi telefon arkaly sorag-jogaby kompýuteriň kömegi bilen geçirýärler (Computer Assistant Telephone Interviewing – CATI). Ýokary hünärlü interwýuerler ýurduň islendik künjeginde ýaşayan, çen bilen saýlanan telefon belgileri boýunça respondentlere jaň edýärler. Egerde respondent sorag-jogaba gatnaşjak diýip razylaşsa, interwýuer gös-göni ekrandan soraglary berip, jogaplary kompýutere ýazýar.

Käbir kompaniýalar kompýuter interwýuleri ulanýarlar: respondent kompýuteriň ekranyndan soraglary okap, jogaplary ýazýar. Kompýuterleri marketing derňewleri geçirilýän merkezlerde, sergi geçirilýän merkezlerde, söwda merkezlerinde, kiçiräk dükanada ýerleşdirilýär. Meselem, Boston Market, müşderileriň seslenmelerini almak üçin öz restoranlarynda sensorly ekranly kompýuterleri ulanýar. Marketing derňewleri boýunça käbir hünärmenler fokusirlenen interwýuleri geçirýärler. Soňky wagt doly awtomatlaşdyrylan telefonda sorag-jogap ulgamy ulanylýar (Completely Automated Telephone Surveys – CATS), haçanda plýonka ýazylan ses soraglary berip, respondentler knopkaly telefonyň panelindäki sifirlere basyp, jogap berýärler.

### *Saýlanan toparý düzmek*

Marketing boýunça hünärmenler sarp edijileriň uly toparlary barada saýlanan toparlar diýip atlandyrylýan sarp edijileriň kiçiräk toparlaryny öwrenip, alnan maglumatlaryň esasynda netijeleri çykarýarlar. Saýlanan topar – ilatyň bir bölegi bolup, umuman ilatyň islegini görkezip biler ýaly saýlanylýar. Saýlanan topar wekilçilikli bolup, ondan galan täsirleriň öwrenilişi bütin ilatyň pikirine we özüni alyp barşyna düşünmäge marketing derňewleri boýunça hünärmenlere mümkinçilik bermeli. Saýlanan topar düzülende üç sany sowala jogap bermeli. Birinjiden, kim bilen sorag-jogap geçirmeli (saýlanan toparýň birligine kimleri goşmaly?). Bu sowala jogap hemişe düşnükli. Meselem, maşgala ulagyny satyn almak barada çözügüt kabul etmek prosesi öwrenilende marketing derňewler boýunça hünärmen kimden soramaly. Adamsy, aýaly, maşgalanyň başga agzalary, awtomobil salonyň satyjylaryndan ýa-da hemmesinden? Şonuň üçin marketing derňewler boýunça hünärmen oňa haýsy maglumatlar zerurdygyny we ony kimden alyp bolýandygyny ilki bilen kesgitlemeli.

Ikinjiden, näçe adamdan soramaly (saýlanan toparýň ululygy nähili?). Saýlanan toparýň möçberi näçe uly bolsa, şonça-da netijeler dogry bolýar. Ýöne ygtybarly maglumatlary almak üçin saýlanan topar bütin maksatly bazary ýa-da onuň ýarysyny goşmaklyk zerur däl. Eger-de saýlanan topar dogry düzülen bolsa, onda ilatyň 1%-den az möçberde hem dogry netijeleri alyp bolýar.

Üçünjiden, adamlary söhbetdeşlik üçin haýsy talaplar boýunça saýlamaly (saýlanan toparyň düzümi nähili bolar?). Saýlanan toparyň dürli görnüşleri mälimdir (3-nji tablisa).

3-nji tablisa

### Saýlanan toparyň görnüşleri

<b>Bolup biläýjek saýlanan topar</b>	
Ýönekeý tötänleýin saýlanan topar	Saýlanan topara islendik adam goşulyp biler
Toparlara bölünen tötänleýin saýlanan topar	Ilaty kesişmeýän toparlara (meselem, ýaşy boýunça) bölmeli we her toparda ýönekeý tötänleýin saýlanan topar geçirilýär
Klasternaýa saýlanan topar	Ilaty kesişmeýän toparlara (meselem, şäheriň etraplary boýunça) bölmeli we marketing derňewler boýunça hünärmen şol toparlardan adamlary saýlamaly
<b>Şertlendirilen (determenirlenen) saýlanan topar</b>	
Ynamly saýlanan topar	Maglumat ýygnamak üçin marketing derňewler boýunça hünärmen zerur maglumatlary aňsat alyp boljak ilatyň wekillerini saýlaýar.
Şertli tötänleýin saýlanan topar	Marketing derňewleri boýunça hünärmen özüniň pikirlerine esaslanyp, has dogry netijeleri üpjün edip biljek adamlary saýlaýar.
Proporsional (deň ölçegli) saýlanan topar	Marketing derňewler boýunça hünärmen her topardan bellibir möçberde adamlary tapyp sorag-jogap geçirýär.

*Bolup biläýjek saýlanan topar* ulanylanda islendik adamyň saýlanan topara düşmäge mümkinçiligi bar, marketing derňewler boýunça hünärmen bolsa saýlanan topar ýalňyşlygyny hasaplap bilýär. Ýöne bolup biläýjek saýlanan topar gymmat durýar, onuň netijelerini işlemek üçin köp wagt zerur bolýar, şonuň üçin ýalňyşlygy

kesgitlemäge mümkinçilik bolmasa marketing boýunça hünärmenler determenirlenen saýlanan topara ýuzlenýärler. Haçanda saýlanan topar düzülende iki ugruň ulanylmagyny: dürli maliýe we wagt çykdajylaryny talap edýär. Mundan başga-da, olar takyklygyň dürli derejelerini we statistiki maglumatlary berýärler. Usulyň saýlawy her bir takyk derňewiň zerurlyklary bilen kesgitlenilýär.

### *Marketing derňewleriň gurallary*

Ilkinji maglumatlar ýygnalanda marketing derňewler boýunça hünärmen marketing derňewleriň iki esasy gurallaryndan: sowalnamadan (anketadan) ýa-da mehaniki gurallardan – birini saýlap bilýär. Sowalnama iň giň ýaýran gural bolup, ol ýokary derejedäki çeýeligi üpjün edýändir, ýagny sowallary bermäge köp dürli usullar ulanylýar. Sowalnamany gowy işlemeli hem-de testirmeli, ana, diňe şondan soňra ony giň möçberde ulanyp bolýar. Gowy düzülmedik sowalnamalarda birnäçe görnüşdäki ýalňyşlar ýüze çykýar.

Sowalnama taýýarlanýan prosesde marketing derňewler boýunça hünärmen haýsy sowallary bermelidigini birinji nobatda kesgitlemelidir. Köplenç, sowalnamalarda berilmeli sowallary ýok, emma jogap berip bolmaýan, hiç kim jogap beresi gelmeýän, jogap bermäge zerurlygy bolmadyk soraglar köp bolýar. Marketing derňewleriň bähbidi sebäpli şu sowallaryň peýdaly boljakdygyny kesgitlemek barada gowy pikirlenmelidir.

Sowallary nähili görnüşde berlişi wajypdyr. Marketing boýunça hünärmenler ýapyk we açyk görnüşli sowallaryň aratapawudyny düşünmelidir. Ýapyk görnüşli sowallar jogaplaryň ähli bolup biljek görnüşlerini görkezýärler, respondent şolaryň birini saýlamaly. Açyk görnüşli sowala respondent jogaby özi görkezmeli. Meselem, «Türkmenhowaýollary» agentligi öz ýolagçylaryndan sorag-jogap geçirende şeýle sowaly berip bilýär, ýagny «Türkmenhowaýollary» agentligi barada siziň pikiriňiz?». Ýa-da respondentlere sözlemi gutaryň diýip haýyş edip bilýär. Şular ýaly we başga-da açyk görnüşli sowallar ýapyk görnüşli sowallara görä köp maglumaty ýüze çykarýarlar, sebäbi respondentleriň jogaplary çäklendirilmedik. Açyk görnüşli sowallary teswirli derňewlerde ulanýarlar, ýagny marketing derňewler boýunça hünärmeni näçe adam şeýle pikir edýär diýen sorag gyzyklandyrman, eýsem, adamlardaky pikir umumy bilesi

gelyär. Beýleki tarapdan, ýapyk görnüşli sowallar maglumatlary görkezmäge we tablisalary jemlemäge aňsat boljak maglumatlary almaga mümkinçilik berýär.

Marketing derňewler boýunça hünärmenler sowallaryň beýän edilişine we tertibine üns bermeli. Sowallar ýönekeý, düşnükli bolmalydyr ýöne dürli manyda bolmaly dälidirler. Mundan başga-da, sowallary logiki tertipde ýerleşdirmeli. Birinji sowl respondentini gyzyklandyrmaly, kyn we şahsy sowallary bolsa soňuna goýmaly. Ýogsam respondent çetleşip, gysga ýa-da nädogry jogaplary berip biler.

Süýt önümleriniň bazaryny derňemek üçin Sowalnamany düzüp, Siziň dykgatyňyza ýetirýäris.

Hormatly ýoldaş!

Şu sowalnamada görkezilen sowallara jogap bermegiňizi hem-de soňra bize gowşurmagyňyzy Sizden haýyş edýäris! Biziň sowallarymyza berjek jogaplaryňyzy süýt önümlerine bolan ilatyň islegini öwrenmäge kömek etjekdigini Size ýatladýarys. Şonuň üçin hem şu işe paýhasly çemeleşmegiňizi haýyş edýäris.

## SOWALNAMA

*1. Süýt önümlerini sarp edýärsiňizmi?*

- a) hawa,
- b) ýok,

*2. Siz haýsy süýt önümlerini sarp edýärsiňiz?*

- a) süýt konserwalar – gury süýt, goýaldylan süýt;
- b) gatyk önümler – berhizlik gatyk önümler (goýy gatyklar, asidofil önümler, garym-gatym turşadylan önümler – gatyk, gymyz), uýadylan gaýmak, dorag we dorag önümler;
- ç) doňdurma;
- d) mesge;
- e) peýnirler – gaty, ýarymgaty, ýumşak, şerebeli, ereme, süýt-turşy;
- ä) süýt, gaýmak.



3. Süýt önümlerini Siz nireden satyn alýarsyňyz?

4. Süýt önümlerini satyn aljak bolanyňyzda ilkinji bolup, süýt önümlerini öndürýän haýsy kärhana ýadyňyza düşýär?

- a) «Süýt» Paýdarlar Jemgyýeti,
- b) «Altyn halka» Döwlet kärhanasy,
- ç) beýlekiler.

5. Ýurdumyzda öndürilýän süýt önümleriniň assortimenti Siziň göwnüňize ýaraýarmy?

- a) hawa,
- b) ýok,

6. Haýsy süýt önümleriniň öndürilişini ýola goýmaly?

7. Süýt önümleri barada maglumatlary nireden alýarsyňyz?

- a) gazet- žurnallar,
- b) radio,
- ç) maşgala/dostlar,
- d) TV,
- e) başga çeşmelerden.

8. Ýurdumyzda öndürilýän süýt önümleriniň hili nähili derejede:

- a) ýokary,
- b) pes.

Eger-de iki jogabam gabat gelýän bolsa, jogaplaryň ýanynda süýt önümleriniň görnüşlerini we olaryň öndürijilerini görkezmegiňizi haýyş edýäris.

9. Ýurdumyzda öndürilýän süýt önümleriniň nyrlary elýetermi?

- a) hawa,
- b) ýok.

Eger-de iki jogabam gabat gelýän bolsa, jogaplaryň ýanynda süýt önümleriniň görnüşlerini we olaryň öndürijilerini görkezmegiňizi haýyş edýäris.

10. Süýt önümleriniň satyn alnyşynyň ýygylgy

- a) her gün,
- b) günaşa,
- ç) hepdede bir gezek,
- d)

11. Süýt önümlerini satyn alanyňyzda haýsy esasy wajyp kriteriýalary (talaplary) hasaba alýarsyňyz?

12. Özüňiz barada käbir soraglara jogap bermegiňizi haýyş edýäris:

- a) ýaşaýyňyz,
- b) jynsyňyz,
- ç) meşgullanýan işiňiz,
- d) maşgala ululygy.

Goşmaça teklpleriňiz ýa-da bellikleriňiz bar bolsa, görkezmeğiňizi sizden haýyş edýäris.

**Maglumat ýygnamaga ýardam bereniňiz üçin minnetdar!**

Sowalnamalar marketing derňewleriň iň giňden ýaýran guruly bolsa-da, mehaniki gurallar hem, köplenç, ulanylýar. Adamyň fiziologiki täsirlerini ölçeyän enjamlary düzýän mehaniki gurallaryň başga toparyna seredip geçeliň (audimetr we skaner barada ýokarda aýdyldy). Meselem, galwanometr suratlar, mahabat ýaly dürli gyjyndyryjylara adamyň duýgularyny ýa-da gyzyklanan derejesini ölçemäge kömek edýär. Mundan başga-da, galwanometr duýgunyň döremegi bir wagtda döreyän az möçberdäki derlemäni belleýär. Tahistoskop atly enjam respondente gysga wagtyň, ýagny birnäçe sekundyň dowamynda mahabat bildirişini görkezýär. Her bir görkezilen pursatdan soňra respondent görüp we ýadyna alyp ýetişen zatlaryny teswirleýär. Ýörite enjam göz hereketini ýazmak üçin ulanylýar, onuň kömegi bilen respondentiniň ilki bilen nämä üns berýändigini we suratyň haýsy böleklerinde nazaryny egleýändigini kesgitlenilýär.

*Marketing derňewiň meýilnamasyny görkezmek*

Bu tapgyrda marketing derňewler boýunça hünärmen ýazmaça görnüşde meýilnamany görkezmeli. Munuň özi marketing derňewiniň taslamasy uly we çylşyrymly bolsa ýa-da marketing derňewini başga kompaniýalar geçirýän bolsa has-da wajypdyr. Meýilnamada çözülmeli meseleler anyk görkezilmeli, ýagny marketing derňewleriň maksatlaryny, ikinji we birinji derejeli çeşmeleri, alynmaly maglumatlar hem-de kärhana üçin wajyp çözümleri kabul etmekde alnan netijeleri ulanmagyň mümkinçiliklerini görkezmeli. Şol ýerde

marketing derñewiň gymmaty görkezilmeli. Ýazmaça meýilnama we teklipler marketing boýunça menejeriň hem marketing derñewler boýunça hünärmeniň marketing derñewiň ähli jähtlerini hasaba alandygyny, derñewiň haýsy maksat hem-de nähili geçiriljekdigi barada ylalaşyga gelenligi barada görkezýär.

#### *Marketing derñewiň meýilnamasynyň amala aşyrylyşy*

Soňra marketing derñewler boýunça hünärmen marketing derñewiniň meýilnamasyny amala aşyryp başlaýar. Bu tapgyrda maglumat ýygnaýar, işlenilýär we seljerilýär. Maglumaty kärhananyň hünärmenleri ýa-da garaşsyz firmalar ýygnaýar. Birinji ýagdaýda kärhana maglumat ýygnamak işine gowy gözegçilik edýär we has ýokary hilli maglumat alýar. Ýöne maglumat ýygnamakda ýöriteleşen garaşsyz kompaniýalar bu işi tiz we arzan ýerine ýetirýärler.

Maglumatlary saýlamak tapgyry – marketing derñewiň iň gymmat bölegidir. Şu tapgyrda iň köp ýalňyş göýberilýär. Marketing derñewler boýunça hünärmene işiň gidişine üns bilen syn etmeli, marketing derñewiň meýilnamasyna laýyklykda geçirilişine gözegçilik etmeli we eger-de respondentleriň sowallara jogap beresleri gelmese, sapalak-supalak ýa-da hakykatdan daş düşýän jogaplary berseler, interwýuerler ýalňyşlyk göýberseler ýa-da sowallary taşlap geçseler işiň gidişine gözegçilik edip, wagtynda düzetmäge çalyşmalydyr.

Wajyp maglumatlary ýüze çykarmak üçin marketing derñewleri boýunça hünärmen ýygnaýan maglumatlary işlemeli we seljermeli. Mundan başga-da, marketing derñewleri boýunça hünärmen sowalnamalaryň sowallaryna jogaplaryň ygtybarlylygyny we doldurylyşynyň dogrulygyny barlamaly, soňra olary kompýuterde işlemek üçin kodlamaly. Soňra marketing derñewler boýunça hünärmen tablisalar görnüşde netijeleri we başga statistiki görkezijileri görkezýärler, orta ähmiýetleri hasaplaýarlar.

#### *Netijeleri düşündirmek we görkezmek*

Bu tapgyrda marketing derñewler boýunça alnan netijeleri ulanyp, netijeleri çykarmaly we olar barada ýolbaşça habar bermeli. Ýolbaşça görkezilýän hasabatda sanlar we çylşyrymly statistiki maglumatlar aşa köp bolmaly däl. Alnan netijeleri wajyp çözümleri kabul edilende has peýdaly boljak görnüşde görkezmeli.

Marketing derňewler boýunça hünärmenler meýilnamalaşdyryş we marketing derňewleri amala aşyryş boýunça bilermenler bolup çykyş edýärler, şonuň üçin maglumatlary olar marketing boýunça menejerler bilen bile meşgullanmaly, sebäbi soňkular derňelýän meseleäniň manysyny hem kabul edilmeli çözümleriň maksadyny gowy düşünyärler. Köp ýagdaýlarda marketing derňewleriň netijelerini dürli-dürli görkezip bolýar, olaryň bilelikde ara alyp maslahatlaşdyrylyşy menejerlere we marketing derňewler boýunça hünärmenlere maksimal obýektiwilige ýetmäge mümkinçilik berýär. Menejer taslamanyň gowy derejede ýerine ýetirilişine we zerur hasaplamalaryň amala aşyrylandygyna ynanasy gelýär. Mümkin, netijeler bilen tanyşandan soňra menejeriň öňünde maglumatlar goşmaça işlenilenden soňra jogap berip boljak sowallar ýüze çykar. Ahyrsoňy, menejer ýeke-täk adam bolup, alnan netijeleriň esasynda haýsy hereketleri etmelidigi barada soňky çözüdi kabul edýär. Marketing derňewler boýunça hünärmen marketing boýunça menejere ähli maglumatlary seretmeli diýip, olary täzededen seljerip we edilen netijeleri özbaşdak barlar ýaly tabşyryp bilýär.

Netijeleri görkezmeklik – marketing prosesiniň wajyp tapgyry, eger-de menejer marketing derňewler boýunça hünärmeniň netijelerini ýalňyş görkezse iň gowy marketing derňewi peýdasyz bolup bilýär. Mundan başga-da, menejer oňa hödürlenlen netijeleri nädogry görkezmäge ukyply – her bir adam onuň çaklamalary bilen deň gelýän netijeleri has hakyky diýip hasaplamaga meýilli we garaşylmadyk ýa-da gabat gelmeýän netijelere gözünü ýumup bilýär. Şonuň üçin alnan netijeler görkezilende marketing boýunça menejer we marketing derňewler boýunça hünärmen ýakyn gatnaşykda işlemeli, marketing derňewiň prosesine hem ondan soňra kabul edilen çözümlere jogapkärçiligi özüne almaly.

#### *Marketing derňewiniň beýleki jähtleri*

Kiçi işewürlükde we täjirçilik däl guramalarda marketing derňewleri.

Kiçi kompaniýalarda ýa-da täjirçilik däl guramalarda dolandyryjylaryň pikiri boýunça marketing derňewleri diňe uly býujetli bolan uly kompaniýalaryň bilermenleri geçirmäge mümkinçilik bar

diýip hasaplaýarlar. Emma marketing derňewleriň köp usullaryny kiçi kompaniýalarda az çykdajlary we resmi taýdan pes derejede şowly ulanyp bolýar.

Kiçi kompaniýalaryň we täjirçilik däl guramalaryň marketing derňewler boýunça hünärmenlere daş-töwereginde geçýän wakalara syn edip köp marketing maglumatlary alyp bilýärler. Meselem, bölek-satuw söwda bilen meşgullanýan kompaniýa awtoulag we ýolagçylaryň hereketiniň ýygylgyna baha berip, täze dükan üçin peýdaly ýer tapyp bilýär. Kärhananyň wekilleri bäsdeşleriň dükanlaryna baryp, olaryň assortimenti we nyrhлары bilen tanşyp bilýärler. Öz müşderilerini nähili kesgitlemeli? Haýsy sarp edijiler dürli wagtlarda dükanlara barýandygyna we olaryň näçedigine syn etmeli. Bäsdeşleriň mahabat işini ýerli köpçülikleýin habar beriş serişdelerinde bildirişlere gözegçilik edip baha berip bolýar.

Marketing boýunça menejer kiçi ölçegli ynamdar saýlanan toparýň esasynda resmi däl marketing derňewlerini geçirip bilýär. Çeperçilik muzeýiň direktory kiçiräk «fokusirlenen toparlaýyn interwýu» geçirip täze sergiler barada başlygyň pikirini bilip bilýär. Dükanlaryň satyjylary alyjylar bilen gürrüňleşip, keselhananyň işgärleri näsaglardan sorag-jogap geçirip köp maglumatlary alyp bilýärler. Restoranyň menejeri birnäçe telefon belgileri alyp, müşderilerden olar haýsy restoranalara barýandygyny, göwünlerine ýaraýan we ýaramaýan zatlary sorap boş wagtyňy peýdaly ulanyp bilýär. Mundan başga-da, menejerler ýönekeý eksperimentleri geçirip bilýärler. Meselem, meýletin barada haýyş bilen hatlaryň tematikasyny çalşyp we netijelere syn edip, täjirçilik däl guramanyň menejeri haýsy marketing strategiýasy gowy hereket edýändigini bilip bilýär. Gazetlerde ýerleşdirilýän bildirişleri üýtgedip, dükan müdiri mahabatyň ululygy we ýerleşşi, ýeňilliklere hukuk berýän şondaky kuponlaryň barlygy ýa-da ýoklugy, bildirişi çykarýan neşiriň häsiýetnamasy ýaly ýagdaýlaryň täsir ediş netijeliligini kesgitlep bilýär.

Kiçi kärhanalar uly kompaniýalaryň ygtyýarynda bolan islendik ikinji derejeli maglumaty alyp bilýärler. Mundan başga-da, kiçi işewürlige kömek edýän köp assosiasiyalar, ýerli habar beriş seriş-

deler, söwda palatalar we döwlet gulluklar bar. Meselem, *ABŞ*-nyň kiçi firmalaryň işi boýunça dolandyryjy edara dürli soraglar boýunça maslahatlary görkezýän, ýagny kärhanany döretmekden başlap, maliýeleşdiriş soraglar, kärhanany ulaltmak we wizitnyýe kartoçkalary sargyt etmek ýaly soraglara çenli görkezýän mugt neşirleri hödürleýär. (Şoňa meňzeş maglumatlary *ABŞ*-nyň kiçi firmalaryň işleri boýunça dolandyryjy edaranyň **Web**-sahypasynda [www.sbaonline.sba.gov/](http://www.sbaonline.sba.gov/) salgyda tapyp bolýar). *ABŞ*-nyň ýerli gazetlerinde alyjylar we olaryň sarp ediş gurluşy barada maglumat çap edilýär. Biziň ýurdumyzda şu mesele barada aýdanymyzda Kiçi we orta telekeçiligi döwlet tarapyndan goldamak hakyndaky Türkmenistanyň Kanuny kabul edildi. Şol kanunda kiçi we orta telekeçiligi döwlet tarapyndan goldamagyň esasy ýorelgeleri we formalary, kiçi we orta telekeçiligiň subýektleri, kiçi we orta telekeçiligiň sferasynda döwlet kadalaşdyrylyşy, kiçi we orta telekeçiligi döwlet tarapyndan goldamagyň esasy ugurlary, kiçi we orta telekeçiligi maliýeleşdirilişi, döwlet hem welaýat maksatnamalar, gümrük ýeňillikleri, kiçi hem-de orta telekeçiligiň subýektleriniň döwlet tarapyndan harytlar (işler, hyzmatlar) satyn alnanda gatnaşygy, bäsdeşligiň ösüşi, monopoliýa garşy işler, kiçi we orta telekeçiligiň subýektleriniň işiniň hukuk taýdan goralýşynyň kepilleri görkezilen. Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedowyň «Türkmenistanyň ykdysady strategiýasy: halka daýanyp, halkyň hatyrasyna» diýen işinde şeýle bellenýär, ýagny: «Döwlete degişli bolmadyk ulgamyň jemi içerki önüme goşandyny 2020-nji ýylda 70%-e çenli artdyrmak (*ÝET* hasaba alynmanda) wezipe edilip goýuldy. Bu wezipäni durmuşa geçirmek üçin diňe döwlet tarapyndan hususy kompaniýalar bilen baglaşylýan şertnamalar esasynda dörän hyzmatdaşlygy giňeltmek bilen çäklenmän, eýsem, bu hyzmatdaşlyk ýurdy ösdürmäge niýetlenen maksatnamalary durmuşa geçirmekde kanunçylyk we guramaçylyk babatda hem ysnyşykly bolmalydyr. Bu ugurda eýýäm öňegidişlik gazanyldy» diýip Hormatly Prezidentimiz ýokarky görkezilen Kanuny belläp geçdi.

Netijede, kiçi býujetli kiçi kärhanalar ikinji derejeli maglumatlary, syn etmek sorag-jogap we eksperiment ýaly usullary netijeli ulanyp bilýärler. Marketing derňewleriň bu usullarynyň ýönekeýli-

gine we arzanlygyna garamazdan, olaryň geçirilişine maksimal yhlaslylyk bilen garamaly. Marketing boýunça hünärmen derňewiň maksatlaryny anyk kesgitlemeli, sowallaryň üstünde öňünden pikirlenmeli, saýlanan toparlaryň kiçi ölçegleri we marketing derňewler boýunça hünärmenleriň otnositel pes başarjaňlyk bilen çagyrylan ýalňyşlyklary hasaba almaly, zerur anyklamalary girizmek üçin goşmaça eksperimentleri geçirmeli, marketing derňewleri mümkin boldugyça ulgamlayyn geçirmeli.

#### *Halkara marketing derňewi*

Marketing derňewler boýunça hünärmenler halkara derejesinde edil ýurduň içindäki kärdeşler ýaly işleýärler, ýagny meseläni kesgitlemekden, derňewiň meýilnamasyny işläp düzmekden başlaýarlar. Ýöne halkara marketing derňewleri boýunça hünärmenler, köplenç, dürli we garaşylmadyk meseleler bilen yüzbe-yüz bolýarlar. Ýurduň içinde işleýän hünärmenler birmeňzeş bazar bilen işleýärler. Halkara derejede näçe ýurt bolsa, sonça-da bazarlar bolýar. Bu bazarlar ýurtlaryň ykdysady ösüşiniň derejesi, medeniýeti, döp-dessurlary we sarp ediş gurluşy boýunça tapawutlanýarlar.

Daşary ýurt bazarlaryň köpüsünde marketing derňewler boýunça hünärmenler ikinji derejeli maglumatlary gözläp, köp wagty sarp etmeli bolýarlar. *ABŞ*-da marketing derňewler boýunça hünärmenler şular ýaly maglumatlary onlarça milli derňew gulluklardan alyp bilýärler, başga ýurtlaryň köpüsünde şular ýaly iş bilen meşgullanýan guramalar hem ýok. Käbir uly halkara derňew gulluklar köp ýurtlarda işleýärler. Meselem, marketing derňewler boýunça dünýäde uly kompaniýa *A.C.Nielsen* 90 ýurtda öz wekilhanalaryny işledýär. Bütin dünýäde marketing derňewlerde ýöriteleşdirilen 25 sany uly kompaniýalar işleýärler.

Ikinji derejeli maglumatlaryň ygtybarly çeşmeleriniň ýetmezçiligi sebäpli halkara derňewler boýunça hünärmenler birinji derejeli maglumatlary ýygnamaly bolýarlar. Şonda dürli meseleler bilen hünärmenler duş gelýärler. Meselem, gowy hilli saýlanan toparty hemişe düzüp bolmaýar. Saýlanan toparty düzmek üçin, adaty bolşy ýaly, telefon maglumatnamalar, ilatyň ýazgylarynyň maglumatlary we islendik durmuş-ykdysady maglumatlaryň başga çeşmeleri ulanylýar. Ýöne köp ýurtlarda şular ýaly maglumaty almak kyn bolýar.

Marketing derňewler boýunça hünärmen saýlanan toparý düzenden soňra köp respondentler bilen telefon, poçta arkaly gös-göni aragatnaşyk gurap bilýär. Käbir ýurtlarda munuň özi aňsat däl. Meksikada maglumat ýygnalanda telefon we poçta arkaly sorag-jogaplary alyp bolmaýar, maglumatlaryň köpüsini ýurduň üç-dört uly şäherlerinde şahsy sorag-jogap geçirip, alyp bolýar. Mundan başgada, Meksika boýunça demografiki maglumatlarda ilatyň uly bölegi, ýagny öz dilinde gürlýän we ispan dilini bilmeýän taýpalar barada maglumatlar ýok. Käbir ýurtlarda telefonlar az – Müsürde munň adama dört telefon, Türkiýede – alty, Argentinada – 32 telefon düşýär. Käbir ýurtlarda poçta gullugy ygtybarly däl. Meselem, Braziliýada poçtanyň 30%-i adresatlara ýetmeýär. Ösüp barýan ýurtlaryň köpüsinde ýollaryň erbetligi sebäpli käbir etraplara barmaga kyn bolýar. Şol sebäpli şahsy interwýu geçirmäge çylşyrymly we gymmat bolýar.

Medeniýetdäki dürlülük halkara derňewlere goşmaça meseleleri girizýär. Inň uly mesele dil bilen baglanyşykly. Meselem, sowalnama bir dilde düzülýär, soňra ony marketing derňewleri geçirjek ýurduň diline terjime etmeli. Soňra jogaplary işlemek we seljermek üçin original diline täzedan terjime etmeli. Munuň özi goşmaça çykdaýjylary girizýär we ýalňyşlaryň göterimini köpeldýär.

Sowalnamalar bir dilden başga dile terjime edilende köp kynçylyklar ýüze çykýar. Köp sözler, idiomalar, aňlatmalar dürlü ýurtlarda dürlü manyly bolýarlar.

Harydy satyn almak barada çözüdi kabul ediş prosesde orunlar paýlananda, prosesinň özi ýaly dürlü ýurtlarda dürlü bolýar, şonuň üçin halkara marketing derňewini ol çylşyrymlaşdyrýar. Mundan başgada, dürlü ýurtlarda alyjylar olara sowallar berlende dürlü garaýarlar. Käbir ýurtlarda adamlar taýýarlyk bilen jogap berýärler, käbirleri tersine, interwýuden gaçýarlar. Meselem, käbir yslam ýurtlarynda döp boýunça adamlara daşary ýurtlular bilen gürlüşmäge gadagan – marketing derňewler boýunça hünärmen zenan-maşgala bilen telefon arkaly dürlü harytlara onuň gatnaşygy ýa-da alyp barşynyň aýratynlyklaryny ara alyp maslahatlaşmaga mümkinçilik bermeýär. Käbir ýurtlarda interwýunyň adaty sowallary örän şahsy hasaplanylýar. Meselem, Latyn Amerikanyň ýurtlarynyň köpüsünde adamlar



marketing derňewler boýunça hünärmenlere öz ulanýan şampuny, dezodoranty we şahsy gigiýenanyň başga predmetleri barada aýtmaga utanarlar. Ýöne respondent interwýuer bilen hyzmatdaşlyk etmäge islese-de, ol biliminiň pes derejesi zerarly sowallara jogap bermäge ýagdaýy bolmaýar.

Şu meselelere garamazdan, halkara marketingiň ösüşi halkara marketingiň derňewleriniň möçberiniň okgunly ulalmagyna getirdi. Transmilli kompaniýalaryň başga saýlawy ýok – olara şular ýaly derňewleri geçirmek zerur. Edilýän çykdaýlary ýokarlygyna garamazdan, wagtynda geçirilmedik derňewleriň pul ýitgileri ýokary bolup bilerler. Marketing derňewler bilen baglanyşykly köp meseleler wagtynda ýüze çykarylsa, aýyrmaga ýeňil bolýar.

#### *Marketing derňewlerinde durmuş-etiki kadalary*

Marketing derňewleriň köpüsi hem olary geçirýän kompaniýalara, hem alyjylara peýda getirýärler. Marketing derňewleriň netijesinde kärhanalar alyjylaryň zerurlyklary bilen tanşyp, has ýokary hilli harytlary we hyzmatlary hödürläp bilýärler. Emma marketing derňewleriň nädogry geçirilişi alyjylara zyýan ýetirip gyjyndyryp bilýär. Jemgyýetiň bähbitlerine we ahlak kadalaryna çapraz gelýän iki esasy jähtler – munuň özi sarp edijiniň şahsy durmuşyna bideplik bilen gatşmak we ondan alnan maglumatlary edepsiz ulanmakdyr.

#### *Alyjynyň şahsy durmuşyna bideplik bilen gatşmak*

Alyjylarynyň köpüsi marketing derňewlere oňyn garaýarlar we olar peýda getirýärler diýip hasap edýärler. Käbirler interwýunyň sowallaryna jogap berip we öz pikirini aýdyp lezzet alýarlar. Emma sarp edijileriň uly topary marketing derňewler boýunça hünärmenler kesgir (ýiti) usulyýetleriň kömegi bilen olaryň gizlin duýgularyny mekirlilik bilen ulanyp, dürli harytlary satyn almaga mejbur ederler diýip pikir edýärler. Käbirler «derňew sorag-jogaplarda» gatnaşmagyň ters tejribesiniň täsirinde bolup, soňunda olara bellibir harydy satyn almaga synanyşmak bilen gutarýardylar. Käbir alyjylar marketing derňewleriň adaty usullaryny ýalňyşlyk bilen telemarketing ýa-da maglumatlar binýadyny döretmekde synanyşyk ýaly kabul edýärler we sowallar berilmänkä «Ýok» diýip jogap berýärler. Ýöne alyjylaryň köpüsi marketing derňewleri özüniň şahsy durmuşyna goşulmaklyk

diýip hasaplaýarlar. Olar poçta we telefon arkaly sorag-jogaplary halamaýarlar, sebäbi olar köp wagty alýarlar, şahsy häsiýetli sowallara jogaplary talap edýärler ýa-da laýyk däl wagtda geçirýärler.

Alyjylar tarapyndan nägileligiň güýçlenmegi marketing boýunça hünärmenleriň hakyky meselesi bolup durýar. Bu ýigrenç alyjylaryň täsiriniň derejesiniň peselmegini ýüze çykarýar. Şu meseläni çözmek üçin marketing boýunça hünärmenler birnäçe çözümleri işläp taýýarladylar. Birinjiden, «Siziň pikiriňizi diňleýärler» atly telewizion gepleşigi döretmek, onuň maksady – marketing derňewleriň peýdalylygyny düşündirmek we hakyky derňew, telefon arkaly söwdadan hem maglumatlar binýadyny döretmekden tapawutlandyrmaga öwretmekdir. Ikinjiden, telefon arkaly mugt jaň edip geçirilýän marketing derňewiniň kanuna garşy dældigine göz ýetirmekdir. Ýörite kodeksi kabul etmek barada marketing derňewler boýunça hünärmenler pikirlenmeli, meselem, Ýewropada kabul edilen marketing we sosiologiki derňewleri geçirmegiň halkara kodeksiniň esasynda kabul edilse bolar. Bu kodeksde respondentleriň we jemgyýetiň öňündäki marketing derňewler boýunça hünärmenleriň jogapkärçiligi kesgitlenen. Meselem, marketing derňewler boýunça hünärmen respondentlere öz adyny, familiýasyny we guramanyň adyny aýtmalydygyny görkezilýär. Mundan başga-da, kärhanalara maglumatlar binýadyny döretmeklik, telemarketing ýa-da harytlary herekete getirmek boýunça çäreler ýaly işleri marketing derňewler diýip görkezmäge gadagan.

*Marketing derňewleriň netijesinde alnan maglumatlary edepsiz ulanmaklyk*

Marketing derňewler ynandyrmagyň güýçli guraly bolup bilýär – kärhanalary marketing derňewleriň netijelerini mahabatly we harytlary herekete getirmegiň usulyýetlerini işlap taýýarlamak üçin, köplenç, ulanýarlar. Ýöne häzirki wagtda marketing derňewleriň köpüsi başga maksatlar üçin ulanylýar. Käbir ýagdaýlarda marketing derňewi bellibir netijäni almak üçin meýilnamalaşdyrylandygy ýüze çykarylýar. Marketing derňewlerini sargyt edýänleriň käbirleri derňewleriň netijeleri görkezilende olary çalyşýarlar ýa-da faktlary ýoýýarlar. Ýagny saýlanan topar bilen sowallar saýlananda ýa-da

görkezilende azrak mekirlik edilse marketing derňewleriň netijesini radikal (uzul-kesil) täsir edip bilýär. Başga ýagdaýlarda bellibir netijelere gyzyklanýan kärhanalar garaşsyz marketing derňewine töleýärler. Başlangyç maglumatlarda ýa-da maglumatlar görkezilende kiçiräk üýtgemeler alnan netijä täsir edip bilerler.

Marketing derňewler jemgyýetçilik pikirini mekirlik edip boljakdygyna düşünişip, birnäçe gurama (Marketingiň Amerikan assosiasiyasy, Marketing derňewleriň assosiasiyasy we Sorag--jogap geçirmek bilen meşgullanýan amerikan guramalarynyň geňesi) birleşip, marketing derňewleriň moral-ahlak kodeksini we derňewleri geçirmegiň standartlaryny işläp taýýarladylar. Ýöne bidüzgün, nädogry gurlan derňewleriň geçirilişine we alnan maglumatlaryna baha berlişine jogap bermeli, sebäbi munuň özi diňe bir sarp edijileriň bähbitlerine däl-de, eýsem, kärhananyň öz bähbitlerine gerekli zerurlykdyr.

### **III BAP**

## **BAZARDA KÄRHANALARYŇ IŞINE TÄSIR EDÝÄN MAKROÝAGDAÝLARY DERŇEMEK**

Kärhananyň marketing gurşawy kärhananyň daşynda hereket edýän köp şahsyýetlerden hem güýçlerden ybarat bolup, olar marketing gullugyna maksatly sarp edijiler bilen peýdaly aragatnaşygy döretmäge we saklamaga täsir edýärler. Marketing gurşaw kärhananyň işi üçin hem mümkinçilikleri, hem howplulyklary döredip bilýär.

Marketing gurşawy mikroguşawa we makroguşawa bölüp bolýar. Mikroguşaw kärhana bilen göni gatnaşykda işleýän güýçler we şahsyýetler bolup, bilelikde kärhananyň sarp edijilik gymmatyny eltip bermekligiň ulgamyny döredýärler ýa-da öz maksatly sarp edijilerine kärhananyň hyzmat etmekliginiň ukyplylygyna täsir edýärler, kärhananyň özi, bäsdeşler, üpjün edijiler, dellallar, sarp edijiler we galtaşma toparlar. Makroguşaw has umumy daşky ýagdaýlar (demografiki, ykdysady, tebigy, tehnologi, syýasy we medeni) bilen görkezilen, bular kärhana we onuň mikroguşawyna uly

güýçler bolup täsir edýärler, olar kärhana üçin täze mümkinçilikleri ýa-da howpuň çeşmesini döredip bilýärler. Şu güýçleriň jemine makrogurşaw diýilýär.

### **3.1. Demografiki, ykdysady we tebigy ýagdaýlar**

#### ***Demografiki ýagdaý***

Demografiýa – ilaty onuň sany, dykyzlygy, ýerleşşi, ýaşı, jynslaryň, rasalaryň, meşgullanýan işleriň we başga gatnaşyklar nukdaýnazardan öwrenýär. Demografiki ýagdaý marketing boýunça hünärmenler üçin gyzyklanmanyň wajyp obýektini düzýär, sebäbi olar adamlar, adamlar bolsa – bazarlardyr.

Türkmenistanda kemala gelen zähmet bazarynyň zähmet resurslary bilen üpjünçilik derejesiniň ýokary bolmagy ýurdumyzda amatly demografiki ýagdaýyň emele gelenligine, şeýle-de durmuş häsiýetli özgertmeleriň üznüksiz durmuşa geçirilýänliginiň netijesidir. 2007-nji ýylyň 17-nji martynda «Durmuş üpjünçiligi hakynda» Türkmenistanyň Bitewi kanuny kabul edildi. Şol kanuna laýyklykda döwlet kömek pullarynyň täze görnüşleri girizildi. Çaganyň dogulmagy we onuň 3 ýaşa çenli terbiýelenmegi bilen baglanyşykly döwlet kömek pullarynyň täze görnüşleriniň döwlet tarapyndan maliýeleşdirilmegi ýurdumyzyň demografiki ýagdaýynyň has-da gowulanmagyna öz öňyn täsirini ýetirdi.

Dünýäniň ilaty tiz ösýär. Häzir ol 6 mlrd adam, 2025-nji ýylda 7,9 milliarda ýeter. *BMG*-niň ýurtlaryň ilaty boýunça fondunyň maglumatlaryna görä dünýäde 2050-nji ýylda 9 mlrd 191 mln 300 müň adam ýaşar. Dünýäde ilatyň basym ösüşi işewürlik üçin täze geljege ýol açýar. Ilatyň ösüşi – islegleriň ösüşini aňladýar, olary bolsa kanagatlandyrmaly. Meselem, Hytaý. Bu ýurtda demografiki partlama bolmaz ýaly hökümet çaga bolmaklygyň çäklendirmesi boýunça çäreleri gördi: Hytaý maşgalada diňe bir çaga bolmaly. Netijede, Hytaý çagalary lälük terbiýelenen – hytaýlylaryň özlere olara «kiçijik imperatorlar» diýýärler. Şeýle bir geň görmeli ýagdaý, bir çaga ejesi, kakasy, hem enesi, atasy, hem mamasy, babasy, hem daýzasy, daýysy seredýärler. Çagalalar isleýän zadyny alýarlar. Bu meýil köp

kompaniýalary gyzyklandyrdy, meselem, ýapon kompaniýa *Bandai*, Daniýanyň *Lego* we amerikan *Mattel* kompaniýalary hytaý bazaryny işjeň özleşdirýärler.

### ***Ykdysady ýagdaý***

Bazarlar bolar ýaly, diňe adamlar däl-de, alyjylyk ukyplylygy hem bolmalydyr. Ykdysady ýagdaý – sarp edijileriň alyjylyk ukyplylygyna we sarp edijilik gurluşyna täsir edýän ýagdaýlardan ybarat. Dürli ýurtlaryň adamlary öz girdejisiniň derejesi we ony ýerleşdirmegiň usuly boýunça güýçli tapawutlanýarlar. Sarp ediş ykdysadyýetli ýurtlar bar (diňe zerur islegleri kanagatlandyrýarlar) – öz senagatynyň we oba hojalygynyň öndürýän önümlerini sarp edýärler. Bu ýurtlar marketing boýunça hünärmenleri gyzyklandyrmaýarlar. Industrial ykdysadyýetli ýurtlar bar – olar dürli harytlaryň we hyzmatlaryň baý satuw bazarlaryny döredýärler. Marketing boýunça hünärmenler bazarlaryň esasy meýillerine we sarp edijilik çykdaýlaryň üýtgeýşine üns bilen gözegçilik etmeli.

### ***Tebigy ýagdaý***

Türkmenistanyň tebigy şertleri örän baýdyr – türkmen toprağynda diňe bir bugdaýyň, pagtanyň hem-de başga oba hojalyk ekinleriň ýokary hasyllaryny almak bilen çäklenmän, eýsem, türkmen subtropikleriň şertlerinde bagçylygy ösdürip, sitrus, zeýtuny ýetişdirmäge uly mümkinçilikler bar.

Tebigy ýagdaý tebigy resurslardan ybarat, ol önümçiligi çig mal bilen üpjün edýär. Soňky 25 ýyllykda jemgyýete daşky gurşawyň ýagdaýyna bolan alada köpeldi. Käbir analitikler 1990-njy ýyllary «Ýeriň onýylygy» diýip yglan etdiler, jemgyýet we öndürijiler üçin ekologiýa meseläni iň wajyp diýip bellediler. 2000-nji ýylda Ýeriň Günü diýen herekete 30 ýyl boldy. Dünýäniň köp şäherlerinde suwuň we howanyň hapalanşy howply möçberli boldy. Mundan başga-da, dünýäniň jemgyýetçiligine ozon gatlagynyň azalmagy we «parnikli effektiň» döremegi, ýagny klimatyň global ýylamagy aladany artdyrýar. Ýakyn wagtda biz öz önümçiliklerimiziň galyndylarynyň aşagynda galarys diýmäge hemme esaslar bar.

Marketing boýunça hünärmenler tebigy gurşawyň üýtgemeginde esasy meýiller barada bilmeli:

1. Çig malyň gorlarynyň azalmagy. Käbir alymlar-ekologlar suw we howa – gutarmajak tebigy resurslar ýaly göze görünýän bolsa-da, wagtyň geçmegi bilen olar azalar diýip hasaplaýarlar. Howanyň hapalanmagy eýýäm uly şäherleriň meselesi boldy, dünýäniň käbir sebitlerine suw ýetenok. Tüzelenýän resurslar, ýagny tokaý we azyk önümlerini hem aňly ulanmalydyr. Öz önümçiliginde agajy ulanýan kärhanalar topragy goramak üçin we geljekki nesillere tokaýy goýmak üçin agaçlary oturtmalydyr.

Ekologiýada 2-nji meýil – gurşawyň hapalanmagy. Islendik önümçilik daşky tebigy gurşawa zyýan ýetirýändir. Ynha birnäçe mesele – bular häzir çözülmegini talap edýär: himiki we ýadro galyndylary ýok etmek; dünýä ummanyň suwlarynda simabyň mukdarynyň howply derejesi; himiki maddalar bilen topragyň we ýmit önümleriniň hapalanmagy; biohimiki taýdan dargamaýan çüýşeleriň, plastmass gaplaryň we başga gaplaýjy materiallaryň daşky gurşawa düşmegi.

3-nji meýil – tebigy resurslaryň ulanmagynda gözegçilikde döwletiň ornunyň güýçlenmegi. Käbir ýurtlarda hökümetler daşky gurşawyň arassalygyny saklamak meselesine hersi özüçe seredýärler. Meselem, Germaniýada tebigatyň saklanmagyna güýçli göreş alyp barylýär. Senagaty ösüp barýän ýurtlaryň köpüsünde bolsa bu meselä üns berilenok, sebäbi pul serişdeler ýetmezçiligi bar we syýasy erkinligi ýok. Ýöne senagaty ösen ýurtlara hem dünýäde ekologiýa ýagdaýyny gowulandyrmak üçin çäreleriň ýeke-täk toplumyny işläp taýýarlamak üçin maliýe serişdeler we syýasy ylalaşyklyk ýetenok. Diňe bir umyt bar, ýagny bütin dünýäde işewürligiň durmuş jogapkärçiliginiň derejesini ýokarlandyrmak, arzan tehnologiýalary oýlap tapmak – bular hapalanmagyň derejesine gözegçilik etmäge we ony peseltmäge mümkinçilik berer.

Ozon gatlagyny goramak hakyndaky we Radiasiýa howpsuzlygy hakyndaky kabul edilen Türkmenistanyň kanunlary Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedowyň şu meselä üns berýändigini anyk görkezýär. Ozon gatlagyny goramak hakyndaky Türkmenistanyň kanuny ozon gatlagyny goramagyň hukuk, ykdysady we guramaçylyk esaslaryny, şeýle hem ozony dargadyan maddalar

bilen işleýän pudaklarda döwlet dolandyryşy we gözegçiligi kesgitleýär. Bu kanun ozon gatlagyny goramaga we dargamagynyň önüni almaga, ozon gatlagynyň dargamagy bilen çagyrylan adamyň saglygyny we daşky gurşawy amatly däl netijelerden goramak maksatlar bilen ony dikeltmäge gönükdirilen. Radiasiýa howpsuzlygy hakyndaky Türkmenistanyň kanuny ilatyň we daşky gurşawyň radiasion howpsuzlygyny üpjün etmegiň hukuk esaslaryny kesgitleýär.

Uglewodorod çig malyň uly gorlaryny eýeläp, Türkmenistan ekologiýa howpsuzlygyň meselelerine aýratyn üns berýär. Munuň subutnamasy bolup, ýurtda kabul edilen «Daşky gurşawy goramak boýunça hereketleriň Milli meýilnamasy», «Türkmenistanyň biodürlüliginini saklamak boýunça hereketleriň strategiýasy we meýilnamasy», «Çöle öwrülme bilen göreşmegiň Milli maksatnamasy», «Hereketleriň Milli Hazar meýilnamasy» çykyş edýärler, olaryň amala aşyrylyşy halkara guramalar bilen ýakyn gatnaşykda geçirilýär.

2010-njy ýylyň 20-nji maýynda kabul edilen Türkmenistanyň Jenaýat kodeksinde suwlaryň, atmosferanyň we deňiz suwunyň hapalanmagy üçin jogapkärçilige aýratyn üns berilýär.

### **3.2. Tehnologiki, syýasy we medeni ýagdaýlar**

#### ***Tehnologiki ýagdaý***

Tehnologiki ýagdaý şu gün ýaşajşymyzy kesgitleýän esasy güýçdür. Täze tehnologiýalar – antibiotikleri, synalaryň transplantasiýasyny, portatiw kompýuterleri we interneti dörediler. Ýöne ylmy-tehniki progrese görä erbet zatlar hem, ýagny ýadro raketalar, nerw-paralitiki gaz we awtomatiki ýarag hem döredi. Täze tehnologiýalara biziň gatnaşygymyz şeýle bagly bolmagy, ýagny biz nämä üns berýäris – olaryň berýän peýdasynamy ýa-da olar bilen baglanyşykly howplulyklaramy?

Tehnologiki ýagdaý güýçleriň jemi bolup, olar täze tehnologiýalary döredýärler, olar bolsa täze harytlary we marketing mümkinçilikleri döredýärler.

Tehnologiki ýagdaý hemişe we örän tiz üýtgeýär. Täze tehnologiýalar köne tehnologiýalary aýryp, täze bazarlary we täze mümkinçilikleri döredýärler.

Tranzistorlaryň öndürilişi, meselem, elektron lampalaryň önümçiligini peseltdi, kserokopirowaniýanyň oýlap tapylyşy kopirowal kagyzyň önümçiligine zyýan ýetirdi, awtomobil senagatyň ösüşi demir ýol toruň ösüşini peseltdi, kompakt-diskleriň çykarylyşy adaty plastinkalaryň öndürilişini peseltdi we başgalar. Marketing boýunça hünärmenler tehnologiki gurşawda üýtgeşikliklere üns bilen gözegçilik etmelidir. Tehniki progrese ýetişmeýän kärhanalar köne harytlary öndürerler.

Marketing boýunça hünärmenler islendik tehnologiki täzelikleriň mümkin bolan ters täsirlerini (meselem, klonirowaniýe) ýa-da täzelikçilikleri (meselem, wiagra) göz önünde tutmaly, olar sarp edijilere zyýan ýetirip bilýärler we galtaşma toparlaryň otrisetel täsirini döredip bilýärler.

Harytlar we tehnologiýalar çylşyrymly bolsa, jemgyýet olaryň howpsuzlygynyň kepilleri talap edýär. Şonuň üçin döwlet organlar howply harytlary öwrenip, olary gadagan edýär. Şular ýaly döwlet gözegçiliginiň güýçlenmegi täze harydy döretmek üçin derňewleriň gymmatlamagyna we bazara täze harydyň çykyş wagtynyň uzaklygyna getirýär. Marketing boýunça hünärmenler gözegçiligiň talaplaryny anyk bilmeli we täze harytlar işläp taýýarlamakda olary hasaba almalydyr.

### ***Syýasy ýagdaý***

Marketing işine uly täsiri syýasy gurşaw ýetirýär. Syýasy ýagdaý diýip kanunlaryň, döwlet guramalaryň jemine aýdylýar, bular jemgyýetde kärhanalaryň işine we aýry şahsyýetlere täsir edýärler we işini çäklendirýärler.

### ***Telekeçilik işini kadalaşdyrmak boýunça kanunçylyk***

Erkin bazar ykdysadyýetiň iň işjeň tarapdarlary telekeçileriň işini kadalaşdyrýan kanunçykaryjy kararlar bolsa, bütin ulgam has gowy işleýär, diýip belleýärler. Gowy taýýarlanan kadalaşdyryjy namalar bäsleşigi höweslendirýärler we harytlaryň, hyzmatlaryň bazarynyň ösüşi üçin amatly şertleri üpjün edýärler. Şonuň üçin hökümet



telekeçilik işini kadalaşdyrmaga gönükdirilen döwlet syýasatyny geçirýär. Mundan başga-da, ol bütin jemgyýetiň bähbidine işewürligi çäklendirýän ýörite kanunlary we kararlary kabul edýär. Marketing işiniň hemme jähtleri diýen ýaly dürli kanunlaryň we kararlaryň täsirine düşýärler.

Bütin dünýäde soňky birnäçe ýylda telekeçilik işini kadalaşdyrmakda kanunçylygyň orny hemişe güýçlenýär. ABŞ-da bäsdeşlige, wyždanly söwdanyň ýörelgelerine, daşky gurşawy goramagyna, harytlaryň howpsuzlygyna, gaplanylyşyna we belgilenişine, mahabatyň hakykylygyna, nyrh emele getirmegine we başga wajyp pudaklara degişli köp kanunlar kabul edildi. Ýewropa komissiýasy hem kanunlaryň täze paketini işeň işläp taýýarlaýar, Ýewropa Soýuzynyň agzalar-ýurtlary üçin olar bäsdeşligi, harytlara standartlary, goýberilýän önüme jogapkärçiligi we täjirçilik şertnamalary kadalaşdyrýarlar. Meselem, Norwegiýada harytlary herekete getirmegiň dogruçyl däl usullar ýaly marketingiň käbir höweslendirýän usullary, ýagny kuponlary, bäsdeşlikleri (konkurslary) we baýraklary ulanmaklyk gadagan. Tailandda kanun boýunça milli iýmit önümleri öndürýän kärhanalar öz harydyny birnäçe görnüşde satmaly bolýarlar. Şol sebäpli pes baha boýunça hem, girdejiler pes derejeli sarp edijilerem şol harytlary satyn alyp biler ýaly şert döretmeli.

Biziň ýurdumyzda kabul edilen Kiçi we orta telekeçiligi döwlet tarapyndan goldamak hakyndaky Türkmenistanyň Kanuny barada ýokarda aýdyldy. Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedowyň «Türkmenistanyň ykdysady strategiýasy: halka daýanyp, halkyň hatyrasyna» atly işinde şeýle bellenilýär, ýagny şol Kanuna laýyklykda döwlet tarapyndan telekeçiligi goldamak babatda maksatnama taýýarlanylýar. Esasy serişdeleri satyn almak üçin telekeçilere ýyllyk 5% bilen 10 ýyl möhlete çenli karz bermek çäreleri durmuşa geçirilýär, şeýle hem dolanyşyk serişdelerini edinmek üçin bir ýyl möhlet bilen karz pul berilýär.

Telekeçilik işi kadalaşdyrýan kanunlar birnäçe sebäp üçin ýüze çykdylar:

1-nji – kärhanalary biri-birinden goramak üçin. İşewürlük bäsdeşsiz bolmaýar, ýöne her bir kärhana bäsdeşler tarapyndan howpy

duýsa, şübhe usullary käwagt ulanyp, bäsdeşleri bitaraplaşdyrjak bolýar.

Döwlet tarapyndan kadalaşdyrmagyň 2-nji maksady bolup, wyždansyz iş tejribeden sarp edijini goramak bolup durýar. Käbir kärhanalar döwlet tarapyndan gözegçilik bolmasa pes hilli harytlary öndürüp, ýalan mahabat bilen ony berkidip, owadan gaplary we pes bahany ulanyp, sarp edijileri aldap başlardylar.

Döwlet tarapyndan kadalaşdyrmagyň 3-nji maksady bolup, telekeçileriň bidüzgün işinden jemgyýetiň bähbitlerini goramak bolup durýar. Kärhanalar öz önümçiligine we harytlaryna jemgyýetiň önünde jogapkärçiligi duýmalydyr.

*Işewürligiň durmuş jogapkärçiligini ýokarlandyrmak we etiki kadalara laýyklykda täjirçilik işleri geçirmek.*

Hereket edýän kanunlar marketingdäki hemme bolup biljek ýamanlyklarynyň önüni almaga ýagdaýy ýok, täze kanunlary bolsa durmuşa geçirmäge, köplenç, kyn bolýar. Ýöne kanunlardan we kadalardan başga, telekeçileriň özlerini alyp barşy durmuş kadalary we professional etikanyň düzgünleri bilen kesgitlenmeli.

Kärhanalaryň köpüsi durmuş jogapkärçiligiň ýokary derejesini saklap, öz sarp edijilerini we daşky gurşawy goramaga usullaryny işjeň gözleýärler.

### ***Medeni ýagdaý***

Medeni gurşaw durmuş institutlar we başga güýçler bolup, bular jemgyýetiň esasy gymmatlyklaryna, pikirlerine we özüni alyp barşyynyň kadalaryna täsir edýärler. Adamyň şahsyýeti bellibir jemgyýetde emele gelýär, ol bolsa onuň pikirleriniň we gymmatlyklarynyň ulgamyny, dünýä garaýşyny, özüne we başga adamlara gatnaşygyny kesgitleýär. Marketing çözümleriň kabul edilmegine medeni gurşawyna şu aşakdaky aýratynlyklar täsir edip bilýär.

### ***Medeni gymmatlyklara wepalylyk***

Her bir jemgyýetiň öz pikirleri we gymmatlyklary bar. Meselem, hemme adamlar diýen ýaly şeýle pikir edýärler, ýagny olar işlemeli, maşgala gurmaly, haýyr-sogap işi etmeli we dogruçyl bolmaly. Bu pikirler ýagdaýlara özboluşly gatnaşyklary we özüni alyp barmagyň

kadalaryny emele getirýärler. Birinji derejeli pikirler we gatnaşyklar ene-atalardan çagalaryna geçip, mekdep, işewürlük we hökümet tarapyndan goldanýar.

Ikinji derejeli pikirler we gymmatlyklar üýtgäp bilýär. Maşgala gurmaly diýip pikir ilkinji bolsa, ýaş wagtynda maşgala gurmaly diýip pikir – ikinji bolup durýar. Käwagt marketing boýunça hünärmenler ikinji pikirleri üýtgedip bilýärler, emma ilkinji pikirleri üýtgedip bolmaýar. Maşgalany meýilnamalaşdyrmak boýunça işleýän marketing boýunça hünärmenler maksatly topary düýbünden maşgala gurjakdäl diýip pikir etmäni giç bolsa-da, maşgala gurmalydyr diýip ynandyrmalydyr.

#### *Ikinji derejeli medeni gymmatlyklary üýtgetmek*

Birinji derejeli medeni gymmatlyklar örän durnukly bolsa-da, olarda käbir üýtgeşiklikler bolýar. Saçlary timarlamaga, egin-eşiklere we başga belli saz toparlaryň öňdebaryjylary, kinogahrymanlar we başga belli adamlar täsir edýärler. Marketing boýunça hünärmenler medeniýetde täzelikçiliklere gözegçilik edip, amatly mümkinçilikleri ýa-da bolup biljek howpy wagtynda görer ýaly gözegçilik edýärler.

Jemgyýetiň esasy medeni gymmatlyklary adamlaryň özüne gatnaşykda, daş-töweregindäkilere, guramalara, jemgyýete, tebigata we bütin dünýä gatnaşykda görkezip bolýar.

#### *Adamlaryň özüne gatnaşygy*

Käbir adamlar öz isleglerini, başgalar bolsa – daş töweregindäki adamlaryň isleglerini kanagatlandyrmaklyk gaýgy bolýar. Käbirleri lezzet almaklygy, şatlygy, üýtgeşiklikleri gözläp hakykatdan gaçjak bolýarlar. Başgalar bolsa sportda, karýerada özüni görkezip, bellibir ýaşayyş maksatlara ýetesleri gelýär. Adamlar harytlary markalary we hyzmatlary özüni görkezmegiň serişdesi ýaly bahalaýarlar, olar özi barada olaryň pikirini tassyklaýan harytlary we hyzmatlary satyn alýarlar.

#### *Adamlaryň başga adamlara gatnaşygy*

Soňky wagtlar adamlar gatnaşyklary gurup, başgalara peýdaly boljak bolýarlar. «Durmuş goldawy» üpjün edýän harytlar we hyzmatlar, ýagny adamlaryň arasyndaky gatnaşyklary ýardam edýän harytlar we hyzmatlar: saglyk klublary, maşgala dynç alyşlary we işeň dynç alyşlary guramak boýunça agentlikler şowly bolar.

### *Adamlaryň jemgyýet institutlaryna gatnaşygy*

Adamlar korporasiýalara (hususy bähbitleriň esasynda birleşen topar), döwlet organlara, kärdeşler arkalaşyklarynyň birleşiklerine, okuw jaýlara we başga guramalara dürli gatnaşykda bolýarlar. Umuman, olar şu guramalar bähbidine işlemäge taýýar, ýöne bu guramalar hem jemgyýetiň önünde bergili bolmaz diýip umyt edýärler.

### *Adamlaryň jemgyýete gatnaşygy*

Jemgyýete adamlar dürli gatnaşykda bolýarlar: watançylar ony goraýarlar, üýtgeşiklikleriň tarapdarlary – üýtgetjek bolýarlar, närazylar – gaýtjak bolýarlar. Adamlaryň öz jemgyýetine gatnaşygy alynýan harytlaryň häsiýetine, girdejileriň göwrümüne we bazara bolan gatnaşygyna täsir edýär.

### *Adamlaryň tebigata gatnaşygy*

Adamlar tebigatyň dünýäsine dürli gatnaşykda bolýarlar. Käbirleri özüni onuň hökümdarlygynda duýýarlar, käbirleri onuň bilen sazlaşykda boljak bolýarlar, käbirleri ony dolandyryjak bolýarlar. Köp wagtlap tebigy resurslar – gutarnyksyz diýip hasaplanýardy. Ýöne soňky wagtlar adamlar tebigy resurslaryň çäklidigini, ekologiki deňagramlylygyň gowşaklygyna düşündiler, diýmek, adamlar tebigy gurşawa zyýan ýetirip, ony dargadyp biljekdigini düşündiler. Tebigata bolan söýgi şular ýaly dynç alyşlar belli bolýar, ýagny syýahatçylyk lagerlerde dynç almak, pyýada gezmek, suwdaky sport we başga kärhanalar muňa jogap görnüşde syýahatçylyk esbaplary, mör-möjekleri kowýan serişdeler we tebigatda dynç almak üçin başga harytlaryň öndürilişini köpeldiler. Syýahatçylyk agentlikler tebigatyň iň nätanyş ýerlerine syýahatçylygyň täze ugurlaryny hödürleýärler, bölek söwda bolsa – laýyk esbaplary we eşikleri hödürleýärler. Iýmit önümleri öndürýän kärhanalar sagdyn iýmitiň tarapdarlaryny täze, tiz ösýän maksatly topary ýüze çykardylar, olar ekologiki taýdan arassa önümleri alaslary gelýär, meselem, emeli goşundysyz doňdurma we umuman sagdyn iýmit. Bu harytlar bezelende we mahabat edilende tebigatyň owadan görnüşlerini ulanýarlar.

### *Adamlaryň dünýä bolan gatnaşygy*

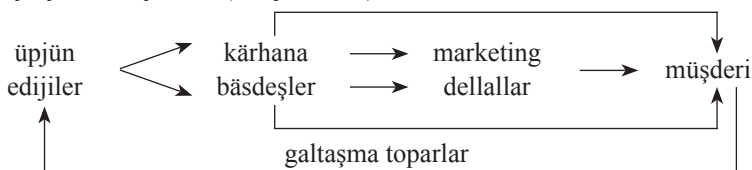
Adamlar dünýäniň döremegi we onda özüniň ornuna hem öz pikirleri bilen tapawutlanýarlar. Adamlaryň köpüsi Hudaýa ynanyar,

emma käbirleri ýaşaýyşdan hemme bähbitleri aljak bolýarlar. Soňky ýyllarda şowlulygyň alamatlary bolup, gowy iş we maddy üpjünçiligiň ýokary derejesi hasaplanýar. Ýöne käbir futurologlar («future» iňl. – gelejek) dine bolan gyzyklanmanyň dikelmegini belleýärler, mümkin muňa sebäp bolup bu dünýä öz niýetlenişine düşünmeklik bolup durýandyr.

## IV BAP

### BAZARDA KÄRHANALARYŇ IŞINE TÄSIR EDÝÄN MIKROÝAGDAÝLARY DERŇEMEK

Bu – marketing boýunça hünärmenleriň meselesi bolup, müşderileri özüne çekmek, sarp edijilik gymmatyny döretmek we müşderileriň isleglerini kanagatlandyrmak esasynda olar bilen ýakyn gatnaşyklary guramak bolup durýar. Ýöne olar bu meseläni diňe özlери bolup çözüp bilmeýärler. Olaryň işiniň şowlulygy kärhananyň mikrogurşawynyň başga hereket edýän güýçlerine hem bagly, ýagny kärhananyň bölümlerine, üpjün edijilere, dellallara, müşderilere, bäsdeşlere we dürli galtaşma toparlara. Bu hereket edýän şahsyýetler bilelikde kärhananyň sarp edijilik gymmatyny eltip bermekligiň ulgamyny döredýärler (*3-nji surat*).



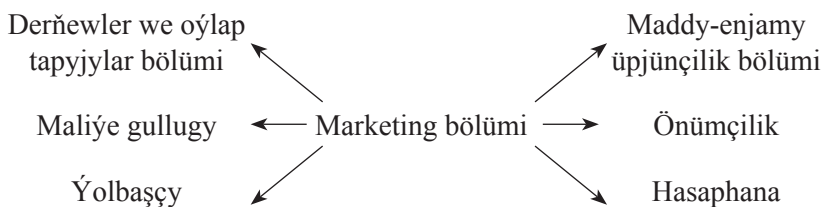
**3-nji surat. Häzirki zaman marketing ulgamynda hereket edýän şahsyýetler we güýçler**

#### 4.1. Kärhana, üpjün edijiler, bäsdeşler

##### *Kärhana*

Marketing bölümüniň işgärleri marketing meýilnamalaryny işläp taýýarlanlarynda kärhananyň beýleki bölümleriniň bähbitlerini

hem hasaba alýarlar, ýagny ýolbaşçy, maliýe gullugy, derňewler we oýlap tapyjylar bölümi, maddy-enjamy üpjünçiligiň gullugy, önümçilik we hasaphana (buhgalteriýa). Bu bölümleriň hemmesi içki gurşawy düzýärler (4-nji surat). Ýolbaşçy kärhananyň wezipesini, maksatlaryny, umumy strategiýasyny we syýasatyny kesgitleýär. Marketing bölüminiň meýilnamalary ýolbaşçynyň işläp taýýarlan meýilnamalary bilen ylalaşylyp, biri-birine gabat gelmeli we olar durmuşa geçirilmezden oň tassyklanylmalý.



4-nji surat. Kärhananyň içki gurşawy

Mundan başga-da, marketing bölümi kärhananyň beýleki bölümleri bilen işleşmeli. Maliýe gullugy marketing meýilnamasyny amala aşyrmak üçin serişdeleri gözlemäge we olaryň ulanylyşyna jogap berýär. Derňewler we oýlap tapyjylar bölümi howpsuz hem özüne çekip biljek harytlaryň işlenilip taýýarlanylşy bilen meşgullanýar. Maddy-enjamy üpjünçilik bölümi zerur materiallary hödürleýär. Önümçilik bölümi gowy hilli we zerur mukdarda harytlaryň goýberilişine jogap berýär. Hasaphana girdejileriň we çykdaýlaryň hasabyny alyp baryp, marketing boýunça hünärmenlere olaryň işiniň şowlulyk derejesini görkezýär. Bu bölümleriň hemmesi marketing gullugynyň meýilnamalaryna we işine täsir edýär.

«Süýt» Paýdarlar Jemgyýetiniň içki gurşawyny başlyk, baş ykdysadyýetçi, distribýutor bölümi, baş tehnolog, baş buhgalter we baş inžener düzýär.

### **Üpjün edijiler**

*Üpjün edijiler* her bir kärhananyň sarp edijilik gymmatyny döretmek we ýaýratmak ulgamynda wajyp zwenodyr. Olar harytlary we hyzmatlary öndürmek üçin zerur resurslary kärhanalara

hödürleýärler. Üpjün edijiler bilen gowşak goýlan iş marketing işine ýaramaz täsir edip biler. Marketing boýunça hünärmenler resurslaryň barlygyna gözegçilik etmeli, sebäbi resurslaryň ýetmezçiligi, olaryň üpjün edilişiniň saklanmagy we beýleki ýagdaýlar satuwyň göwrümüne täsir edip biler, soňra bolsa sarp edijileriň mysalynda kärhananyň abraýyna şikes ýetirilib bilner. Mundan başga-da, marketing boýunça menejerler önümçilik resurslarynyň esasy görnüşlerine bolan nyrhлары üýtgemeklik meýilllerine gözegçilik etmeli. Üpjün edijiler nyryh galdyrsa, ol harydyň gymmatynyň ýokarlanmagyna getirer, ol bolsa satuwyň göwrümüne otrisatel täsir eder.

Daýhan birleşikleri «Süýt» *PJ*-niň süýt bilen üpjün edijileri bolup çykyş edýärler, gaplary Ukrainanyň «Poly Pak» kompaniýasy üpjün edýär.

### ***Bäsdeşler***

Bäsdeş lat. «concurrere» – «maksada ylgamak» diýlen sözden gelip çykýar (konkurent). Marketingiň konsepsiyasyna laýyklykda haýsy kärhana ýokary sarp edijilik gymmatyny döredip, bäsdeşlere görä sarp edijini gowy kanagatlandyrsa, şol kärhana şowlulyga ýetýär. Şonuň üçin marketing boýunça hünärmeniň maksatly bazaryň zerurlyklaryna öz harytlaryny ýönekeý uýgunlaşdyrmaklygy ýeterlik däl. Ol strategiki taýdan artykmaçlyklara ýetmeli, ýagny bäsdeşleriň tekliplerine görä öz harytlaryny we hyzmatlaryny sarp edijilere has özüne çekiji bolar ýaly görkezmeli.

Hemme kärhanalar üçin deň, meňzeş bäsdeşler bilen göreşiň strategiýasy ýok. Her bir kärhana öz işleriniň möçberlerini we bäsdeşler bilen deňeşdirilende pudakdaky ýagdaýyny hasaba almalydyr. Uly kärhanalar bellibir pudakda öňdebaryjy ýagdaýy eýeläp, kiçi kärhananyň özüne mümkin edip bilmejek strategiýalaryny ulanýarlar. Ýöne şowlulyga ýetmek üçin uly bolmaklyk ýeterlik däl, uly kärhanalar üçin hem utýan we utulýan strategiýalar bar. Şol bir wagtyň özünde hem kiçi kärhana uly kärhana görä girdejini tiz almaga mümkinçilik döredýän strategiýany işläp taýýarlap bilýär.

«Süýt» *PJ*-niň bäsdeşleri bolup «Altyn halka» Döwlet kärhanasy hem-de hususy kärhanalar çykyş edýärler.

## 4.2. Marketing dellallary, müşderiler we galtaşma toparlar

### *Marketing dellallary*

Marketing dellallary (reseller, commission agents) soňky sarp edijileriň arasynda harytlary herekete getirmäge, satmaga we ýaýratmaga kömek edýärler. Marketing dellallaryna söwda dellallary, haryt hereketini guramak boýunça kärhanalar, marketing hyzmatlaryny ýerine ýetirýän agentlikler we maliýe dellallar degişlidir. Söwda dellallary kärhanalar bolup, lomaý üpjün etmek, söwdadaky dellalçylyk we ýaýratmak ýollaryny üpjün etmeklik bilen meşgullanýarlar. Olar öndüriji kärhanalara müşderileri tapmaga we harydy satmaga kömek edýärler. Söwda dellallaryna lomaý we bölek-satuw ýaýradyjylar degişli bolup, olar kärhanadan haryt satyn alyp satýarlar.

Haryt hereketini guramak boýunça kärhanalar öndürijiden sarp edijä çenli harytlaryň hereketi üçin çäreleriň doly toplumyny amala aşyrýarlar. Olar kärhanalara önümçilik ýerinden niýetlenilýän ýere çenli harytlary eltip bermeklige we harytlary ammarlarda saklamaklyga kömek edýärler. Harytlary ammarlarda saklamak we daşamak bilen meşgullanýan kärhanalar nyrh, eltip bermekligiň göwrümi, tizligi hem howpsuzlygy ýaly ýagdaýlary hasaba alyp, olary saklamagyň hem-de daşamagyň amatly usullaryny saýlamalydyr. Marketing hyzmatlaryny ýerine ýetirýän agentlikler kärhanalar bolup, olar marketing derňewleri bilen meşgullanýarlar, mahabat agentlikler, dellalçylyk edaralar we maslahat berýän kärhanalar. Olaryň hemmesi bazary kesgitlemekde we oňa harytlary getirmeklikde kärhana kömek edýärler. Şular ýaly kärhanalar saýlanylanda olaryň döredijilik potensialyna, nyrhyna we hyzmatlarynyň hiline hem derejesine seredilmelidir. Maliýe dellallarynyň toparyna banklar, karz, ätiýaçlandyryş we beýleki guramalar girýär, bular ylalaşyklary maliýeleşdirmäge kömek edýärler hem-de harytlary satyn almak, satmak bilen baglanyşykly ýüze çykjak howpdan ätiýaçlandyryýarlar.

Bank marketinginde dellallara şeýle häsiýetnama berilýär: *prinsipal* şahsyýet bolup, onuň adyndan we onuň hasabyna dellalçylyk işi amala aşyrylýar. *Broker* – ýonekeý dellal. Öz işiniň özboluşlylygy-



na baglylykda brokerler operasion bolup bilýärler, meselem, Nýü-Ýorkuň fondlar biržasynda olar makler diýip atlandyrylýar we zalda-ky başga agzalaryň ýumuşlaryny ýerine ýetirýärler, Germaniýada hem brokerler makler, Londonyň fondlar biržasynda dilerler *jobber* (iňl. *job* – iş) diýip atlandyrylýarlar. *Konsignator* dellallar bolup, daşary-ykdysady amallary ýerine ýetirýän banklarda, köplenç, ulanýarlar.

«Süýt» *PJ*-niň marketing dellallary bolup, esasan, söwda dellallar, ýagny Türkmenistanyň Söwda we daşary ykdysady aragatnaşyklar ministrliginiň Azatlyk etrap azyk söwda guramasy, Prezident *S.A.Nyýazow* adyndaky etrap azyk söwda guramasy, «Türkmenetsüýtsöwda» *DLBSF*-si, «Türkmenbakaleýa» *DLBSF*-si, *TASA*-sy çykyş edýär, bular öz dükanlarynyň üsti bilen ilatyň süýt we süýt önümlerine bolan isleglerini kanagatlandyryýarlar.

### ***Müşderiler***

Kärhana öz sarp edijileriniň bazarlaryny gowy öwrenmelidir. Müşderiler (iňl. *customers, clients*) bazarlarynyň alty sany görnüşi bar. Sarp edijiler bazary aýry şahsyýetlerden we hojalyklardan ybarat bolup, bular harytlary hem hyzmatlary şahsy sarp etmek üçin satyn alýarlar. Öndürijiler bazary (senagat bazary – *B2B*-bazary) – kärhanalar bolup, harytlary we hyzmatlary gaýtadan işlemek üçin ýa-da öz önümçilik hadysasynda ulanmak üçin satyn alýarlar. Araçylar bazary (*reseller*) – harytlary we hyzmatlary peýda gazanjak bolup, alyp satýarlar. Döwlet guramalarynyň bazary – döwlet edaralaryndan ybarat bolup, harytlary we hyzmatlary ilata kommunal hyzmatlaryny etmek üçin ýa-da şolara zerurlyk bildirýänlere satyn alyp geçirýärler. Durmuş üpjünçiligiň bazary – mekdepler, keselhanalar, garrylar öýleri, tussaghanalar we başga-da guramalar bilen görkezilip, şolaryň hossarlygynda bar bolan adamlar üçin olar harytlary we hyzmatlary satyn alýarlar. Halkara bazary – başga ýurtlardan alyjylyar, onuň içinde sarp edijiler, öndürijiler, dellallar we döwlet guramalary bar. Bazaryň her bir görnüşiniň bellibir häsiýetleri bolýar, olary marketing boýunça hünärmen üns bilen öwrenmelidir.

«Süýt» *PJ*-niň müşderileri bolup soňky sarp edijiler we döwlet guramalary çykyş edýär, ýagny «Türkmentelekom», Merkezi Bank, 5-nji sagaldyş öýi, Trawmatologiya we *GH* hassahana, Merkezi

patologik anatomiýa, Harby bölümler – 2403, 69109, Onkologiýa, Garrylar we maýyplar öýi, «Türkmenpoçta», Türkmenistanyň Jins Kompleksi, «Türkmenkabel», *TIIM*-niň 21-nji çagalar bagy (ç/b), «Türkmen Kalkan», «Türkmenenergoabatlaýyş», 8, 16, 20, 22, 23, 31, 33, 37, 42, 46, 49, 56, 57, 58, 59, 67, 68, 70, 79, 82, 83, 84, 86, 89, 90, 94, 96, 98, 105, 107, 112, 113, 115, 118-nji çagalar baglary we beýlekiler.

### ***Galtaşma toparlar***

Kärhananyň marketing gurşawy öz içine dürli galtaşma toparlary birleşdirýär. Galtaşma topar – adamlaryň islendik topary bolup, onuň kärhananyň işine hakyky ýa-da bolup biläýjek gyzyklanmasy bolýar we ol kärhananyň maksatlaryna ýetmekligine täsir edýär. Galtaşma toparlaryň ýedi sany görnüşi bar.

1. *Maliýe edaralary* – kärhananyň pul serişdelerini almagyna täsir edýärler. Maliýe edaralarynyň esasy galtaşma toparlary bolup banklar, investision kompaniýalar we paýdarlar çykyş edýärler.

2. *Köpçülikleýin habar beriş serişdeleri* – maglumatlary ýaýradýanlar, seljerýänler we başgalar degişli. Başgaça aýdylanda gazetler, žurnallar, radiostansiýalar we telemerkezler degişli.

3. *Döwlet guramalary*. Kärhana elmydama dürli döwlet guramalarynyň işine gözegçilik etmelidir. Marketing boýunça hünärmenler hemişe hukukçylar bilen harytlaryň howpsuzlygy, mahabatnyň hakykylygy we beýleki meseleler boýunça maslahatlaşmalydyrlar.

4. *Jemgyýetçilik guramalary*. Kärhananyň marketing çözgütleri sarp edijileriň daşky sferasyny goramak üçin hereketlerini we başga dürli guramalar tarapyndan närazyçylygy çagyryp bilýärler. Şonuň üçin kärhananyň jemgyýetçilik bilen gatnaşyklar boýunça bölümi jemgyýetçilik we sarp edijileriň guramalary bilen hemişe gatnaşyklary saklap, kärhana kömek etmeli.

5. *Ýerli jemgyýetçilik*. Her bir kärhananyň öz ýerli galtaşma toparlary bolýar, meselem, ýerli guramalar we ýakyn etraplaryň ýaşajylyary. Uly kärhanalarda jemgyýetçilik bilen iş geçirmek üçin işgär wezipesi bar, ol ýerli ilat bilen duşuşyklary geçirip, ýüze çykyan meseleleri çözmäge kömek edýär.

6. *Umumy jemgyýet.* Kärhana öz harytlaryna we işine jemgyýetiň gatnaşygyny hem hasaba almalydyr. Jemgyýetde emele gelen kärhananyň imidži alyjylaryň özlerini alyp barşyna täsir edýändir.

7. *Kärhananyň içki galtaşma toparlary* – işgärler, dolandyryjylar we meýletin kömekçiler. Uly kärhanalar içki galtaşma toparlar üçin maglumat kagyzlaryny çykarýarlar, maglumat bermegiň we höweslendirmegiň beýleki usullaryny hem ulanýarlar.

## V BAP

# BAZARYŇ ISLEGINI ÖWRENMEK. OLARYŇ SYGYMYNY DERŇEMEK

### 5.1. Islegiň emele gelmegine täsir edýän ýagdaýlar

Haçanda kärhana özüne çekiji bazary tapanda, ol onuň göwrümini we bolup biläýjek mümkinçiliklerini gowy bahalandyrmalydyr.

Hereketli marketing strategiýany işläp taýýarlamak üçin, onuň amala aşyrylyşynyň netijeliligine gözegçilik etmek üçin marketing boýunça hünärmenler häziriki islegi bahalandyrmagy we onuň üýtgeýşini çaklamagy öwrenmelidir. Eger-de kärhana bazara doly baha bermese ýa-da aşa baha berse, ol uly peýdany ýitirip bilýär.

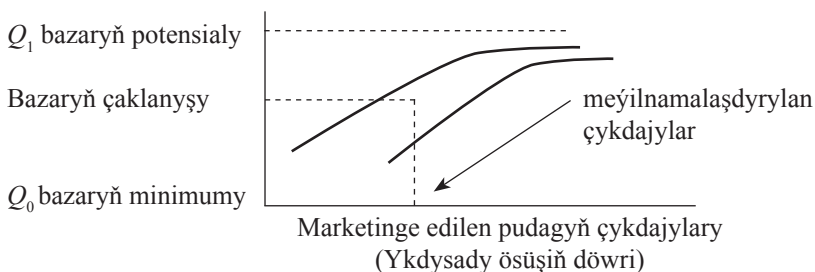
*Häzirki bazar islegini ölçemek.*

Marketing boýunça hünärmenler häziriki bazar isleginiň bahalandyrmasy, esasan, üç sany dürli jähtde – jemi bazar islegi; sebitleýin bazar islegi; hakyky satuw we bazaryň paýy nukdaýnazarýndan seredýärler.

Jemi bazar islegini bahalandyrmak. Jemi bazar islegi – sarp edijileriň bellibir topary tarapyndan, bellibir geografiki sebitde, bellibir wagtda, bellibir marketing gurşawda, bellibir derejede we industriýanyň marketing tagallalarynyň toplumynda satyn alnyp biljek harytlaryň we şol görnüşli hyzmatlaryň umumy sanydyr.

Jemi bazar islegi – bellibir san däl-de, bellenen şertleriň funksiyasydyr. Pudakdaky marketing tagallalaryň derejesi şu şertleriň biri

bolup bilýär. Beýleki şerti – daşky gurşawyň ýagdaýy bolup bilýär. 5-nji suratda jemi bazar isleginiň we dürli bazar şertleriniň arasyndaky baglanyşyk görkezilýär.



**5-nji surat. Islegiň we marketinge çykdajylaryň gatnaşygy**

Bazaryň minimumy bazaryň potensialynyň arasyndaky döwürň marketing tagallalaryna gatnaşykda islegiň umumy duýgurlygyny görkezýär. Bazaryň iki görnüşi bar – giňelýän we giňeldilmeyän. Giňelýän bazar, meselem, kompakt-diskleriň bazary – bu bazaryň görümi, köplenç, marketingde industriýanyň çykdajylarynyň derejesine bagly bolýar.

Giňeldilmeyän bazar, meselem, operalary sahnada goýmagyň bazary üçin bazar islegi marketinge bolan çykdajylara bagly däl. Giňeldilmeyän bazarda harytlary we hyzmatlary hödürleýän kärhanalar, köplenç, ilkinji islegi, ýagny şu harydyň ýa-da hyzmatyň hemme söwda markalaryna jemi islegi, bellenen isleg diýip kabul edýärler. Olar saýlanan islegiň döredilmegine, ýagny harydyň ýa-da hyzmatyň öz söwda markasyna bolan islegine öz marketing resurslaryny jemleýärler.

Her bir marketing gurşawa islegiň bellibir egrisi laýykdyr. Meselem, ykdysady ösüş döwründe trenajorlar bazary ykdysady taýdan aşak düşme döwrüne görä tiz ösýär. Onda wajyp zat – marketing boýunça hünärmenler bazar isleginiň bahalandyrylýan ýagdaýyny dogry kesgitlemelidir.

Kärhanalar jemi bazar islegini bahalandyrmak üçin köpdürli amaly usullary işläp taýýarladylar. Jemi bazar islegi şeýle bahalandyrylýar:

$$Q = n \cdot p \cdot q \quad (1)$$

bu ýerde  $Q$  – jemi bazar islegi,  $n$  – bazarda alyjylaryň sany,  $p$  – haryt birliginiň orta nyrhy,  $q$  – ýyl boýunça alyjynyň (orta hasap boýunça) satyn alan zatlarynyň sany.

*Islegiň görnüşleri. Kanagatlanmak derejesi we ony kesgitlemek.* Marketingi dolandyrmagyň meselesi – islegiň derejesine, wagtyna we häsiýetine täsir etmek bilen, kärhananyň önünde goýlan maksatlaryna ýetmeginde kömek etmekden ybarat. Marketingi dolandyrmak – islegi dolandyrmakdyr. Islegiň görnüşleri: otrisatel, ýoklugy, gizlin, pese düşýän, zygyder däl, doly gymmatly, has köp, rejeli däl.

Haryda bolan islegiň ululygy aşakdaky ýagdaýlaryň funksiýasydyr:

$$D_x = f(T_x, I, P_x, P_y, P_z, W, F) \quad (2)$$

bu ýerde  $D_x$  – haryda bolan isleg,  $T_x$  – şu haryda alyjydaky zerurlyk,  $I$  – alyjynyň girdejisi, ýagny şu harydy satyn almagyň mümkinçilikleri,  $P_x$  – harydyň nyrhy,  $P_y$  – harydy çalşyp bilýän harydyň (substitut haryt) nyrhy,  $P_z$  – harydy dolduryp biljek harydyň nyrhy,  $W$  – alyjynyň maddy hal-ýagdaýy, ýagny alyjylyk ukyplylygy,  $F$  – öz ykdysady maddy hal-ýagdaýynyň geljegi barada alyjynyň pikiri.

Haryda bolan islege görä marketingiň dürli görnüşleri 4-nji tablisada görkezilýär.

4-nji tablisa

### Islege görä marketingiň görnüşleri

Islegiň görnüşü	Marketing strategiýasy
Otrisatel	Konwersion
Ýoklugy	Höweslendirýän
Gizlin (latentnyý)	Ösdürýän
Pese düşýän	Remarketing
Hemişelik däl (üýtgäp durýan)	Sinhrommarketing
Doly gymmatly	Goldaýan
Has köp	Demarketing
Aldaýan	Taktiki
Islenilmeýän	Garşy işleýän

Konwersiýa – döwlet zaýomynyň şertleriniň üýtgedilmegi.

## 5.2. Bazaryň sygymyny derňemek

*Islegiň göwrümini ölçemek. Bazar paýyny anyklamak.* Kärhanalar, köplenç, şu meselä satuw, çäkler we şu çäkleriň arasynda marketing býujetini amatly ýaýratmagyň gowularyny saýlamak nukdaýnazardan duş gelýärler. Çözgüdi kabul etmek üçin dürli şäherleriň, sebileriň we ýurtlaryň bazarynyň potensialyny bahalandyrmaly. Şular ýaly bahalandyрма üçin iki sany esasy usuly ulanyp bolýar – bazary modelirmek usuly, esasan, önümçilik niýetli harytlary öndürýän kärhanalar ulanýarlar we satuwyň ýagdaýlarynyň indeksini hasaplamak usuly, esasan, sarp ediş harytlaryny öndürýän kärhanalar ulanýarlar.

Bazary modelirmek usuly her bir bazarda hemme bolup biljek alyjylary we olaryň satyn aljak harytlaryny bahalandyryp, ony ýüze çykarmakdan ybarat. Meselem, dag senagaty üçin enjamlary öndüriji altyn magdanyň düzümindäki altynyň hakyky paýyny kesgitläp bilýän enjamy döretdi. Bu enjam altyn magdanyny göni kân etrabynda barlaýar. Bu enjamy ulanmak bilen altyn gazyp alyjylar wagtyny tygşytlap bilýärler, ýagny az altyn saklaýan magdanlardan gaýdyp bilýärler. Öndüriji hem bir käne bir ýa-da birnäçe enjamlaryň bolup biljek alyjylary hökmünde seredýär, kärhana altyny gazyp alýan hemme ýurtlarda şol enjamyň bazarynyň potensialyny kesgitlemeli we hemme bazarlary eýelemek üçin satuw boýunça hünärmeni işe almaly ýa-da almaly däldigi barada çözgüdi kabul etmeli.

Satuwyň ýagdaýlarynyň indeksini hasaplamagyň usuly – sarp ediş harytlarynyň potensialyny bahalandyryýar. Meselem, erkekler üçin köýnekleri öndüriji bir şäherde bazaryň potensial gatnaşygynda öz önüminiň satuwynyň geljegini bahalandyrasy gelýär. Öndüriji-kärhana şol ýurduň bazarynda erkekler üçin köýnekleriň satuwynyň jemi potensialyny, takmynan, ýylda 2 mlrd manat diýip bahalandyryýar. Kärhananyň häzirki satuwy umumymilli möçberde 140 mln manada, ýagny jemi bolup biljek bazaryň 7%-i bolýar. Şol şäherde satuwyň möçberi 1,1 mln manat bolýar. Şol şäheriň bazarynda onuň paýy näçe bolar?

Ony formula boýunça şeýle hasaplap bolýar:

$$i = (n + g) g_0 \quad (3)$$

bu ýerde  $i$  – satuw ýagdaýlaryň indeksi,  $n$  – sebitde ilatyň sany,  $g$  – sebitde ilatyň 1 baş sanyna girdeji,  $g_0$  – haryda (biziň mysalymyzda köýneklere) sarp edilen girdejiniň orta bölegi.

Soňra netije бүтін ýurt boýunça meňzeş maglumatlar bilen deňeşdirilýär.

*Hakyky satuwy we bazaryň paýyny bahalandyrmak.*

Jemi we sebit islegi bahalandyrmakdan başga kärhanalara bazarda бүтін pudagyň hakyky satuwy barada maglumatlar gerek bolýar. Munuň üçin kärhanalar öz bäsdeşlerini ýüze çykaryp, olarda satuwynyň möçberini bahalandyrmalydyr.

Pudaklaýyn söwda assosiasiyalar, köplenç, pudagyň jemi satuwy barada maglumatlary ýygnaý, çapdan çykaryrlar. Bu ýagdaýda umuman her bir kärhana öz netijeliligini pudak bilen deňeşdirip bilýär. Meselem, ýyl boýunça kärhananyň satuwy 5% ulaldy, pudak boýunça satuw 10% ulaldy. Diýmek, kärhananyň bazarda oňnositel ýagdaýy peseldi.

Marketing derňewlerini geçirýän kärhanalaryň hasabatlaryny satyn alyp seljermek satuwy bahalandyrmagyň başga bir usuly bolup durýar. Bu kärhanalar belli söwda markalarynyň harytlarynyň jemi satuwyny we pudak boýunça satuwy barlaýarlar. Meselem, *Nielsen*, *AGB* we başga-da marketing derňewlerini geçirýän kompaniýalar ýörite gurallaryň kömegi bilen dürli derejeli harytlaryň satuwyny supermarketlerde we dermanhanalarda hasaba alyp, alnan maglumatlary gyzyklanýan kompaniýalara satýarlar. Kärhana maglumatlar bellibir derejeli harytlaryň jemi satuwy boýunça hem-de bellibir söwda markaly harytlaryň satuwy boýunça alyp bilýär. Ol öz işiniň netijeliligini umuman, pudagyň işiniň netijeliligi bilen deňeşdirip bilýär ýa-da bellibir bäsdeşiň işi bilen deňeşdirip, bazarda öz oňnositel ýagdaýynyň gowulanýandygyny ýa-da peselýändigini ýüze çykaryp bilýär.

*Islegi çaklamak. Synag marketingi. Çaklama* – geljekde birnäçe şertleri berjaý edip, alyjynyň bolup biljek hereketi barada çak etmek esasynda geljekdäki islegi bahalandyrmagyň usulyýetidir.

Käbir harytlara we hyzmatlara islegi çaklamak aňsat bolýar. Bu, esasan, durnukly bäsdeşligiň şertlerinde durnukly ýa-da ösüp barýan satuwly harytlara degişli. Ýöne bazarlaryň uly bölegi durnukly däl, jemi isleg ýa-da bellibir kärhananyň harytlaryna isleg bilen tapawutlanýar, şonuň üçin gowy düzülen çaklama kärhananyň şowlulygyny kesgitleýän esasy ýagdaý bolup durýar. Pes hilli çaklama uly haryt gurlarynyň ýygnaýmagyna, bahalaryň pese düşmegine ýa-da, tersine, satuwyň kesilmegine (harytlar tiz satylyp ýa-da gorlar azalyp) getirip bilýär. Islegiň durnukly daldigi näçe uly bolsa, şonça-da kärhananyň çaklamalaryny işläp düzmeğiň usulyýetini işläp taýýarlamakda zerurlyk ýüze çykýar.

Satuwyň çaklamasyny düzmek üçin, esasan, üç ädimli prosedura ulanylýar. Ilki bilen kärhana gurşawyň çaklamasyny, soňra pudak boýunça çaklamasyny, ondan soň kärhananyň satuwynyň möçberiniň çaklamasyny düzýär. Gurşawyň çaklamasy kärhananyň işi üçin wajyp ähmiýetli bolan inflyasiýanyň (puluň hümmetiniň gaçmagy), işsizligiň, % stawkalarynyň, sarp edijileriň çykdajylarynyň we ýygnaýan gymmatlyklarynyň, investisiýalaryň, hökümetiň çykdajylarynyň, arassa eksportyň hem beýleki çak edilýän derejeleri bahalandyrmakdan ybaratdyr. Netijede, jemi içerki önümiň çaklamasy düzülýär, ol başga görkezijiler bilen bilelikde pudagyň satuwyny çaklamak üçin hyzmat edýär. Soňra öz pudagynda satuwyň bellibir paýyny eýelemegi çak edip, kärhana öz satuwynyň çaklamasyny düzýär.

Öz satuwyny çaklamak üçin kompaniýalar birnäçe ýörite usullary ulanýar. Hemme çaklamalar şu maglumatlaryň seljerişinde esaslandyrylan, ýagny:

- 1) alyjylaryň satyn aljak bolýan zatlary.
- 2) näme satyn alýarlar?
- 3) näme satyn aldylar?

1. Alyjylaryň satyn aljak bolýan zatlary – alyjylar bilen işleşýän adamlaryň (satyjylar we garaşsyz bilermenler) we alyjylaryň pikirleriniň derňewlerini öz içine alýar. Bu tapgyrda üç usul ulanylýar: alyjylaryň niýetlerini derňemek, söwda işgärleriniň pikirlerini umumylaşdyrmak we bilermenleriň pikirlerini öwrenmek.



2. Alyjylaryň satyn alýan zatlary esasynda çaklama etmek – alyjylaryň täsirini kesgitlemek üçin harydy synag bazarda ýerleşdirmegi çak edýär.

3. Soňky tapgyr – alyjylar näme satyn aldylar – öňki wagtda alyjylaryň özlerini alyp barşy barada hasabatlary seljermegi ýa-da satuwyň statistiki seljermesini çak edýär.

***Alyjylaryň niýetlerini derňemek.***

Alyjylaryň hereketlerini çaklamagyň usullarynyň biri – olaryň niýetleri barada olara gös-göni ýüzlenmegi çak edýär. Diýmek, çaklamanyň taýýarlaýjysy alyjylar bilen sorag-jogap geçirýär. Alyjylarda anyk kesgitlenen meýiller bar bolsa we olary amala aşyrsalar we oňa häsiýetnama berip bilseler, şular ýaly sorag-jogap has gymmatly bolýar.

Derňewleri geçirýän käbir guramalar sarp edijileriň harytlara bolan gatnaşygyndaky meýilleri barada wagtal-wagtal sorag-jogap geçirýärler. Şu guramalaryň soraglary şeýle görnüşde bolup bilýär.

*Ýakyn 6 aýda awtomobil satyn alasyňyz gelyärmi?*

0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	10
ýok		müm-kinçiligi az		müm-kin		müm-kinçiligi uly		hawa		hökman

Bu forma bolup biljek satyn almagyň şkalasy diýlip atlandyrylýar. Mundan başga-da, dürli derňew kompaniýalary alyjylaryň häzirkiki we geljekdäki maliýe mümkinçilikleri barada, ykdysadyýetiň ýagdaýy, pikirler barada sorag-jogap geçirýärler. Önümçilige zerur harytlary satyn almak barada dürli agentlikler bar, olar zawodlaryň, abzallaryň we materiallaryň satyn alnyşy barada meýilleriň derňewlerini geçirýärler. Bu derňewleri dürli ýurtlaryň milli bazarlarynyň aýratynlyklaryna laýyklykda berjaý etmelidir.

***Söwda işgärleriniň pikirlerini umumylaşdyrmak***

Haçanda alyjylardan sorag-jogap geçirilip, islenilýän netije alynmasa, onda kärhana söwda işgärlerinden alnan maglumatlar

esasynda satuwyň çaklamasyny edip bilýär. Kärhana öz satyjylary bilen sorag-jogap geçirip, olara berkidilen çäklerde harydyň satuwyny bahalandyrýar. Soňra satuwyň aýry bahalary jemlenilip, satuwyň jemlenen çaklamasy alynýar.

Kärhanalaryň köpüsi öz satyjylarynyň bahalandyrmasyny düzedip ulanýarlar. Sebäbi satyjylar hakyky synçylaryň ornunda çykyş edip bilmeýärler. Olaryň arasynda oňatlyga ynanýan we göwnüçökgün adamlar bolýar. Mundan başga-da, satyjylar ykdysadyýetdäki öwrülişikler barada we kärhananyň marketing meýilnamalarynyň bellibir söwda nokatlaryndaky satuwa nähili täsir etjekdigini bilmeýärler. Olar islegi peseldip bilýärler, şonda kärhana olar üçin satuwyň pes kwotasyny (sanly çägini) kesgitläp biler. Gowy baha bermek üçin satyjylaryň ýeterlik wagty hem bolmaýar.

### ***Bilermenleriň bahalary***

Çaklama taýýarlananda kärhanalar, köplenç, bilermenlere ýüzlenýärler. Bilermenler hökmünde dillerler, distribýutorlar, üpjün edijiler, marketing boýunça maslahatçylar we söwda-senagat assosiasiýalar çykyş edýärler. Ýöne dilerlere-de, söwda işgärleriniň bahalaryna bolşy ýaly, şol güýçli we gowşak taraplar degişli.

Kärhanalaryň köpüsi şol meseleler bilen meşgullanýan kompaniýalardan ykdysady we senagat taýdan ösüşiň çaklamasyny satyn alýarlar. Olar çaklama-hünärmenleri bolup, olarda maglumatlaryň uly binýady we çaklama düzmekde uly tejribesi bolýar. Käwagt çaklama taýýarlamak üçin kärhanalar ýörite bilermen toparlaryny çagyýarlar. Olar pikir alyşyp, bilelikdäki bahany işläp, taýýarlap bilýärler ýa-da öz bahalaryny aýdyp bilýärler, şolaryň esasynda orta baha çykarylyp bilinýär. Ýöne, düzgün bolşy ýaly, bilermenler hem ýalňyşyp bilýärler. Şonuň üçin, hemişe mümkin boldugyndan kärhanalar bilermenleriň bahalaryny, başga usullar bilen alnan bahalar bilen deňeşdirmelidir.

### ***Synag marketingi***

Synag marketingi – harydy işläp taýýarlamagyň tapgyry bolup, onda haryt we marketing maksatnamasy bazar şertlerine ýakyn şertlerde barlanýar. Synag marketingi marketing boýunça hünärmene bazara harydy doly çykarmaklygyň maliýeleşdirmegini başlamakdan öň harydyň marketing toplumyny barlamaga mümkinçilik berýär. Kärhana üçin ol bazaryň hakyky şertlerinde harydy we marketing

maksatnamasyny görkezmegiň, mahabat etmegiň, ýaýratmagyň strategiýalaryny hem nyrh emele getirmegiň usullaryny barlamaga mümkinçilik berýär.

Her bir täze haryt üçin synag marketinginiň zerur möçberleri dürli-dürli bolýar. Synag marketingine çykdaýylar uly bolýar. Ol köp wagty sarp edip bilýär, muny bolsa bäsdeşler öz peýdasyna ulanyp bilýärler. Haçanda harydy işläp taýýarlamak we bazara çykarmak üçin çykdaýylar az bolsa we dolandyryjylaryň täze harydyna ynamy bar bolsa, kärhana synag marketingini geçirmese-de bolýar ýa-da ony gysgaldylan maksatnama boýunça geçirip bilýär.

Kärhanalar hem assortiment toparyny giňeldenlerinde ýa-da bäsdeşleriň şowly harytlaryna öýkünenlerinde synag marketingini geçirmeýärler. Meselem, *Procter&Gamble* kompaniýasy synag marketingisiz kofeinsiz Folger`s kofeni bazara çykardy; *Pillsbury* kompaniýasy hem şokoladly Chewy we Granola Dipp`s önümini bazara çykardy. Ýöne täze harydy bazara çykarmaklyk uly maýalary talap edýän bolsa ýa-da ýolbaşçylaryň harydyň ýa-da marketingiň maksatnamasynyň dogrulygyna ynamy gowşak bolsa, ol möçberli synag marketingini geçirmeli bolýar. Meselem, *Lever USA* kompaniýasy Atlantada özüniň belli Lever-2000 bölekleyin sabynyny halkara bazarlara çykarmak üçin iki ýyly synag marketingine sarp etdi. *Frito-Lay* kompaniýasy bolsa 18 aýlap üç sany bazarda öz ýeňil garbanalgany, pes mukdarly ýagy Baked Lays-ň baş görnüşini synagdan geçirdi.

Öndüriji kärhanalar synag marketinginiň üç görnüşinden birini saýlap bilýärler: standartlaşdyrylan synag marketingi, gözegçilik edilýän synag marketingi we modelirlenýän synag marketingi.

### ***Standartlaşdyrylan synag marketingi***

Standartlaşdyrylan synag marketingi ulanylanda kärhana gözegçilik edilýän birnäçe şäherleri kesgitläp, şolarda doly marketing işini geçirip, harydyň netijeliligini bahalandyrmak üçin dükanlarda satuwyň monitoringini ulanýar, sarp edijilik hem distribýutor toparyny derňeýär we başgalar. Alnan netijeleri umumymilli möçberinde satuwyň möçberini we girdejini çaklamak üçin, haryt bilen baglanyşykly bolup biljek meseleleri ýüze çykarmak hem marketing maksatnamasyny düzetmek üçin ulanýarlar.

Standartlaşdyrylan synag marketinginiň birnäçe ýetmezçilikleri bar. Ol, köplenç, gymmat düşýär (ortaça 2 mln amerikan dollary) we köp wagty – käwagt üç ýyla çenli wagty sarp edýär. Eger-de onuň zerurlygynyň ýoklugy ýüze çykarylsa, kärhana köp wagty ýitirýär, şol wagtyň dowamynda bolsa ol harydy satyp, girdeji alyp bilýär. Standartlaşdyrylan synag marketingi boýunça geçirilýän testleriň netijelerini bäsdeşler ulanyp bilýär, mundan başga-da, bäsdeşler netijeleri nädogry görkezip bilýärler, öz önümlerine bahalary peseldip bilýärler, öz harytlarynyň satuwyny höweslendirip we testirlenýän harydy satyn alyp bilýärler. Synag marketingi täze haryt bazara çykmanka, bäsdeşlere onuň bilen tanyşmaga mümkinçilik berip, olara jogap taýýarlamaga mümkinçilik berýär. *Carnation Coffee-Mate* kompaniýanyň kofe arassalaýjysy alty ýylyň dowamynda testirlenildi. Şol wagt bäsdeş firmasy *Cadbury* özüniň *Marvel* önümünü döredip, britaniýa bazarynda *Coffee-Mate* üçin güýçli bäsdeş bolup, ýüze çykdy.

Ýöne şu ýetmezçiliklere seretmezden, standartlaşdyrylan synag marketingi esasy bazary derňemegiň iň giňden ýaýran usuly bolup durýar. Ýöne häzirki wagtda kärhanalaryň köpüsi gözegçilik edilýän we modelirlenýän synag marketinginiň has tiz we arzan usullaryny ileri tutýarlar.

### ***Gözegçilik edilýän synag marketingi***

Derňewleri geçirýän kompaniýalarda töleg üçin täze harytlary satmagarazy dükanlaryň sanawy bolýar. Täze harydy testirleýän kärhana oňa zerur dükanlaryň sanyny we olaryň geografiki ýerleşişini kesgitleýär. Derňewleri geçirýän kompaniýa harydy dükan-gatnaşyjylara eltip, bellibir meýilnamalara laýyklykda olary ýerleşdirip, bezeýär, sarp edijilere hyzmat edilýän ýerlerde satuwy höweslendirmek boýunça çäreleri we bahalaryň derejesini kadalaşdyrýar. Şu ýagdaýlaryň islege bolan täsirini ýüze çykarmak üçin satuwyň netijelerine gözegçilik edilýär.

Gözegçilik edilýän synag marketinginiň ulgamlary, ýagny *Nielsen* kompaniýanyň, *Scantruck we Information Resources Inc. (IRI)* kompaniýanyň BehaviorScan ulgamlar adamlaryň özüni alyp barşyna – telewizora seretmek arkaly dükanda kassa çenli gözegçilik

edýärler. *IRI*-de, meselem, saýlanan şäherlerde gözegçilik edilýän alyjylaryň sanawy bar. Ol gözegçilik edilýän maşgalalarda seredilýän telewizion gepleşikleri barlamak üçin mikrokompyuterleri ulanyp, gözegçilik edilýän gatnaşyjylaryň telewizorlaryna ýörite täjirçilik gepleşiklerini geçirip bilýär. Gözegçilik edilýän alyjylar kompaniýa bilen işleşýän dükanlardan haryt satyn alyp, meňzedýän kartoçkalaryny görkezýärler. Elektron skanirleme bilen alnan şular ýaly maglumatlar merkezi kompyutere geçirilip, demografiki maglumatlar bilen, görülen telegepleşikler barada maglumatlar bilen birleşdirilip, her kompaniýa iberilýär. Şeýlelikde, Behavior-Scan ulgamy täze harytlar derňelende her bir dükan boýunça satuwyň her hepdesi boýunça hasabatlary berýär. Skanerler individual alyjylaryň bellibir alan zatlary barada maglumatlary ýazýar, şonuň üçin ulgam gaýtalanýan satyn alyş barada, täze harytlara dürli alyjylaryň täsiri, mahabat we marketing maksatnamasynyň başga elementleriň hem täsiri barada maglumat berýär.

Gözegçilik edilýän synag marketingine az wagty sarp edilyär (alty aýdan bir ýyla çenli) we arzan düşýär (BehaviorScan ulgamyny bir ýyl ulanmaklyk 200 müňden 2 mln amerikan dollara çenli durýar). Ýöne käbir kärhanalar öz harytlarynyň bazarlary üçin we olaryň maksatly alyjylary üçin kiçi şäherleriň hem gözegçilik edilýän alyjylaryň çäkli göwrümini wekillik däl diýip hasaplaýarlar. Mundan başga-da, standartlaşdyrylan synag marketingindäki ýaly, gözegçilik edilýän synag marketingi bäsdeşlere täze haryt bilen tanyşmaga mümkinçilik berýär.

### ***Modelirlenýän synag marketingi***

Kärhanalar öz täze harytlaryny modelirlenýän alyjylyk gurşawda hem synlap bilýärler. Kompaniýa ýa-da derňew geçirýän firma saýlanan alyjylara dürli harytlaryň, şonuň içinde synlanýan täze harydyň mahabat materiallaryny görkezýär. Ol alyjylara pul berip, olary hakyky ýa-da butafor (ýasama zatly) dükana çagyryar, şonda olar haryt satyn alyp bilýärler ýa-da puly özüne goýup bilýärler. Alyjylaryň täze harydy näçeräk alýandygyny we bäsdeşleriň harytlaryny näçeräk alýandygyny barlamak üçin marketing derňewleri boýunça hünärmen belleýär. Şonuň ýaly modelirleme bäsdeşleriň mahabaty

bilen deňeşdirilende kärhananyň harydynyň we mahabat çäreleriniň netijeliliginiň şowlulyk derejesini kesgitleýär. Soňra marketing derňewleri boýunça hünärmen alyjylardan satyn alan we satyn almadyk harytlarynyň sebäpleri hakynda sorayar. Birnäçe hepdeden soňra ol telefon arkaly haryda bolan gatnaşygy, onuň ulanylyşyny, harytdan kanagatlandyrylyş derejesini we ikinji gezek satyn almak barada alyjydan sorag-jogap geçirýär. Çylşyrymly kompýuter modelleri ulanyp, marketing derňewleri boýunça hünärmen soňra şular ýaly modelirlenen synag marketinginiň netijelerini ekstrapolirläp, umumymilli möçberde satuwyň möçberini çaklaýar. Häzirki wagtda marketing boýunça hünärmenler ýokary tehnologiýalara, meselem, wirtual hakykylyga we internete, köplenç, ýüzlenýärler.

Modelirlenen synag marketingde standartlaşdyrylan we gözegçilik edilýän synag marketingiň ýetmezçilikleri ýok. Ol arzan düşýär (35-75 müň amerikan dollaryna çenli bolup bilýär), sekiz hepdäniň dowamynda geçirilip, täze harydy bäsdeşlerden gorap, saklap bolýar. Ýöne saýlamagyň çäginin kiçiligi we satyn almaklygyň ýagdaýynyň tebigy dældigi üçin marketing boýunça hünärmenler hakyky durmuşdaky giň derňewler ýaly, modelirlenen synag marketinginiň netijelerini anyk we ynamly diýip hasap etmeýärler. Şonda-da modelirlenen synag marketingi bazarlaryň «ilkinji testi» hökmünde giňden ulanylýar.

## VI BAP

### BAZAR BÖLEKLERINIŇ DERŇEWI

Şu günki gün kärhanalaryň köpüsi hemme alyjylary birden ýa-da bir usul bilen özüne çekmäge ýagdaýynyň ýoklugyna düşünýärler. Alyjylar köp, olar öz zerurlyklary we alyjylyk tejribesi boýunça biri-birinden tapawutlanýarlar. Kärhanalar hem bazaryň dürli böleklerine hyzmat etmekde öz mümkinçilikleri boýunça tapawutlanýarlar. Umumy bazaryň çäginde güýçli bäsdeşler bilen bäsleşmän, kärhana gowy hyzmat edip biljek bazaryň böleklerini özi üçin saýlamalydyr.

Käbir kompaniýalar häzir köpçülikleýin marketingi ulanýarlar. Şeýle-de maksatly marketing peýdalanylýar – bazaryň böleklerini ýüze çykaryp, şolardan birini ýa-da birnäçesini saýlap hem-de her bir aýry bazar bölegi üçin harydy we marketing toplumyny işläp taýýarlamaly. Şonda satyjy maksimal netijelilik bilen maksatly bazarlar üçin niýetlenen harytlary işläp taýýarlamakda jemlenip, nyrhalaryň derejesini kadalaşdyryp, ýaýraduş ýollaryny we mahabat serişdelerini saýlap bilýär. Kärhana öz marketing tagallalaryny ýaýratman, onuň harydyna isleg bildirýän alyjylara marketing tagallalaryny jemläp bilýär.

*Maksatly marketingiň esasy tapgyrlary.* Birinji tapgyr – bazary böleklemek, ýagny bazary bellibir toparlara bölmek, olar öz zerurlyklary, häsiýetleri ýa-da özlerini alyp barşy boýunça tapawutlanýarlar we olara hyzmat etmek üçin bellibir harytlar ýa-da marketing toplumlar gerek bolýar. Bazary böleklemek we alnan bazar böleklerini häsiýetlendirmek üçin kärhana dürli usullary ulanýar. Ikinji tapgyr – bazaryň maksatly böleklerini saýlamak. Bu tapgyrda kärhana bazaryň aýry-aýry bölekleriniň özüne çekijiligini bahalandyryp, özleşdirmek üçin bir ýa-da birnäçe bazar böleklerini saýlaýar. Üçünji tapgyrda harydyň bazarda ornuny tapdyrmak – bellibir harydyň bäsdeşlige ukyply ýagdaýyny kemala getirmegini we onuň üçin jikme-jik marketing toplumyny döretmegini öz içine alýar.

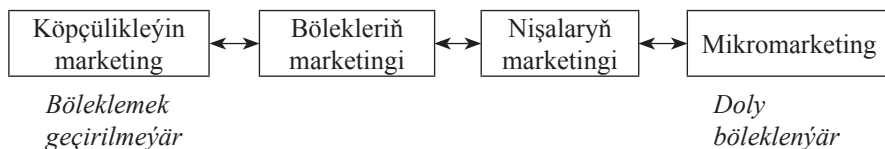
### ***Bazary böleklemek***

Bazarlar alyjylardan durýar, alyjylar bolsa dürli häsiýetleri bilen biri-birinden – öz zerurlyklary boýunça, alyjylyk garaýyşlary we alyjylyk endikleri boýunça tapawutlanýarlar. Bazary böleklemekde kärhanalar dürli uly bazarlary kiçi (we has birmeňzeş) bölekler bölýärler, şeýle ýagdaýda bölekleriň özboluşly zerurlyklaryna laýyklykda olara netijeli hyzmat edip bolýar.

## **6.1. Bazary böleklemegiň derejeleri**

Her bir alyjynyň öz zerurlyklary tapawutly bolýar, şonuň üçin her bir alyja aýratyn bazar hökmünde seredip bolýar. Şeýlelikde, satyjy olaryň her haýsýsy üçin aýratyn marketing maksatnamasyny

işläp taýýarlamaly. Käbir kärhanalar alyjylary has uly klaslaryň, olaryň haryda bolan öz talaplary bilen we marketing stimullara jogap täsirleri bilen ýüze çykarjak bolýarlar. Şeýlelikde, bazaryň böleklelenişi birnäçe dürli derejelerde geçirilýär. Kärhanalar bazary böleklemän bilýär (köpçülikleýin marketing), doly bölekläp bilýär (mikromarketing) ýa-da aralyk derejede bazary bölekläp bilýär (bazar bölekleriň marketingi ýa-da nişalary saýlamaga gönükdirilen marketing) (6-njy surat).



6-njy surat. Bazary böleklemeğiň derejeleri

### ***Köpçülikleýin marketing***

XX asyrdaky sarp ediş harytlaryny öndürýän kärhanalaryň köpüsi köpçülikleýin marketingi ileri tutdular, ýagny harydy köpçülikleýin öndürmek, köpçülikleýin ýaýratmak, bir harydy hemme alyjylar üçin köpçülikleýin herekete getirmek. Meselem, Genri Ford bu marketing strategiýasyny ulandy, ýagny hemme sarp edijiler üçin Model T Fordy teklipti. *Coca-Cola* kompaniýasy hem özüni edil şolar ýaly alyp bardy – hemme sarp edijiler üçin bir içgini öndürdi.

Şular ýaly ugurda maksimal uly bolup biljek bazar emele gelýär, bu bolsa çykdajylaryň peselmegine getirýär hem-de nyrlaryň peselmegine ýa-da girdejiniň ulalmagyna getirýär. Ýöne häzir köp ýagdaýlaryň netijesinde köpçülikleýin marketingi ulanmak kynlaşdy. Dünýäniň köpçülikleýin bazarlary has ownuk birnäçe bazar böleklerine bölündiler. Ilatyň şeýle toparlary üçin özüne çekýän harydy ýa-da marketing maksatnamasyny döretmek örän kyn. Mahabat serişdeleriniň we ýaýraduş ýollarynyň uly ösüşi hem köpçülikleýin marketingi ulanmaklygy kynlaşdyrdy.

Sarp edijileriň dürli harytlary satyn almagyna köp dürli mümkinçilikleri bar: ýöriteleşdirilen dükanlara we supermarketlere poçta arkaly, kataloglar ýa-da internetiň wirtual dükanlaryna we söwda kompýuter torlaryna berkidilen öý kompýuterleri arkaly talapnama



edip bilýär. Dürli harytlar, ýollaryň sany barada maglumatlar köp – telewideniýe, radio, interaktiw režimde işleýän kompýuter torlar, internet faksy we telemarketingi ulanýan telefonizirlenen gulluklar, bazaryň aýry-aýry nişalaryna bagyşlanan ýöriteleşdirilen žurnallar we beýleki çap edilen önümler. Şonuň üçin kärhanalarynyň köpüsi häzir köpçülikleýin marketingden bazary böleklenen marketing tarapyna öwrülýärler.

### ***Bazarlary böleklemek***

Bazar bölekleriň marketingi – bazaryň bir ýa-da birnäçe böleklerine degişli sarp edijileriniň özboluşly zerurlyklaryna uýgunlaşdyrylan harytlyry we hyzmatlary kärhana tarapdan hödürlemekdir.

Bazar bölekleriň marketingini ulanýan kärhanalar öz zerurlyklarynda we özüni alyp barşynda alyjylaryň tapawutlanýandygyna düşünyärler. Kärhana aýry-aýry bazar böleklerini ýüze çykaryp, olary zerurlyklaryna laýyk bolar ýaly öz bazar tekliplerine uýgunlaşdyrýar. Meselem, belli otel *Mariott* dürli bazar böleklerine hyzmat edýär – işewürleri, maşgala bolup syýahat edýän adamlary we başgalary – her bir toparyň zerurlyklary üçin hyzmatlaryň laýyk toplumlary işlenilip taýýarlanan. *GM* kompaniýasy girdejiniň dürli derejeli we dürli ýaşdaky sarp edijiler üçin belligir modellerini döretdi – bu model Buik Park Avenue uly ýaşly baý sarp edijiler üçin niýetlenen.

Köpçülikleýin marketing bilen deňeşdirilende bazar bölekleriň marketingi sarp edijilere goşmaça peýdalary berýär. Kärhana gowy hyzmat edip biljek sarp edijilere harytlaryny ýa-da hyzmatlaryny, ýaýradyş ýollaryny we täsir edýän maksatnamalaryny gönükdirse, onuň işi has netijeli bolar.

### ***Bazaryň nişalarynyň derejesindäki marketing***

Bazaryň bölekleri – alyjylaryň uly toparlary bolup, olary şol bazarda deňeşdirip bolýar. Bazaryň nişalarynyň derejesindäki marketing şu bazar bölekleriň içinde bar bolan kiçi toparlarda jemlenýär. Nişa (lat. «nidus» – höwürtege) sarp edijileriniň belligir kiçi topary bolup, muny bazar bölegini kiçi bölekler bolup ýa-da anyk ýüze çykarylan aýratynlyklary sarp edijileriniň toparlaryny ýüze çykaryp alyp bolýar. Şu toparyň wekilleri peýdany we rahatlygy aýratyn gabatlap, harydy satyn almaga dyrjaşýarlar.

Bazar bölekler uly bolup, olar birnäçe bäsdeşleri özüne çekýärler, nişalar ölçegleri boýunça kiçi bolýar. Onda, esasan, bir kärhana ýa-da az bäsdeş-kärhanalar işleýär. Nişalarda işleýän kärhanalar öz nişalarynyň wekilleriniň zerurlyklaryna çuňňur düşünişip, kanagatlandyryp bilýärler, şonuň üçin sarp edijiler kärhananyň harytlaryna we hyzmatlaryna has ýokary nyrlary tölemäge taýyn. Meselem, *Ferrari* firmasy öz awtomobillerine örän ýokary nyrlary belleýär, sebäbi oňa wepaly alyjylar başga awtomobilleriň şular ýaly hilini, rahatlygyny we ýokary derejede hyzmat edip bilmejekdigine göz ýetirýärler.

Kiçi kärhana nişalarda işläp bäsdeşlige garşy durup bilýärler, olar öz çäkli resurslaryny has uly bäsdeşleriň gözleg meýdanyndan çykan az sarp edijilere hyzmat etmeklikde öz çäkli resurslaryny jemleýärler. Ýöne uly kompaniýalar hem öz işlerinde bazar nişalarynyň derejesinde marketingi ulanýarlar. Meselem, *Amerikan Express* öz müşderilerine diňe adaty «ýaşyl kartoçkalary» däl-de, eýsem, «altyn kartoçkalary», «korporatiw kartoçkalary» we «platina kartoçkalary» hödürleýär, bular onuň kartoçkalarynyň eýelerinden 28 millionyndan 1% nişany hyzmat etmek üçin almaga niýetlenen. *Nike* kompaniýasy hem edil şular ýaly işleýär, ýagny ol diňe basketbol, ýeňil atletika we futbol üçin sport eşiklerini öndürmän, eýsem, sportuň az sanly belli görnüşleri üçin, ýagny welosiped we köçe hokkeyi üçin sport eşiklerini öndürýär.

### ***Mikromarketing***

Bazar bölekleriň marketingi we bazar nişalarynyň marketingi bilen meşgullanýan hünärmenler öz tekliplerini we marketing maksatnamalaryny bazaryň dürli bölekleri üçin uýgunlaşdyrýarlar. Şol wagt hem olar öz tekliplerini her bir aýry sargyty üçin taýýarlaýarlar. Şeýlelikde, bazar bölekleriň marketingi we bazar nişalarynyň marketingi köpçülikleýin marketingiň we mikromarketingiň aralygynda ýerleşýär.

Mikromarketing bellibir ýerde ýaşaýan aýry-aýry adamlaryň we şahsyýetleriň aýry-aýry zerurlyklaryna harytlary hem marketing maksatnamalaryny uýgunlaşdyrmakdyr. Mikromarketing öz içine lokal (ýerli) we individual marketingi birleşdirýär.

Mikromarketing maksatly marketingiň formasy bolup, onda kärhana öz marketing maksatnamalaryny anyk kesgitlenen geografiki, demografiki, psihografiki we häsiýet bazar bölekleriniň zerurlyklaryna gönükdirýär.

### ***Lokal marketing***

Lokal marketing – lokal sarp edijilik toparlarynyň, ýagny bellibir ýerde ýaşayan ýaşajylaryň (şäher, etrap, mikrorayon) we aýry-aýry dükanlara barýan sarp edijileriň zerurlyklaryna laýyk söwda markalaryny we harytlaryny herekete getirmek boýunça çäreleri ýörite saýlamakdyr. Meselem, *Sears* we *Wal-Mart* bölek satuw söwdasy bilen meşgullanýan kompaniýalar öz dükanlarynyň haryt assortimentini saýlap, olaryň müşderileriniň özboluşlylygyna satuwyny höweslendirme maksatnamalaryny uýgunlaşdyrýarlar, *Citibank* bolsa öz bölümlerinde ýerleşýän demografiki aýratynlyklaryna görä bank hyzmatlarynyň dürli görnüşlerini hödürleýär.

Ýöne lokal marketingiň birnäçe ýetmezçilikleri bar. Kärhana möçberiň hasabyna tygşytlap, önümçilik we marketing harajatlaryny ulaldyp bilýär. Ol haryt hereketi gurnalanda hem meseleleri döredip bilýär, sebäbi kärhanalar dürli sebitleýin we ýerli bazarlaryň dürli talaplaryny kanagatlandyryjak bolýar. Haryt we umuman, taglymat (başlangyç) dürli ýerler üçin tapawutlansa, söwda markasynyň umumy imidžine hem şikeş ýetirip bilýär. Ýöne şonda-da lokal marketingiň artykmaçlyklary onuň ýetmezçiliklerinden köp.

### ***Indiwiidual marketing***

Indiwiidual marketing – aýry-aýry sarp edijileriniň zerurlyklaryna haryt assortimenti we marketing maksatnamalaryny uýgunlaşdyrmakdyr.

Meselem, *Dell Computer* kompaniýasy ýörite saýlanan tehniki we maksatnama üpjünçiligi bilen her alyja kompýuterleri indiwiidual eltip bilýär. *Becton-Diskinson* kompaniýasy lukmançylyk harytlaryny üpjün edýän uly firmalaryň biri, öz önümlerini indiwiidual sargyt ulgamy boýunça alyjy keselhanalara hödürleýär. Öz alyjylaryna firma indiwiidual belgileme, gaplama we maksatnama üpjünçiligini işläp taýýarlaýar we hödürleýär. Hil gözegçiligi we hasaplaşyklar (şçyotlary, nakladnoýlary ýazmak) hem indiwiiduallaşdyrylan.

*Motorola* firmanyň satyjylary hem öz alyjylarynyň isleglerini, ýagny peýjerleriň dizaýny barada maglumatlary kompýutere salyp, fabrika iberip, önümçilige goýberilýär. Taýýarlanylş hadysasy 15 minut dowam edýär. Iki sagatdan sargyt edilen peýjerler goýberilmäge taýyn. Oba hojalyk tehnikasyny öndürmek boýunça *John Deer* kompaniýasy köpçülikleýin önümçilikde individual ugry ulanýar, ýagny dürli alyjylaryň talaplaryny hasaba alyp, iki milliona golaý modelleri hödürleýär. Tehnika islendik toplumlarda ýa-da konweýerde ýekeje nusgada öndürilýär.

### ***Sarp edijilik bazary bölekleme***

Bazary böleklemeğiň uniwersal ugry ýok. Maksimal obýektiw-lilik bilen bazaryň gurluşyna baha bermek üçin marketing boýunça hünärmen birnäçe üýtgemeleriň esasynda olary aýratyn ýa-da başgalar bilen bilelikde ulanyp, bazary böleklemeğiň dürli wariantlaryny derňemelidir.

Sarp edijilik bazarlary bölekleme üçin ulanylýan käbir üýtgeşmeler.

#### *I. Geografiki ýörelge boýunça.*

1. Sebit (dag, merkezi demirgazyk-günbatar, merkezi günorta-günbatar, merkezi demirgazyk-gündogar, merkezi günorta-gündogar we başgalar).

2. Şäher (ýaşaýanlaryň sany – 5 müňden az, 5-20 müň, 20-50 müň, 50-100 müň, 100-250 müň, 250-500 müň, 0,5-1 mln., 1-4 mln., 4 mln. we ondan köp).

3. Ilatyň dykzlygy (şäher, oba).

4. Klimat (ýyly, sowuk).

#### *II. Demografiki ýörelge boýunça.*

1. Ýaşy (6 ýaşa çenli, 6-11, 12-19, 20-34, 35-49, 50-64, 65 we ondan köp).

2. Jynsy (erkekler, zenanlar).

3. Maşgalanyň ululygy (adam sany – 1-2, 3-4, 5 we ondan köp).

4. Maşgalanyň ýaşayş sikliniň tapgyrlary (ýaş, ýeke; çagasyz ýaş maşgala; çagasy 6 ýaşa çenli bolan ýaş maşgala; çagasy 6 ýaş we ondan uly ýaş maşgala; çagalý gartaň maşgala; 18 ýaşdan uly çagalý gartaň maşgala; gartaň, ýeke; başgalar).

5. Girdejileriň derejesi (müň amerikan dollar, 10-dan az, 10-15, 15-20, 20-30, 30-50, 50-100, 100 we ondan köp).

6. Meşgullanýan işi (akyl zähmetiň şahsyýetleri we tehniki hünärmenler; dolandyryjylar, wezipeli şahsyýetler; satyjylar; senetçiler, ussalar, prorablar, kwalifisirlenen işçiler, daýhanlar, napagadaky adamlar, talyplar, öý hojalykçylar we ş.m.).

7. Bilimi (başlangyç ýa-da ondan pes, tamamlanmadyk ýokary, ýokary, tamamlanmadyk orta, orta).

8. Dini (musulman, katolik, iudeý we başgalar).

9. Rasasy (ýewropeoid, mongoloid, negroid).

10. Milleti (türkmenler, orslar, amerikanlylar, angliçanlar, fransuzlar, nemesler, italyanlar, ýaponlylar we başgalar).

### III. *Psihografiki ýörelge boýunça.*

1. Jemgyýet synpy (aşaky synpyň aşaky gatlagy, aşaky synpyň ýokarky gatlagy, ortaky synpyň ýokarky gatlagy, ortaky synpyň aşaky gatlagy, ýokarky synpyň aşaky gatlagy, ýokarky synpyň ýokarky gatlagy).

2. Ýaşayşynyň stili (ýaşlar, sport, elita, bogemnyý we başgalar).

3. Şahsy häsiýetleri (ulumsylyk, abraýyňy ornaşdyryjylyk – awtoritarlyk, hyjuwlylyk, süri instinktli we başgalar).

### IV. *Häsiýetli ýörelgesi boýunça.*

1. Gözleýän peýdasy (hil derejesi, hyzmat edilişiniň derejesi, tygşylylyk).

2. Isleg bildirilýän derejesi (ýok, orta, ýokary, hökmany).

3. Haryda bolan gatnaşygy (täsin galyş, položitel, barybir, otrisatel, duşmanly).

4. Harydy kabul etmäge taýýarlyk derejesi (habarly däl, habarly, gzyklanýan, isleýän, satyn aljak bolýan).

5. Harydy satyn almagyň stili (hemişe, aýratyn ýagdaýlarda).

6. Sarp edilişiniň ýygylgy (käwagt, ýgy-ýgydan, hemişe).

### ***Geografiki ýörelge boýunça bazary böleklemek***

Geografiki ýörelge boýunça bazary böleklemek – bazary dürli geografiki obýektlere: ýurtlara, sebitlere, şäherlere, mikrorayonlara bölmegi çak edýär. Onda kärhananyň önünde iki mümkinçilik açylýar – öz işini bir ýa-da birnäçe şular ýaly geografiki böleklere

jemlemek ýa-da müşderileriň geografiki ýagdaýy bilen şertlenen zerurlyklarynyň dürlüligine üns berip, hemme bazar böleklerinde işlemek bolup durýar.

Häzirki wagtda kärhanalaryň köpüsi aýry-aýry sebitleriň, şäherleriň we şäher etraplarynyň zerurlyklaryny kanagatlandyrmak üçin öz harytlaryny, mahabatyny, guramaçylyk we satuwy höweslendirmek boýunça çäreleri ýerine ýetirýärler. Meselem, *P&G* öz ýuwujy tozy Ariel-i ispan dilinde gürlleşýän sarp edijileriň uly konsentrasiýaly ýerlerinde, esasan, Los-Anjelesde, San-Diýegoda, San-Fransiskoda, Maýamide we günorta Tehasda satýar.

Başga kompaniýalar entek özleşdirilmedik çäkleri gözläp işlejek bolýarlar. Meselem, Hampton üçin, *Hampton Inns* motelleriň torlary. Tounsensdäki şäherinde (Tennessee ştatynda) jemi 329 adam ýaşaýar. Ýöne ölçegine seretmeli däl – olar uly ýoluň janly we uly böleginde ýerleşip, bu şäherçä geçýän işewürlere we dynç alýanlara hyzmat edýärler. *Hampton Inns* kompaniýasy 290 motellerden ybarat bolan torlara eýeçilik edip, şonuň birini Tounsensde açyp, soňra ýene-de şular ýaly kiçi şäherlerde 100 sany motel açdy. Şular ýaly şäherlerde çykdaýylar az, müşderiler hem az bolany üçin, kärhana jaýlary kiçiräk edip gurýar. Tounsensdäki *Hampton Inns*-iň moteli adaty bolşy ýaly, 135 nomerlik däl-de 54 nomere niýetlenen.

### ***Demografiki ýörelge boýunça bazary böleklemek***

Demografiki ýörelge boýunça bazary böleklemek diýmek, bazary şular ýaly demografiki üýtgedýänleriň esasynda sarp edijilik toparlaryna bölmekdir, ýagny ýaşy, jynsy, maşgalanyň ululygy, maşgalanyň ýaşayyş sikliniň tapgyrlary, girdejileriniň derejesi, meşgullanýan işi, bilimi, dini, rasasy we milleti. Demografiki ýörelge sarp edijilik bazarlaryny böleklemek üçin başgalara görä ýygý ulanylýar. Onuň sebäpleriniň biri – sarp edijilik zerurlyklary we sarp edilişiniň ýygýlygy demografiki üýtgeýänler bilen örän ýakyn aragatnaşykda durýanlygydyr. Başga bir sebäbi – demografiki üýtgeýänleri başga üýtgeýänlere görä aňsat ölçemek bolup durýar. Ilki bilen başga ýörelgeler boýunça, meselem, psihografiki ýa-da häsiýet ýörelge boýunça bazary böleklemek geçirilen bolsa, maksatly bazaryň ölçegine dogry baha bermek üçin we has netijeliligi eýelemek üçin bazar bölekleriň demografiki häsiýetlerini ýüze çykarmaly.

Maşgalanyň ululygy we ýaşayyş sikliniň tapgyrlary, sarp edijileriň zerurlyklary ýaşy boýunça üýtgeýär.

Käbir kärhanalar ýaşayyş sikliniň dürli tapgyryndaky dürli ýaşly sarp edijiler üçin dürli harytlary hödürlep we dürli marketing ugurlary ulanyp, ýaşy hem ýaşayyş sikliniň tapgyrlary boýunça bazar böleklemegi ulanýarlar. Meselem, kärhanalaryň köpüsinde dürli maksatly toparlara ýüzlenmek üçin önümler we mahabat serişdeleri ýörite işlenilip taýýarlanan. Meselem, *McDonald's* kompaniýasy çagalary, ýetginjekleri, ululary özüne çekmek üçin dürli usullary ulanýar. Ýetginjeklere niýetlenen mahabatda tans sazлары, dinamiki sýužetler we fragmentleriň tiz çalşygy ýaly elementler bar, ulular üçin mahabaty rahat.

Ýaşy we ýaşayyş sikliniň tapgyrlary boýunça bazary böleklemek ulanylanda marketing boýunça hünärmenler üns bilen işlemeli, sebäbi adamlaryň ýaşy ýaşayyşyň individual stiliniň, saglyk ýagdaýynyň, eýeleýän wezipesiniň, maşgala statusynyň, zerurlyklaryň we alyjylyk ukyplylygyň gowy görkezijisi bolup seýrek hyzmat edýär.

#### *Jynsy*

Jyns alamaty boýunça segmentlemek – jyns alamaty boýunça dürli toparlara bazary bölmeklikdir.

Jyns alamaty boýunça bazary böleklemek egin-eşikler, kosmetika we žurnallar söwdasynda öňden gelýär. Soňky wagtlar bazary böleklemegiň bu görnüşini başga pudaklarda işleýän kompaniýalaryň hem erkekleri, hem zenanlary peýdalanýardylar, şu günler bolsa öndürijileriň köpüsi bir jynsyň wekilleri üçin ýörite niýetlenen dezodoranty öndürýär. Ilkinji bolup *Procter&Gamble* kompaniýasy zenan bedeniniň biohimiýasyny hasaba alyp Secret dezodoranty işläp taýýarlap, bazara hödürledi. Onuň üçin laýyk gabyny we mahabatyny işläp taýýarlady. Soňky wagtlar işleriň başga sferalaryndan marketing boýunça hünärmenler jyns alamaty boýunça bazaryň böleklenişiniň mümkinçiliklerini ulanyp başladylar.

Awtomobil pudagy jyns alamaty boýunça bazary böleklemegi giňden ulanyp başlaýar. *ABŞ*-da zenanlar satylýan täze awtomobilleriň ýarysyny diýen ýaly satyn alýarlar we täze awtomobili satyn almak barada çözgüdi 80% ýagdaýlarda kabul etmäge täsir edýärler. Şonuň

üçin zenanlar awtomobil kompaniýalar üçin wajyp maksatly bazar boldular. Ýöne käbir tapawutlar bar. Zenanlaryň endamynyň ýökarky bölegi gowşak, olar howpsuzlyk barada köp pikirlenýärler. Bu meseleleri çözmek üçin öndürijiler kapotlary we багаžnikleri, olar aňsat açylar ýaly, täzededen abzallaşdyrýarlar, ýeňil kadalaşdyrylýan oturgyçlary hödürleýärler, zenanlara gowy gabat gelyän kemerleri hödürleýärler.

### *Girdejileriň derejesi*

Girdejileriň derejesi boýunça bazary böleklemek şular ýaly harytlaryň, ýagny awtomobiller, motorly gaýyklar, egin-eşik, kosmetika we syňahatçylyk ýaly hyzmatlaryň marketinginde, köplenç, ulanylýar. Kärhanalar baý sarp edijileri ajaýyp we hyzmat edilişiniň rahatlygy boýunça özüne çekjek bolýarlar.

Ýöne girdejileriň derejesi boýunça bazary böleklemegi ulanýan kärhanalar diňe baý müşderileri göz önünde tutmaýarlar. Alyjylyk ukyplylygy bolan pes bazary, ýagny girdejileri pes derejeli bazar hem köp öndürijileri özüne çekýär, sebäbi olar jemgyýetiň uly bölegini tutýarlar.

### *Psihografiki ýörelge boýunça bazary böleklemek*

Psihografiki bazary böleklemekde alyjylar dürli toparlara, jemgyýetçilik synplara degişlilikde, ýaşaýşynyň stili we şahsy häsiýetleri boýunça bölýärler. Bir demografiki topara düşen adamlar dürli psihografiki aýratynlykly bolup bilýärler.

Jemgyýetçilik synplar adamlaryň durnukly we uly toparlary bolup, bulary meňzeş bähbitleri, özlerini alyp arşy hem gymmatlyklaryň ulgamy birleşdirýär.

Jemgyýetçilik synplaryň häsiýetnamasy:

		<i>Russiya,</i>	<i>ABŞ</i>
Ýokary synp	Ýökarky gatlagy	<1%	<1%
	aşaky gatlagy	2%	2%
Ortaky synp	Ýökarky gatlagy	12%	12%
	aşaky gatlagy	30%	32%
Aşaky synp	Ýökarky gatlagy	35%	38%
	aşaky gatlagy	20%	15%



Ýokarky synpyň ýokarky gatlagy – sosial elita; bular belli maşgalalardan gelip çykyp, mirasy eýeleýärler. Bular haýyr-sogap işlere pul geçirýärler, kabul edişlikleri, çäreleri guraýarlar, birnäçe jaýlary bar, çagalaryny iň gowy mekdeplere iberýärler. «Baýlygym» bar diýip öwünmeýärler.

Ýokarky synpyň aşaky gatlagy – öz professional ukyplylygyna we şowly telekeçilik işlerine görä uly girdejili wekiller. Bular, köplenç, ortaky synpdan gelip çykýarlar. Jemgyýetçilik işlerine işjeň gatnaşýarlar, özlerine we öz çagalaryna gymmat jaýlary, howdanlary we ajaýyp awtomobilleri satyn alýarlar, çagalaryny iň gowy mekdeplere iberýärler. Olaryň ýokarky synpyň ýokarky gatlagyna degişli bolasy gelýär, ýöne bu statusa olaryň çagalary ýetmekleri mümkin.

Ortaky synpyň ýokarky gatlagy – professional işlerde ýokary wezipelere ýeten, garaşsyz telekeçilik işlerinde şowlulyga ýeten, korporasiýalarda uly wezipeleri eýeleýän adamlar. Olaryň hasaby boýunça öz şowlulygyna diňe bilimiň üsti bilen ýetip, öz çagalarynyň hem muny öwrenmegini isleýärler.

Ortaky synpyň aşaky gatlagy – işgärlerden we inžener-tehniki işgärlerden ybarat bolup, girdejileriň orta derejeli wekilleri. Ýokarky synplaryň wekillerine meňzejek bolup, belli harytlary satyn alýarlar. Olaryň köpüsi moda seredip, meşhur öndürijileriň geýimlerini we harytlaryny aljak bolýarlar. Olaryň idealy – gowy etrapda ýerleşmek, in gowy mekdepde okamak, ähli mümkinçiligi bolan jaýda ýaşamak.

Aşaky synpyň ýokarky gatlagy – zähmet ýasaýşyny alyp barýan adamlar bolup, bularyň girdejisi, bilim derejesi öz işlerine bagly bolýar. Öz garyndaşlary bilen berk gatnaşykda bolup, olaryň ykdysady we psihologiki goldawynda galýarlar, harytlar saýlananda maslahatlara we kyn şertlerde kömeklerine zerurlyk bildirýärler.

Aşaky synpyň aşaky gatlagy – bilim ýetmezçiligi sebäpli pes tölegli işleri ýerine ýetirip we sosial kömeklere mätäç bolup ýasaýan adamlar. Olar durmuş üpjünçiliginiň we haýyr-sogap guramalarynyň eklenjinde ýasaýarlar.

ABŞ-da ortaky synpyň aşaky gatlagynyň ýerine ortaky synp diýip alynýar (32%), ondan soňra bolsa işçileriň synpy gelýär (38%),

iň soňunda aşaky synpyň ýokarky gatlagy (9%) we aşaky synp gelýär (6%).

Ýaşayşynyň stili – ýaşlar stili, sport stili, elita stili, garyp düşenler stili we başgalar.

Şahsy häsiýetler – ulumsylyk, awtoritarlyk, impulsiwlik, süri instinktliligi (il nira gitse, ol hem şolar ýaly) we başgalar.

### ***Häsiýetli ýörelgesi boýunça bazary böleklemek***

Häsiýetli ýörelgesi boýunça bazary böleklemekde alyjylary olaryň harydy bilimleri, oňa gatnaşygy, ony ulanyşy we oňa täsir edişi boýunça bölýärler.

Peýdany gözlemek derejesi: ýokary hilli önümler, gowy hyzmat, pes bahaly haryt.

Önümde zerurlyk derejesi: hemişe gerek, käwagt gerek, hiç haçan gerek däl.

Önüme bolan duýgy gatnaşyk derejesi: položitel, bary bir, ters, gapma-garşylykly, entuziast.

Önümi satyn almaga taýýarlyk derejesi: satyn alasy gelenok, häzir satyn almaga taýyn däl, satyn almak üçin doly maglumat ýok, önüm bilen gyzyklanýar, önümi satyn almaga dyrjaşýar, önümi hökman satyn alar.

Kärhana ýa-da önüme islegi bolan ýagdaýynda – şu kärhananyň önümlerini hiç haçan satyn almaýar, şu kärhananyň önümlerini satyn almajak bolýar, kärhananyň önümlerini diňe pes bahaly bolsa satyn alýar, köplenç, şu kärhananyň önümlerini satyn alýar, diňe şu kärhananyň önümlerini satyn alýar.

Satyn almagyň tötänleýin derejesi: harytlary satyn almak hemişe tötänleýin häsiýetli, harytlary satyn almaklyk käwagt tötänleýin häsiýetli.

Hemişelik müşderiniň statusy – şular ýaly statusynyň ýoklugy, oň şular ýaly statusyň barlygy, bolup biljek hemişelik müşderi, harydy ilkinji gezek satyn alýar, hemişelik müşderi.

### ***Bazary köpýagdaýly böleklemek ugry***

Köplenç, marketing boýunça hünärmenleri bazary böleklemek üçin üýtgeýänleriň sanyny köpeldip, hakykatdanam has ownuk maksatly toparlary ýüze çykaryp bilýärler. Meselem, banklar öz müşderileriniň arasynda diňe üpjün edilen pensionerleri ýüze çy-

karmak bilen çäklenmän, olaryň arasyndan birnäçe bazar böleklerini – girdejileriň meňzeş derejesi, ýaşaýşynyň stili boýunça we başgalary ýüze çykaryp bilýärler.

Esasanam, kärhanalar ilki bilen bir üýtgeýäniň esasynda bazary bölekläp başlaýarlar, soňra başga bir üýtgeýänleri goşýarlar.

«Geodemografiki» usul köpýagdaýly bazary böleklemegiň has geljekki usuly hasaplanylýar. Dürli täjirçilik maglumat gulluklary ilatyň ýazuwynyň maglumatlaryny, adamlaryň ýaşaýş şekili boýunça maglumatlary ulanmak bilen sarp edijiler barada doly häsiýetnama berip, marketing boýunça hünärmenlere bazarda işlemäge kömek edýärler.

#### *Guramaçylykly sarp edijileriň bazarlarynyň böleklenilişi*

Sarp edijilik we önümçilik niýetli harytlaryň bazarlarynda işleýän marketing boýunça hünärmenler öz bazarlaryny böleklemek üçin şol bir üýtgemeleri ulanýarlar. Önümçilik niýetli önümleri satyn alýan guramaçylykly sarp edijileriň bazaryndaky alyjylary geografi-ki ýörelge, sarp edilişiniň ýygylgy, isleg bildirmek ýagdaýy we hary- da bolan gatnaşygy boýunça bazary bölekläp bolýar. Mundan başga- da, guramaçylykly sarp edijileriň bazarlarynda işleýän marketing boýunça hünärmenler käbir goşmaça üýtgeýänleri ulanýarlar. Bulara sarp ediji kärhanalaryň demografiki häsiýetleri (pudagyň, kärhananyň ululygy), tehnologi-ki häsiýetler, satyn alyşlaryň guramaçylygyna ugurlar, hadysalaýyn ýagdaýlar we individual häsiýetler degişlidir.

#### ***Demografiki häsiýetler***

1. Pudak. Öz tagallalarymyzy biziň harytlarymyzy satyn alýan önümçiligiň haýsy pudaklarynda jemlemeli?

2. Kärhananyň ululygy. Haýsy kärhanalardan (ululygy boýunça) ugur almaly?

3. Ýerleşşi. Haýsy sebitlere jemlenmeli?

#### ***Tehnologiki görkezijiler***

1. Tehnologiýa. Haýsy tehnologiýalarda jemlenmeli?

2. Ulanyjynyň statusy. Harydymyzy ulanýan haýsy işjeň, aralyk işjeň ýa-da gowşak ulanyjylara jemlenmeli?

3. Sarp edijiniň mümkinçilikleri. Haýsy sarp edijilerde jemlen- meli – hyzmatlaryň uly möçberine zerurlyk bildirýän ýa-da hyz- matlaryň az möçberi bilen kanagatlanýan sarp edijiler?

### ***Harytlary satyn almagyň guramaçylygynyň ulgamy***

1. Harytlary satyn almak işiniň gurnalyşy. Ünsi nämä jemlemeli – harytlary satyn almagyň merkezleşdirilmeginiň ýokary derejeli kärhanalaryna ýa-da harytlary merkezleşdirilmedik usulda satyn alýan kärhanalara?

2. Artykmaçyklaryň gurluşy. Nämä üns bermeli – has ösen tehnologiýaly, berk maliýe ýagdaýly ýa-da marketingli kärhanalara?

3. Bar bolan gatnaşyklaryň tebigaty. Nämede jemlenmeli – durnukly gatnaşyklarymyz bolan kärhanalar ýa-da işlemäge isleg bolan kärhanalar?

4. Harytlary satyn almagyň umumy syýasaty. Nämä üns bermeli – lizing (maliýe kärendesi) ýa-da şertnamanyň esasynda hyzmat etmeklik, harytlary ulgamlayyn satyn almak ýa-da bellenen nyrhlar boýunça harytlary satyn almak ýaly hyzmatdaşlygyň görnüşlerini ileri tutýan kärhanalar?

5. Harytlary satyn almagyň ölçegleri. Harytlaryň hiline, hyzmat edilişine ýa-da nyrlara ilki bilen ugur alýan kärhanalar bize gerekmi?

### ***Hadysalawyň ýagdaýlar***

1. Möhleti. Önümi ýa-da hyzmaty üpjün etmegiň gysga wagty zerur bolan kärhanalara ünsi jemlemelimi?

2. Harydy ulanmaklygynyň aýratynlyklary. Biziň harydymyzy ulanmaklygyň bellibir anyk usulynda ýa-da ähli mümkin usullarynda ünsi jemlemelimi?

3. Sargydyň ululygy. Haýsy sargytlary ileri tutmaly – ulumy ýa-da kiçimi?

### ***Indiidual häsiýetler***

1. Alyjynyň we satyjynyň meňzeşligi. Biziň işgärlerimize we gymmatlyklarymyza meňzeş kärhanalara jemlenmelimi?

2. Töwekgelçilige gatnaşyk. Ýygy-ýygydan töwekgelçilik edýän ýa-da töwekgelçilikden gaçýan kärhanalara jemlenmelimi?

3. Kärhananyň harytlaryna (hyzmatlaryna) bolan isleg. Öz üpjün edijilerine bolan islegiň ýokary derejesini görkezýän kärhanalara ünsi jemlemelimi?

Bazaryň bellibir böleklerini saýlap, kärhana bütin bazar boýunça müşderini gowy kanagatlandyrmaga mümkinçilik alyp, onuň zerurlyklaryna ünsli gatnaşyk üçin ýokary sylag alyp bilýär.

### ***Halkara bazarlary bölekleme***

Käbir kärhanalar ýeterli resursly bolup, öz işini köp ýurtlara ýaýratmaga taýýar. Käbir uly kompaniýalar, meselem, *Coca-Cola* ýa-da *Sony* öz harytlaryny dünýäniň 200-den gowrak ýurtlarynda satýarlar, ýöne halkara bazarlarynda işleýän kompaniýalaryň köpüsi az ýurtlarda işleýärler. Halkara bazarda işlemegiň öz kynçylyklary bar. Dürli ýurtlarda öz ykdysadyýeti, medeniýeti we syýasy ulgamy bilen gaty tapawutlanyp bilýärler. Şonuň üçin transmilli kompaniýalar dürli sarp edijilik zerurlyklary we özlerini alyp barşy, öz içki bazarlarynyň böleklenişini ýaly bölmelidirler.

Halkara bazarlaryny bir ýa-da birnäçe üýtgeýänleriň hasabyna bölekläp bolýar. Geografiki ýörelge boýunça sebitlere degişlilikde, ýurtlary toplaý, bölekläp bolýar: Günbatar Ýewropa, Ýuwaş umman sebiti, Ýakyn Gündogar ýa-da Afrika. Köp sebitleriň ýurtlary geografiki taýdan bazar toparlaryna eýýäm gurnalan – «Erkin söwdanyň zolaklary»; Ýewropa soýuzy, Erkin söwdanyň Ýewropa assosiasiyasy ýa-da Erkin söwdanyň demirgazyk amerikan assosiasiyasy. Şular ýaly assosiasiyalar gatnaşygy ýurtlaryň arasyndaky päsgelçilikleri peseldip, göwrümi boýunça has uly we has birmeňzeş bazary döredýärler.

Geografiki taýdan bazary bölekleme – goňşy ýurtlaryň köp meňzeş häsiýetleriniň we özüni alyp barmagyň häsiýetleriniň barlygyny çak edýär. Köp ýagdaýlarda şular ýaly bolýar, ýöne käbir üýtgemeler hem bar. Meselem, *ABŞ* bilen Kanadanyň arasynda ýakyn zatlar medeni we ykdysady taýdan meňzeş bolsa-da, ýerleşişini boýunça Meksikadan tapawutlanýarlar (*NAFTA* – North American Free Trade Agreement – Erkin söwda baradaky demirgazyk amerikan ylalaşygy). Sarp edijiler bir sebitiň çäklerinde hem tapawutlanyp bilýärler.

Käbir dünýä bazarlaryny ykdysady ýagdaýlaryň esasynda hem bölekläp bolýar. Meselem, ýurtlary ilatyň girdejisiniň derejesi ýa-da ykdysady ösüşiniň umumy derejesi boýunça toparlara bölüp bolýar. Käbir ýurtlaryň, meselem, *ABŞ*-yň, Beýik Britaniýanyň, Fransiýanyň, Germaniýanyň, Ýaponiýanyň, Kanadanyň, Italiýanyň – gadymy döp-dessurly ösen durnukly ykdysadyýeti bar. Käbir ýurtlary ösen industrial ýa-da ösýän topara eltip bolýar (Singapur, Taýwan, Günorta Koreýa, Braziliýa, Meksika). Galan ýurtlar ykdysady manyda has gowşak (Hytaý, Hindistan). Ýurduň ykdysady gurluşy

şu ýurduň ilatynyň harytlara we hyzmatlara bolan zerurlyklaryny häsiýetlendirýär, şeýlelikde, şu ýurtda bar bolan marketing mümkinçilikleri häsiýetlendirilýär.

Ýurtlary syýasy-hukuk ýagdaýlar boýunça hem döwlet gurluşynyň görnüşi, hökümetiň durnuklylygynyň derejesi, proteksionizmiň (kapitalistik ýurtlarda ýerli kapitally daşary ýurt bäsdeşliginden goramak syýasatynyň tarapyny tutýan ulgam) derejesi, karz-pul syýasaty, býurokratizasiýanyň derejesi boýunça bazary bölekläp bolýar. Bu ýagdaýlar ýurtlary saýlamaklyga we işleri alyp barmaklygyň usullaryna täsir edýär. Medeni ýagdaýlaryň esasynda bazarlary dili, dini, gymmatlyklaryň ulgamy, döp-dessurlar we özlerini alyp baryş modelleri boýunça bölekläp bolýar.

Halkara bazarlary geografiki, ykdysady, syýasy, medeni we başga ýagdaýlaryň esasynda böleklemek – bazar bölekleriň birnäçe goňşy ýurtlardan durnuklylygyny çak etmegidir. Ýöne kärhanalaryň köpüsi başga ugur, ýagny bazaryň arasyndaky bölekleme diýip atlandyrylan ugry ulanýarlar. Bu ugry ulanyp, olar meňzeş zerurlyklary we alyjylyk taýdan özüni alyp barşy meňzeş sarp edijileri, bir ýa-da dürli ýurtlarda ýerleşse-de sarp edijileriň bazar böleklerini emele getirýärler. Meselem, Mercedes-Benz ýaşayan ýerine seretmän, bütin dünýädeki baý müşderilere öz işini gönükdirýär. *Pepsi* kompaniýanyň mahabaty bütin dünýäniň ýetginjeklerine gönükdirilen, onuň esasy temalary ýaşlar, sport oýunlary we rok-sazydyr. Ýakyn wagtda geçirilen derňewler 26 ýurduň 6500 ýetginjegine gönükdirilen, ýagny bütin dünýä boýunça ýetginjekler meňzeş ýaşayarlar. Bir bilermeniň belleýşi ýaly: «Dürli ýerlerden – Rio-dan Delä çenli kolany içýän..., Bigmaky iýýän,... Internet boýunça «gezyän» ýetginjege duşup bolýar. Internasionaý ýaşlaryň eşikleri hem bar diýip bolýar: geýlen jinsiler (*Lewis* ýa-da *Diesel*), *Nike* ýa-da *Doc Martens* firmanyň futbolkasy, köwşi we deriden kurtka». Kompaniýalaryň köpüsi öz maksatly topary boýunça ýetginjekleri saýlap, dünýäniň dürli ýurtlarynda birmeňzeş harytlary we mahabat ýüzlenmelerini ulanýarlar. Ýakyn *Pepsi* kompaniýasy 16 ýurduň bazarlaryna (Beýik Britaniýa, Awstraliýa, Ýaponiýa we başgalar) *Pepsi Max* diýen şekersiz, täze içgini goýberdi. Onuň mahabaty üçin hemme ýurtlarda ýetginjeklere niýetlenen şol bir serişdeleri ulandy, sebäbi olar öz isleýşi ýaly ýaşaslary gelýär.

## 6.2. Bazary bölmekligiň peýdalylygy. Maksatly bazara baha bermek we marketing ugruny saýlamak

Bazary böleklemegiň köpdürli usullarynyň barlygy belli, ýöne bu usullaryň hemmesi deň derejede peýdaly däl. Meselem, aşhana duzuny alyjylaryny blondinlere we brýunetlere bölüp bolýar. Ýöne, saçlaryň reňkiniň duzuň satyn alnyşyna täsir etmeýändigini belli. Mundan başga-da, hemme alyjylar her aý duzuň şol bir mukdaryny satyn alyp, şol bir duzy hemişe üýtgetmän dur we şol bir bahany töläsleri gelip, hasaplap, şolar ýaly bazary böleklemekden kompaniýa hiç hili peýda almaýar.

Bazary böleklemekden peýda alynjak bolsa, bazar bölekleriň şular ýaly häsiýetleri bolmaly:

1. Ölçäp bolýanlygy;
2. Elýeterlilik;
3. Manylylygy;
4. Başgalardan tapawutlylygy;
5. Peýdalylygy.

1. Ölçäp bolýanlygy. Bazar bölekleriň göwrümünü ölçemegiň, alyjylyk ukyplylygynyň derejesini hem başga häsiýetleri ölçemegiň usullary we serişdeleri bolmaly. Bazary böleklemegiň käbir üýtgeýänlerini ölçemek kyn. Meselem, *ABŞ*-da 32,5 mln çepbekeý adamlar – bu bolsa bütin Kanadanyň ilatyna deň. Ýöne käbir kärhanalar şu bazar bölegine öz işini gönükdirýärler. Ýöne munuň sebäbi belkem bu bazar bölegini ýüze çykaryp we ölçemek kyndyr. Çepbekeý adamlar barada demografiki maglumatlar ýok we geçirilýän ýazgyda şu aýratynlyk barada soraglar ýok. Hususy maglumat kompaniýalara çepbekeý adamlar degişli däl bolansoň, olar bir topar demografiki bazar bölekler boýunça statistiki maglumatlaryň köpüsini ýygnap bildiler.

2. Elýeterlilik. Bazar böleklerini eýelemek we olara hyzmat etmek aňsatmy? Meselem, parfýumeriýa öndürýän kompaniýa şeýle zat ýüze çykardy, ýagny onuň önüminiň işjeň sarp edijileri bolup sallah zenanlar we erkekler çykyş edip, öýe giç gaýdyp, jemgyýetçilik işler bilen işjeň meşgullanýarlar. Şu adamlar bir ýerde ýaşamasa,

bellibir dükanlarda harytlary satyn almasalar, bellibir köpçülikleýin maglumatlar serişdesine ýüzlenmeseler, olary maksatly bazar bölegi diýip hasaplap bolmaýar.

3. Manylylygy. Bazar bölekleri peýdaly bolar ýaly, olar uly bolmalydyr. Her bir bazar bölegi uly bolmaly, sebäbi onuň üçin ýörite marketing maksatnamasy işlenilip taýýarlanylýar. Meselem, ýeňil awtomobilleri öndürijiler üçin ýörite «bir metr ýigrimi» boýludan pes boýly sarp edijiler üçin ýörite modeli işläp taýýarlamak peýdaly däl.

4. Başgalardan tapawutlylygy. Bazar bölekleriň anyk görkezilen tapawutly häsiýetleri bolmaly, onuň wekilleri marketing toplumynyň dürli elementlerine dürlüçe täsir etmeli. Eger-de maşgalaly zenanlar we durmuşa çykmadyk gyzlar parfýumeriýanyň satuw usullaryna meňzeş täsir edýän bolsalar, olary dürli bazar böleklerine eltmeli däl.

5. Peýdalylygy. Laýyk bazar böleklerini özüne çekmek we hyzmat etmek üçin netijeli maksatnamalary işläp taýýarlamaly. Meselem, kiçiräk awiakompaniýa ýedi sany bazar böleklerini ýüze çykarsa, ol her haýsýsý üçin aýry marketing maksatnamasyny işläp taýýarlamaz, sebäbi olara hyzmat etmek üçin onuň resurslary ýetmeýär.

### ***Maksatly bazarlara baha bermek we saýlamak***

Bazary böleklemek kärhananyň önünde marketingdäki täze mümkinçilikleri açýar. Kärhana dürli bazar böleklerine baha berip, maksatly bazar bölegi hökmünde näçe we haýsy bazar böleklerini saýlamaklyk barada çözügüt kabul etmeli.

### ***Bazaryň böleklerine baha bermek***

Bazaryň dürli böleklerine baha berlende kärhana üç ýagdaýy hasaba almalydyr: bazar böleginiň ululygy we onuň ösüşiniň potensialy, bazar böleginiň özüne çekijiligi hem şu bazar bölegine gatnaşykda kärhananyň mümkinçilikleri. Ilki bilen kärhana häzirki satuwyň göwrümi barada maglumatlary, olaryň ösüş depginleri barada we her bir bazar böleginde garaşylýan girdejililik barada maglumatlary ýygnaý seljermeli. Kärhanany laýyk ölçegli we ösüş görkezijili bazar bölekleri gyzkandyrýar. Ýöne «laýyk ölçegler we ösüşiniň görkezijileri» diýen düşünjeler oňositeldir. Uly we tiz ösýän bazar bölekleri islendik kärhana üçin iň bir özüne çekiji obýektler bolup bilmeyärler. Ownuk kompaniýalar uly bazar böleklerine



hyzmat etmek üçin ýeterlik resurslaryň ýokdugyny we bu bazar bölekleriniň bäsdeşligiň uly derejesi bilen tapawutlanýandygyny ýüze çykaryp bilýärler. Şular ýaly kompaniýalar kiçi ölçegli pesräk özüne çekiji bazar böleklerini ileri tutýarlar, bular şu kompaniýalar üçin has girdejili bolar.

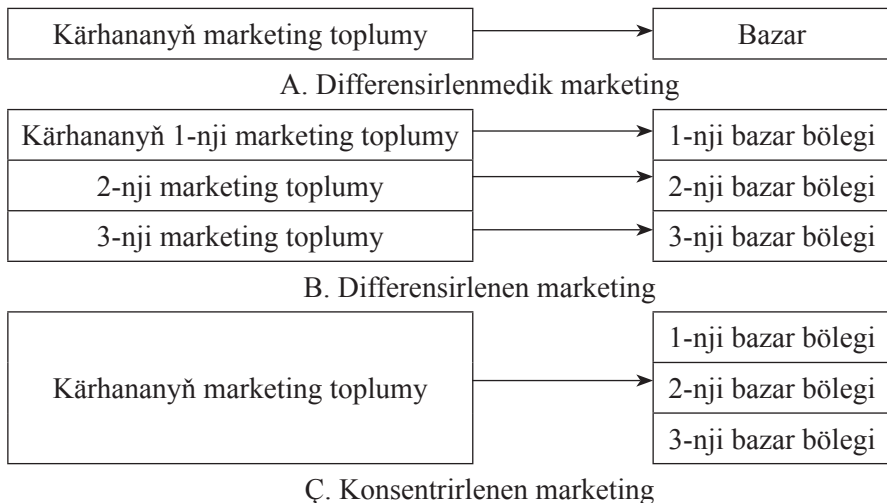
Her bir bazar böleginiň uzak wagtlaýyn özüne çekijiligini kesgitleýän esasy gurluş ýagdaýlaryň käbirlerine kärhana seretmelidir. Meselem, bazar böleginiň şonda has güýçli we aggressiw bäsdeşleri hereket etse – özüne çekijiligi peselýär. Bar bolan we bolup biljek çalşyp bolýan harytlaryň köpüsi kärhananyň nyrhларыna täsir edip, şu bazar böleginde alyp biljek girdejisiniň göwrümini azaldyp biler. Bazar böleginiň özüne çekijiligine alyjylaryň täsiri uludyr. Eger-de bir bazar böleginde alyjylar has uly (öz bähbitlerini gorap bilýän) satyja garanynda bazar ýagdaýyny görkezýän bolsa, olar nyrhларыň peselmegini we harytlaryň ýa-da hyzmatlaryň hiliniň ýokarlanmagyny talap edip bilýärler ýa-da bäsdeşleri biri-birine gapma-garşy edip bilýärler – bularyň hemmesi kärhananyň girdeжилiliginiň peselmeginiň hasabynadyr. Eger-de bazar bölegi güýçli üpjün edip işläp, nyrhlara gözegçilik etmäge we sargyt edilýän harytlaryň ýa-da hyzmatlaryň hilini ýa-da sanyny peseltmäge ukyply bolsa, bazar böleginiň hem özüne çekijiligi pes bolup biler.

Bazar böleginiň laýyk ölçegleri, ösüş depginleri we laýyk gurluşy bar bolsa-da, kärhana şu bazar bölegine laýyklykda öz maksatlaryny we resurslaryny seljermelidir. Käbir özüne çekiji bazar bölekleri, kärhananyň uzak wagtlaýyn maksatlaryna laýyk gelmeýändigini sebäpli aýyrmaly bolýar. Eger-de bazar bölegi kärhananyň maksatlaryna laýyk gelyän bolsa, ol öz ýeterlik tejribesiniň we resurslaryň bardygyny ýüze çykarmaly. Kärhana diňe öz deňşdirilýän artykmaçlyklaryny ulanyp biljek bazaryň boleginde işlemelidir.

### ***Maksatly bazary saýlamak***

Dürli bazar böleklerine baha berlenden soňra, kärhana hyzmat etjek bazar bölekleriniň sany we görnüşi hakda çözügüt kabul etmeli. Bu maksatly bazary saýlamagyň meselesidir. Maksatly bazar kärhananyň hyzmat etjek diýlip çözügüt kabul eden umumy zerurlykly ýa-da häsiýetli alyjylaryň jeminden ybarat. Bazary eýelemegiň üç

sany strategiýasy bar: differensirlenmedik marketing, differensirlenen marketing we konsentirlenen marketing (7-nji surat).



7-nji surat. Bazary eýelemegiň üç sany strategiýasy

### ***Differensirlenmedik marketing***

Differensirlenmedik marketingiň strategiýasyny saýlamak diýmek, bazaryň bölekleriniň arasyndaky tapawutlara seretmän, bütin bazara bir teklip bilen çykmakdyr. Bu strategiýany ulanmaklyk – bazaryň bölekleriniň arasynda kiçi tapawutlar bilen böleklenen ýa-da hemme bölekler üçin harydyň özüne çekijiliginde ynamlylyk bilen şertlenen. Bu teklip bazaryň hemme bölekleri üçin umumy zerurlyklarynda jemlenen bolýar. Kärhana alyjylaryň köpüsi üçin özüne çekiji harytlary we marketing kompaniýalary işläp taýýarlaýar. Ol harydyň ýokary hiline, onuň giňden ýaýradyluşyna we köpçülikleýin mahabatyna esaslanýar, onuň maksady hödürlenilýän harydyň artykmaç häsiýetlerinde sarp edijini ynanýrmak bolup durýar.

Differensirlenmedik marketing serişdeleri tygşytlamany üpjün edýär. Harytlaryň kiçi assortimenti önümçiligiň, saklamagyň we daşamagyň gymmatyny pes derejede saklamaga mümkinçilik berýär. Satuwy höweslendirmegiň differensirlenmedik maksatnamasy ma-

habat bolan çykdaýlary pes derejede saklaýar. Aýry-aýry bazar bölekleri boýunça marketing derňewlerde we meýilnamalaşdyrmakda zerurlygyň ýoklugy sebäpli, marketing derňewlerini geçirmäge we aýry-aýry harytlar bilen işlemäge umumy çykdaýlar azalýar.

Bu strategiýa barada marketing boýunça hünärmenleriň esasly şübheleri bar. Hemme sarp edijileriň isleglerini kanagatlandyryan harydy ýa-da söwda markasyny işläp taýýarlamak – kyn işdir. Differensirlenmedik marketingi ulanýan kärhanalar, esasan, bazaryň uly böleklerine gönükdirilen tekliplerini işläp taýýarlaýarlar. Birnäçe kärhana şeýle işlese, onda bu uly bazar böleklerinde güýçli bäsdeşlik ýüze çykyp, kiçi ölçegli bazar böleklerinde teklip ýetmezçiligi bolar. Şu meselä düşünen kärhanalar bazaryň kiçiräk bölekleri bilen gyzyklanyp başlaýarlar.

### ***Differensirlenen marketing***

Differensirlenen marketingiň strategiýasyny ulanan kärhana birnäçe bazar böleklerine işini gönükdirmek barada çözgüt kabul edip, her haýsysy üçin aýry-aýry teklip işläp taýýarlaýar. *General Motors* kompaniýasy her bir «gapjyk, ýagdaý we şahsyýet» üçin awtomobilleri öndürjek bolýar. *Nike* kompaniýasy sportuň 12 we ondan hem köp görnüşi üçin – ylgamakdan, gylyçlaşmaktan we aerobikadan başlap welosport we beýsbola çenli sport aýakgaplaryny hödürleýär. Dürli önümleri we marketing ugurlary hödürleýän bu kompaniýalar her bir bazar böleginde satuwyň göwrüminiň ulalmagyna we öz ýagdaýynyň güýçlenmegine umyt edýärler. Olaryň umydy – birnäçe bazar bölegindäki tutýan has uly ýagdaý – sarp edijileriň aňynda kompaniýanyň adynyň we bellibir görnüşli harytlaryň arasyndaky durnukly baglanyşygy berkider diýip çaklamakdyr. Mundan başga-da, kompaniýalar öz harytlaryna isleg bildirýänleriň derejesini ýokarlandyryjak bolýarlar, sebäbi olaryň teklibi şu bazar böleginiň wekilleriniň zerurlyklaryny has doly kanagatlandyryar.

Differensirlenen marketing düzgün bolşy ýaly, differensirlenmedik marketing bilen deňşdireniňde satuwy uly göwrümine getirýär, şonuň üçin kompaniýalaryň köpüsi şu strategiýany ulanýarlar. *Procter&Gamble* öz ýuwujy tozlarynyň sekiz sany söwda markalary bilen bazaryň uly göwrümini eýeläp bildi,

muny diňe bir marka bilen edip bilmezdi. Ýone differensirlenen marketing önümçilik çykadjylarynyň köpelmegine getirýär. Düzgün bolşy ýaly, önümiň dürli-dürli on sanysynyň dürli atlarynyň on birligini öndürmek, önümiň bir görnüşiniň ýüz sany birligini öndürmekden gymmat düşýär. Bazaryň dürli böleklerine niýetlenen dürli marketing meýilnamalarynyň işläp taýýarlanylşy, goşmaça marketing derňewlerini geçirmegini, çaklamalary düzmegini, satuwy seljermegini, harydy herekete getirmegi meýilnamalaşdyrmagyny we ýaýradyş ýollaryny dolandyrmagyny talap edýär. Bazaryň dürli böleklerini laýyk mahabat bilen üpjün etjek bolsaň, harydy herekete getirmäge edilýän çykadjylar köpelyär. Şonuň üçin differensirlenen marketingiň strategiýasyny geçirmek barada çözügüt kabul edilende, kärhana bir tarapdan satuwyň göwrüminiň ulalmagyny, ikinji tarapdan – harajatlaryň ulalmagyny hasaba almalydyr.

### ***Konsentrirlenen marketing***

Bazary eýelemegiň üçünji strategiýasy – konsentrirlenen marketing haçanda kärhananyň resurslary çakli bolanda has özüne çekijidir. Uly bazaryň kiçi paýyny saýlaman, kärhana bir ýa-da birnäçe subbazarlarda uly paýa dyrjaşyp bilýär. Meselem, *Oshkosh Truck* kompaniýasy aeroportlar üçin heläkçilikde ulanylýan awtomobilleriň dünýäde uly öndürijisi bolup durýar. *Tetra* bütin dünýäde tropiki balygyň 80%-ni satýar, *Stiner Optical* kompaniýasy bolsa dünýä bazarynda harby dürbüleriň 80%-ini eýeledi. Şu günki gün Internetde dükana açmagyň pes gymmaty nişalara hyzmat etmekligi has girdejili ugur hasap edýär. Hususan, kiçiräk firmalar **Web**-dünýäde kiçi nişalara hyzmat etmekligiň ýokary girdejileri döretjekdigini düşünyärler.

Konsentrirlenen marketing kiçi, ýaňy açylýan kärhanalar üçin has uly we resurslar bilen üpjün edilen bäsdeşlere görä aýaga galmaga gowy mümkinçilikleri döredýär. Eger-de bazar bölegi şowly saýlanan bolsa, onda kärhana goýlan maýalary girdejiňiň ýokary derejesine yetirip bilýär.

Şol wagt hem konsentrirlenen marketing adaty marketing bilen deňeşdirilende howpuň ýokary derejesi bilen häsiýetlendirilýär. Islendik bir bazar bölegi wagtyň geçmegi bilen ýaramazlaşyp bilýär ýa-da has güýçli bäsdeş bu bazar böleginde ýaýrap bilýär.

Şonuň üçin kärhanalaryň köpüsi birnäçe bazar böleklerinde öz işini diwersifisirlemegi (täze harytlary täze bazarlara çykarmaga) ileri tutýar.

### ***Bazary eýelemegiň strategiýasyny saýlamak***

Bazary eýelemegiň strategiýasy saýlananda birnäçe ýagdaýlar hasaba alynmalydyr. Haýsy strategiýanyň gowy boljakdygy kärhananyň resurslaryna bagly. Haçanda kärhananyň resurslary çäkli bolanda, konsentrirenen marketing esaslandyrylan bolýar. Iň gowy strategiýany saýlamaklyk, harydyň görnüşiniň köplüğine hem baglydyr. Differensirlenmedik marketing miweler ýa-da polat ýaly standartlaşdyrylan harytlara has gabat gelýär. Öz dizaýny boýunça üýtgeýän harytlar, meselem, fotokameralar we awtomobiller differensirlenen ýa-da konsentrirenen marketingi ulanmagy talap edýär. Harydyň ýaşayyş döwrüniň tapgyry hem hökman hasaba alynmalydyr. Haçanda kärhana bazara täze haryt çykaranda, ol onuň bir görnüşini hödürleýär, şonuň üçin differensirlenmedik ýa-da konsentrirenen marketing munda has amatly bolýar. Haçanda haryt öz ýaşayyş döwrüniň ýetişiş tapgyryna ýetende, onda differensirlenen marketing gowy bolýar.

Ýene bir ýagdaý – bazaryň birmeňzeşlik derejesi bolup durýar. Eger-de alyjylaryň köpüsi meňzeş islegli bolup, harytlaryň deňräk göwrümini satyn alýan bolsa we dürli bazar tagallalaryna deňräk gatnaşykda bolsalar, onda bular ýaly ýagdaýda differensirlenmedik marketing has laýyk bolýar. Ýene bir ýagdaý bäsdeşleriň ulanýan strategiýalarydyr. Bäsdeşler bazary böleklemegi ulananlarynda, differensirlenmedik marketingi ulanmaly däl. Garşysyna hem bäsdeşler differensirlenmedik marketingi ulananlarynda, kärhana differensirlenen ýa-da konsentrirenen marketingi ulanyp, bellibir artykmaçlyklary alyp bilýär.

### ***Maksatly bazary durmuş taýdan jogapkärçilikli saýlamak***

Gowy saýlanan maksatly bazar bölegi kärhananyň işiniň netijeliligini ýokarlandyrýar, sebäbi ol şowlulygy gazanyp biljek bazar bölekleri jemlemäge mümkinçilik berýär. Sarp edijiler hem peýda gazanýarlar, sebäbi kärhana her bir toparyna maksatly marketingi ulanyp, olaryň wekilleriniň zerurlyklaryny doly kanagatlandyrýan

haryt hödürleýär. Ýöne käwagt maksatly marketing jemgyýetçilik tarapdan garşylygy we närazylygy garşylaýar. Köplenç, sarp edijileriň az goralýan we garyp toparlaryna gowy öwrenilmedik ýa-da potensial howply harytlaryň hödürlenmegi onuň abraýyny peseldýär.

Soňky wagt, meselem, gury ertirlikleri öndürijiler çagalara maksadalaýyk täsiri üçin tankytlanylýardylar. Çagalaryň gowy görýän multiplikasion personažlarynyň mahabat edýän zatlaryny tankydy baha bermäge ýagdaýy ýok. Oýnawaçlary we başga sowgatlary aljak bolup, bular ertirlikli gutujyklara salynýar – çagalar bellibir önümleri talap edýärler. Mundan başga-da, çagalar täze sowgat aljak bolup, köp mukdarda şu önümi iýip başlaýarlar. Netijede, çagalar ýokary ýokumly süýji önümlerini köp mukdarda sarp edip, öz saglygyna zyýan ýetirýärler. Mahabatyň iň işjeň tarapdarlary çagalara gönükdirilen mahabaty gadagan etmeli diýip belleýärler. Öz talaplaryny olar şeýle esaslandyrýarlar, ýagny çagalar mahabat berijileriň hakyky pikirlerini (öz harydyny satmak) bilmeýänligi sebäpli çagalara gönükdirilen islendik mahabat kompaniýany dogruçyl däl diýip esaslandyrýarlar.

Internetiň we başga-da köpçülikleýin maglumat serişdeleriniň tiz ýaýradlyşy marketing boýunça hünärmenleriň mümkinçiliklerini giňeldip, maksatly marketing geçirilende zyýanlaryň mümkinçilikleri barada täze soraglar ýüze çykardy. Internet maksatly topary eýelemegiň ulalmagyna mümkinçilik berýär, şol bir wagtda gowy saýlanan sarp edijilere ýüzlenmäni üpjün etmäge mümkinçilik berýär. Bu bolsa şübheli önümlere bazara ýoluny ýeňilleşdirip bilýär we wyždansyz mahabat üçin mümkinçilikleri açyp bilýär.

Ýöne çagalarda, etniki toparlarda we başga aýry bazar böleklerinde marketing tagallalaryny konsentrirleýän hemme mümkinçilikler tankyatlanmaýar. Hakykatda, köplenç, olar öz maksatly sarp edijilerine bellibir peýdany hödürleýärler. Meselem, *Colgate-Palmolive* kompaniýasynyň Colgate Junior diş pastasynda çagalaryň dişlerini arassalamagy üçin ýörite goşundylar bar – bu pasta köpürjigi az emele getirýär, tagamy ýakymly we başgalar. *Golden Ribbon Playthings* kompaniýasy Huggi Bean diýlip atlandyrylan negr-gurjagy bazara çykardy. Onuň çykyşy gowy kabul edildi, ony satuwyň gowy görümi bilen tassyklap bolýar. Huggi onuň afrikan gelip çykyşyny görkezýän kitaplar we oýnawaçlar bilen bir setirde durýar.

Şeýlelikde, maksatly marketing geçirilende esasy mesele kärhananyň işleriniň kime gönükdürilendigi däl-de, nähili we näme üçin gönükdirilendigi bolup durýar. Sosial-jogapkär marketing bazar böleklemesi geçirilende we maksatly bazarlar saýlananda diňe kärhananyň bähbitlerini däl-de, eýsem, maksatly sarp edijileri hem hasaba almalydygyny talap edýär.

### **6.3. Harytlaryň bazarda ornuny tapdyrmak (pozisionirmek)**

Bazaryň haýsy böleklerine çykjakdygyny kärhana kesgitländen soňra, ol şu bazar böleklerinde nähili «pozisiýalary» tutjakdygy barada çözügüt kabul etmelidir. Harydyň bazarda ornuny tapdyrmak (pozisionirmek) usullaryň bir görnüşi bolup, şoňa laýyklykda sarp edijiler islendik harydy onuň wajyp häsiýetlerine laýyk meňzedip bolýar. Harydyň pozisiýasy onuň ýerini aňladýar we ol bäsdeşin meňzeş harydy bilen deňeşdirilenden soň haryt şol ýeri eýeleýär. Meselem, Tide maşgala üçin güýçli köpmaksatlaýyn ýuwujy serişdäniň pozisiýasyny tutýar; Solo – matalary ýumşadýan suwuk ýuwujy serişde hökmünde pozisionirlenen; Ivory Snow – çagalaryň eşiklerini ýuwmak üçin ýumşak ýuwujy serişde hökmünde pozisionirlenen. Awtomobilleriň bazarynda Toyota Tersel we Subaru – tygşylylygy boýunça pozisionirlenen; Mercedes we Cadillak – zynat hökmünde, Porsche we *BMW* – abraýly synpyň awtomobilleri görnüşinde pozisionirlenen, *Volvo* – güýçli we howpsuz awtomobil hökmünde pozisionirlenen.

Sarp edijileri harytlary we hyzmatlary dürli maglumatlar bilen aşa üpjün edýärler. Her sapa bir harydy satyn almak üçin çözügüt kabul edende oňa adalatly baha bermäge ýagdaý bolmaýar, satyn almak barada çözügüdi kabul etmegiň hadysasyny ýönekeýleşdirmek üçin sarp edijiler, köplenç, dürli harytlary we hyzmatlary dürli kategoriýalar boýunça öz aňynda «pozisionirleýärler». Haýsam bolsa bir haryda edilýän pozisiýa – bu pikirleriň, duýgularyň çylşyrymly toplumy bolup, sarp edijide bu bäsdeşleriň harydy bilen deňeşdirilende emele gelýär. Şeýlelikde, sarp edijiler marketing boýunça hünärmenleriň

kömegi bilen ýa-da şolarsyz harytlary pozisionirleýärler. Ýöne marketing boýunça hünärmenler öz harytlaryny pozisionirmek hadysasyny «näme bolsa şol bolsun» diýen ýagdaýa goýbermeli däl. Olar saýlanan maksatly bazar böleklerinde öz harytlaryna iň uly artykmaçlyklary üpjün edip bolýjak pozisiýalary tutmaga meýilnamalaşdyrmaly, munuň üçin olar marketing maksatnamalaryny işläp taýýarlamaly.

### ***Pozisionirmegiň strategiýalary***

Marketing boýunça hünärmenler pozisionirmegiň birnäçe strategiýalaryny ulanyp bilýärler. Harydyň özboluşly häsiýetlerine esaslanyp, öz harytlaryny pozisionirläp bilýärler – Honda Civic awtomobilleriň mahabatynda pes baha üns berilýär; *BMW* – abraýly häsiýetleri 1-nji orna goýýar. Köp harytlaryň pozisiýasy peýda, kanagatlandyryp bilinjek zerurlyga esaslanan. Meselem, Krest diş pastasy kariýesi azaldýar. Aim üçin gowy tagam häsiýetli. Pozisionirmek üçin esas hökmünde olary ulanmagyň ýagdaýlaryny peýdalanyp bolýar – tomus döwri sportsmenleriň bedeninde Gatorade suwuklygyň ýetmezçiligini dikeldýän içgi ýaly, gýşda bolsa lukmanlar köp suwuklyk içmeli diýip maslahat berýän hökmünde pozisionirlenýär. Harytlar bellibir sarp edijilere gatnaşykda hem pozisionirlenýär – Johnson&Johnson çaga şampunyňa bolan bazaryň paýyny 3-den 14%-e çenli ulaltdy, sebäbi bu harydy ol sarp edijileriň täze derejesine – ululara hödürledi.

Bäsdeşlere bolan gatnaşykda hem kärhana öz önümini pozisionirläp bilýär. *Avis* kompaniýasy hem güýçli *Hertz* bäsdeşiniň garşysyna özüni: «Biz – ikinji nomer» diýip yglan etdi. Şonuň üçin «Biz köp tijenýäris» diýen mahabat kompaniýasy bilen özüni şowly pozisionirledi. Käwagt harytlary bäsdeşleriň harytlarynyň garşysyna goýma (deňşdirme) edip pozisionirleýärler. Telewizion mahabatyň kömegi bilen *Barbasol* kompaniýasy syrma üçin kremi we başga harytlaryny «gowy hajathana esbaplary – pes bahadan» diýip pozisionirledi.

Pozisionirmek üçin esas hökmünde harydyň bellibir synpyna degişliligi çykyş edýär. Meselem, Camay sabyny sabyn hökmünde däl-de, wanna üçin kosmetiki ýag hökmünde pozisionirlenilýär.



Marketing boýunça hünärmenler, köplenç, ýokarda görkezilen pozisionirmegiň strategiýasynyň birini däl-de, olaryň utgaşdyrylyşyny ulanýarlar. *Arm&Hammer* kompaniýanyň iýmit sodasy sowadyjylar üçin howany täzeleýji hem arassalaýjy serişde hökmünde pozisionirlenen.

### ***Pozisionirmek strategiýany saýlamak we amala aşyrmak***

Käbir kärhanalar üçin pozisionirmek strategiýasyny saýlamak aňsat. Meselem, bellibir bazaryň böleklerinde öz harytlarynyň we hyzmatlarynyň ýokary hili bilen belli kompaniýa täze bazar bölegine girende şu pozisiýasyny saklajak bolýar, eger-de şu bazar böleginde ýokary hile goşmaça artykmaçlyk hökmünde baha berýän sarp edijiler köp bolsa, olar şu pozisiýany saklajak bolýarlar. Köp ýagdaýda bir pozisiýany iki ýa-da birnäçe firma eýelejek bolýar. Şular ýaly ýagdaýda olaryň her haýsysy bäsdeşler esasynda özüni görkezjek bolýarlar – «ýokary hili pes bahadan» ýa-da «ýokary hili we has ýokary hyzmatlaryň» derejesini hödürleýärler. Her bir kärhana öz teklibini dürlüçe bermeli, şu bazar bölegiň çäginde wekilli toparyň nukdaýnazaryndan özüne çekiji, özara baglanyşykly bäsdeşlik artykmaçlygynyň gowy toplumyny döretmeli.

Pozisionirmek hadysasy üç tapgyrdan ybarat: ilki bilen pozisionirmek üçin mümkin bolan peýdaly bäsdeşlik artykmaçlyklar toplumyny ýüze çykarýarlar, soňra kärhananyň maksatlaryna has laýyk bäsdeşlik artykmaçlyklaryny saýlaýarlar, iň soňunda bazarda saýlanan pozisiýany kemala getirmek we berkitmek üçin tagallalary edýärler.

### ***Bolup biljek bäsdeşlik artykmaçlyklaryny kesgitlemek***

Esasanam, sarp edijiler özlerine gymmatly bolan harytlary we hyzmatlary saýlaýarlar. Şonuň üçin kärhana sarp edijileri eýelemek we saklamak üçin bäsdeşler bilen deňşdirilende sarp edijileriň zerurlyklaryny satyn almak hadysasyna hem olar üçin ýokary gymmatly harytlary hem-de hyzmatlary hödürlemeklige has çuňňur düşünmeli. Kärhana bäsdeşlik artykmaçlyklaryna şu derejede ýetip, ýagny öz maksatly bazarynyň sarp edijilerine harytlary we hyzmatlary pes bahadan hödürlep, uly peýdalary hödürlep, harytlaryň hem hyzmatlaryň ýokary nyrhalarynyň öwezini dolduryp bilýär. Berk

pozisiýany boş sözler bilen eýeläp bolmaýar. Eger-de kärhana öz harydyny ýokary hili ýa-da hyzmatlaryň uly göwrümi bilen hödürlep pozisionirleýän bolsa, ol áýdan sözünde soňra durmalydyr.

Kärhana her bir teklibini haryt, hyzmatlar, işgärler ýa-da imidž boýunça differensirläp bilýär.

### ***Haryt boýunça differensiasiýa***

Kärhana öz fiziki harydyny differensirläp bilýär. Käbir kärhanalar standartizasiýanyň ýokary derejesi bilen tapawutlanýan harytlary hödürleýärler. Ýöne şu ýagdaýda käbir üýtgeşik differensiasiýalar mümkindir.

Käbir kompaniýalar gowy tapawutlanýan harytlary, meselem, awtomobilleri, senagat abzallary ýa-da mebeli hödürleýärler. Bu ýagdaýda kärhana önümiň aýratynlyklarynyň çäksiz sanyndan birini ýa-da birnäçesini saýlamaly bolýar. Ol bäsdeşleriň harytlaryndaky ýok standartly ýa-da goşmaça köp häsiýetlilik hödürlep bilýär, meselem, *Volvo* kompaniýasy howpsuzlygyň täze we gowulandyrylan serişdelerini üpjün edýär. *Delta Airlines* kompaniýasy onuň uçarlarynyň bortlarynda has giň kreslolar we telefony tölegsiz ulanmagyny hödürleýär. Kärhanalar öz harytlaryny ulanylyş ýa-da funksional häsiýetler boýunça differensirläp bilýär. *Whirpool* kompaniýasy ýuwaş sesli işleýän gap-gaç ýuwyýan maşyny işläp taýýarlady; *Procter&Gamble* kompaniýasy zatlary ýuwmaga niýetlenen Liquid Tide suwuk ýuwuýy serişdäni işläp taýýarlady. Stil we dizaýn differensiasiýanyň wajyp ýagdaýlary bolup bilýär. Meselem, awtomobilleriň alyjylarynyň köpüsi Jaguar awtomobili satyn alanlarynda nyrha goýlan goýumy tölemäge taýýar, bu goýum adaty däl daşky görnüşi bilen şertlenen, ýogsam şu awtomobiller ygtybarlyk nukdaýnazyndan hemişe özüni gowy görkezzenoklar. Edil şular ýaly kärhanalar öz harytlaryny durnuklylyk, berklik, ygtybarlylyk ýa-da bejermäge peýdalylyk ýaly alamatlar boýunça differensirläp bilýärler.

### ***Hyzmatlar boýunça differensiasiýa***

Öz harytlaryny differensirmekden başga-da kärhana harydyň ýanyndaky hyzmatlary hem differensirläp bilýär. Käbir kärhanalar has tiz, ygtybarly we gowy eltip bermekligiň hasabyna bäsdeşlik

artykmaçlyklaryny gazandy. *Deluxe* kompaniýasy çekleri barlamaklyk bilen meşgullanyp sargyt alandanson, ertirine barlanan çekleri iberýär, 12 ýylyň dowamynda şeýle işläp, ol abraý gazandy. Bank One banky bolsa ýerli ýaşajylara zerur amallary şenbe we ýekşenbe günleri ýa-da iş günleri aňşam amala aşyrmak üçin supermarketlerde hyzmatlaryň doly spektrini hödürledi.

Kärhanalar gurup bermekligi we sazlaşdyrmaklygy hem dür-lüçe amala aşyrýarlar. Eger-de diler bejeriş boýunça ýokary hilli hyzmatlary soň hödürlese, alyjylaryň köpüsi awtomobiller üçin azajyk gymmadrak tölemäge taýýardyrlar.

Bazary eýelemegiň derejesine we usullaryna görä satuw ýollary boýunça differensiasıýany ulanýan firmalar hakyky bäsdeşlik artykmaçlyklaryny gazanýarlar. *Caterpillar* kompaniýasy – iri gurluşyk tehnikany öndüriji – öz şowlulygyna diňe öz satuw ýollarynyň gowy işleýşi bilen ýetdi.

### ***Işgärler boýunça differensiasıýa***

Kärhana bäsdeşlere görä has başarjaň hünärmenleri işe kabul edip we işgärleri okatmagyň has kämil ulgamyny ulanyp, bäsdeşlik artykmaçlyklary gazanyp bilýär. Meselem, *McDonalds*-yň işgärleri hoşamaýlylygy bilen tapawutlanýarlar, *IBM*-iň işgärleri – ýokary derejeli hünärmenler, *Disney*-iň işgärleri mähirli we şadyýan. *Connecticut General Life* we *Merck* ýaly kompaniýalaryň satuw bölümleriniň işgärleri bäsdeşlere görä gowy abraýy bilen tapawutlanýarlar.

Işgärler boýunça differensiasıýa kärhanadan müşderiler bilen galtaşykda-da işlejek işgärleriň gowy saýlanan we gowy taýýarlanan bolmagyny talap edýär.

### ***Imidž boýunça differensiasıýa***

Her bir bäsdeşiň teklibi biri-birinden kän bir tapawutlanmasa, alyjylar üçin kärhananyň özüniň ýa-da harydyň şu markasynyň imidžine degişli tapawutlar duýulýandyr. Şonuň üçin bäsdeşleriň arasynda tapawutlanmaga mümkinçilik berýän imidži döretmegiň üstünde köp işleýärler. Kärhananyň ýa-da söwda markasynyň imidži işläp taýýarlamaklyk uly döredijilik işini talap edýär. Kärhananyň ýa-da söwda markasynyň imidžini jemgyýetiň aňyna birnäçe mahabat

rolikleri bilen girizip bolmaýar. Eger-de Motorola sözi «hyzmat edilişiniň ýokary hili» diýmegi aňladýan bolsa, onda şu hakykatdan hem tassyklanylmaladyr.

Alamatlar hem kärhananyň ýa-da söwda markasynyň netijeli tanalmagyny üpjün etmäge ukyplydyr, mundan başga-da, ol imidži differensirlemegiň serişdesi bolup hyzmat edip bilýär.

Kärhanalar tiz tanalmagyny üpjün edýän bellikleri we logotipleri döredýärler. Munuň üçin olar özlerini obýektler ýa-da alamatlar bilen, meselem, hil ýa-da beýleki tapawutlandyran aýratynlyklar bilen baglanyşdyrýarlar. Bellibir şahsyýetiň keşbini hem söwda markasyny döretmek üçin ulanýarlar. Meselem, *Nike* kompaniýasy basketbol üçin Air Jordan krossowkasy bilen hereket etdi. Käbir kompaniýalar muny bellibir reňk bilen baglanyşdyrýarlar, meselem, *IBM* (açyk gök reňk) ýa-da *Campbell* (gyzyl we ak) ýa-da *Kodak* (gyzyl we sary). Soňra mahabatyň kömegi bilen sarp edijileri saýlanan alamatlar bilen «tanyşdyrýarlar». Şular ýaly mahabat şu kärhanany ýa-da harydy gowy tarapdan tapawutlandyran bellibir häsiýetleriň derejesini ibermek üçin baglanyşdyran gatnaşygy kesgitlemelidir. Şeýlelikde, şu kärhananyň ýa-da söwda markasynyň aýratynlygyny kemala getirýär.

### ***Geljekki bäsdeşlik artykmaçlyklary saýlamak***

Meselem, kärhana özünde birnäçe bäsdeşlik artykmaçlyklaryny ýüze çykardy. Şular ýaly ýagdaýda ol pozisionirmek strategiýasyny döretjek artykmaçlyklary saýlamalydyr. Ol öz harytlarynyň we hyzmatlarynyň näçe-de bolsa tapawutlanýan aýratynlyklaryny, olaryň haýsysyny mahabat etmeli we goldamalydygy barada çözügüt kabul etmeli.

### ***Pozisionirlemede näçeräk tapawutlandyrmalary ulanmaly?***

Marketing boýunça hünärmenleriň köpüsi diňe bir sany tapawutlanýan aýratynlygy goldamakda öz tagallalaryny kärhana jemlemeli diýip hasaplaýarlar. Meselem, mahabat boýunça hünärmen Rosser Riws – her bir söwda markasy üçin öz ýeke-täk teklibini işläp taýýarlap, soňra hem şony berjaý etmeli diýip belleýär. Her bir söwda markasy bir tapawutly häsiýetli bolup, şu häsiýet nukdaýnazarýndan sarp edijileriň aňynda «birinji belgi» ýaly görkezilmeli. Alyjylar

«birinji belgi» statusly söwda markasyny ýatda saklamaga meýilli. Meselem, *Volvo* howpsuzlykda ýokary abraýy gazananlar ýaly mahabat edilýär.

Haýsy pozisiýalara «birinji belgini» çykarmalyka? Şu pozisiýalaryň iň wajyplarynyň biri bolup, «iň gowy hil», «iň gowy hyzmat», «iň pes baha», «iň ýokary gymmat» we «iň kämil tehnologiýa» durýar. Şu pozisiýalaryň birine ýetmegiň üstünde işleýän kärhana we hemişe ony saklaýan kärhana gowy abraý gazanyp, sarp edijileriň aňynda şu pozisiýa bilen baglanyşykly bolup galýar.

Beýleki marketing boýunça hünärmenler özüni birnäçe differensirlenilýän ýagdaýlar boýunça kärhana özüni pozisionirmeli diýip hasaplaýarlar. Bu bir häsiýetli gatnaşykda iki ýa-da birnäçe kärhanalar özüni gowy diýip ykrar etmekligi zerur hasaplanylýar. Ofis gurallaryny öndürmek boýunça *Stelcase* kompaniýasy bäsdeşlerine bolan gatnaşykda özüni iki pozisiýa boýunça differensirleýär – öz wagtynda has tiz eltip bermeklik we gurallary gurnamak boýunça gowy hyzmatlar.

Häzirki wagtda köpçülikleýin bazar ownuk böleklerden ybarat bolup, kärhanalar şular ýaly bazar bölekleriň köpüsini özüne çekmek üçin pozisionirmegiň öz strategiýasyny giňeltjek bolýarlar. Meselem, *Lever Brothers* kompaniýasy bazara täze sabynyň *Lever-2000* «3-si 1-ň içinde» diýen görnüşini çykardy. Arassalamak, ysny ýakymlylandyrmak we çyglyndyrmak bu sabynyň häsiýetli tarapy bolup durýar. Sarp edijileriň köpüsine şu häsiýetleriň üçüsi hem gerek, ýöne bu ýerde kyn zady ynandyrmak bolup durýar.

Umuman, kärhana pozisionirmek bilen baglanyşykly üç sany esasy ýalňyşlyga ýol bermeli däl. Birinjisi – ýüzleý pozisionirmek, ýagny kärhanada anyk görkezilen pozisiýanyň ýoklugy. Käbir kärhanalar alyjylaryň şu kärhana barada bilmeyändigini ýüze çykarýarlar. Ikinji ýalňyş – bir taraplaýyn pozisionirmek, ýagny alyjylarda şu kärhana barada az düşüňjani döretmek. Üçünjisi – kärhanalar ähmiýetli däl pozisionirmäni geçirmeli däl, ýagny şu kärhana barada bulaşyk düşüňjani alyjylarda döretmeli däl.

*Pozisionirlemede haýsy tapawutlandyrmalary saýlamaly?*

Söwda markasynyň hemme tapawutly aýratylyklary gyzyklandyрмаýar. Her bir tapawut gowy tapawutly alamat bolup hyzmat

etmeyär. Ýöne söwda markasyna islendik tapawutly aýratynlygy berilse, bir tarapdan kärhanadan goşmaça çykdaýjalary talap eder, beýleki tarapdan sarp edijä bellibir artykmaçlyklary berer. Şonda kärhana üçin wajyp zat – öz bäsdeşleriniň arasynda özüni görkezip biljek usullary gowy saýlamaklyk bolup durýar. Pozisionirlemede tapawutlanýan aýratynlyklary saýlamaga laýyklykda ölçegler, ýagny tapawutlanýan aýratynlyklar şeýle häsiýetli bolsa, olara üns bererliklidir:

1. Ähmiýetlilik. Bu tapawutlandyryjy aýratynlykda maksatly sarp edijilere artykmaçlyk berlip, oňa olar ähmiýetli baha berip bilýärler. 2. Häsiýetlilik. Bäsdeşler bu tapawutlandyryjy aýratynlygy hödürleýärler ýa-da kärhana bu teklibi has özboluşly usulda üpjün edip biler. 3. Artykmaçlyk. Bu tapawutlandyryjy aýratynlyk şular ýaly artykmaçlyklary almagyň beýleki usullaryndan durýar. 4. Nusgalyk. Şu tapawutlandyryjy aýratynlygyň manysyny sarp edijilere ýetirmek aňsat. 5. Öýkünmekden goralysy. Şu tapawutlandyryjy aýratynlykda bäsdeşler biri-birine aňsat öýkünip bilmeýärler. 6. El ýeterlilik. Alyjylaryň şu tapawutlandyryjy aýratynlygy tölemäge ýagdaýy bolmaly. 7. Girdejililik. Şu tapawutlandyryjy aýratynlygy girizmek kärhana üçin girdejili bolmaly.

Käbir kärhanalar şu testleriň birine ýa-da birnäçesine jogap bermeýän tapawutlandyryjy aýratynlyklary girizdiler. Meselem, *Polaroid* firmasynyň Polavision kamerasy öýdäki wideofilmleri şol wagt döretmäge mümkinçilik berse-de, sarp edijiler tarapyndan kabul edilmedi. Polavision-nyň häsiýetliliği we bäsdeşlerden goraglylygy bolsa-da, ol ýazgy geçirmek boýunça beýleki serişdelerden pesde durýardy. 1993-nji ýylda *Pepsi* kompaniýasy bazara öz täze Crystal Pepsi atly dury içgisini çykaryp, sarp edijilere täsir edip bilmedi. Täze içgi beýlekilerden, elbetde, tapawutlanýardy, emma sarp edijiler üçin sowadylan içgi we durulyk wajyp artykmaçlyk diýlip hasap edilmedi.

## VII BAP

# KÄRHANALARDA STRATEGIKI MEÝILNAMALAŞDYRMAGYŇ ÄHMIÝETINIŇ WE ULANYLYŞYNYŇ DERŇEWI

### 7.1. Strategiki meýilnamalaşdyrmak düşüňjesi

Ähli kärhanalar geljek barada pikirlenip, uzakwagtlaýyn strategiýalary işläp taýýarlamalydyr, bu bolsa bazaryň üýtgeýän şertlerine gysga wagtyň dowamynda oňyn netije almaga mümkinçilik berýär. Her bir kärhana şertleriniň, mümkinçilikleriniň, maksatlarynyň we resurslarynyň özboluşlylygyny gowy hasaba alýan öz işiniň stilini tapmalydyr. Uzakmöhletleýin geljege hem ösüşe gönükdirilen kärhananyň umumy strategiýanyň işlenilip taýýarlanylýşy strategiki meýilnamalaşdyryş diýip atlandyrylýar.

Käbir kärhanalar öz işini meýilnamasyz alyp barýarlar, ýagny täze kärhanalarda meýilnamalaşdyryşa menejerleriň wagty çäkli bolýar, kiçiräk kärhanalaryň pikiri boýunça meýilnamalaşdyryş diňe uly kärhanalara zerur diýip hasaplaýarlar, uly kärhanalaryň menejerleriniň pikiri boýunça bazaryň ýagdaýy tiz üýtgäp, meýilnamalar könelip galýar.

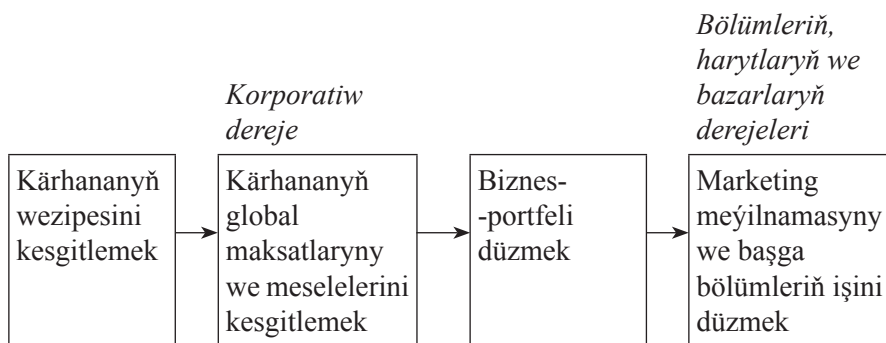
Elbetde, meýilnamalaşdyryş aňsat iş däl we ol wagty talap edýär. Kärhanalar öz işini meýilnamalaşdyrmalydyr. Sebäbi meýilnamalaşdyryş hem uly, hem kiçi, hem işini täze başlan, hem tejribeli kärhanalara köp artykmaçlyklary berip bilýär, ýagny meýilnama kärhananyň ýolbaşçysyny geljek barada pikirlenmäge mejbur edýär, kärhananyň maksatlaryny we syýasatyny anyk kesgitlemäge kömek edýär hem-de bölümleriň işleriniň sazlaşygyny ýokarlandyrýar hem işiň netijeliligine hakyky baha bermäge mümkinçilik berýär. Gowy işlenilip taýýarlanan meýilnama marketing gurşawynyň üýtgemelerini önünden görmäge we olara gysga wagtda oňyn netije almaga kömek edýär, ondan başga-da garaşylmadyk ýagdaýlara hemişe taýýar bolýar.

Kärhanalarda bir ýyllyk, uzak möhletleýin we strategiki meýilnamalar işlenip düzülýär. Bir ýyllyk we uzak möhletleýin meýilna-

malar häzirki ýagdaýyny hem ösüşiniň geljegini aýdyňlaşdyrýar. Strategiki meýilnama hemişe üýtgeýän marketing gurşawynyň mümkinçiliklerini kärhananyň bähbitlerine ugrukdyrýar.

Strategiki meýilnamalaşdyryş munuň özi kärhananyň global maksatlarynyň we alyp barýan işiniň esasy ugurlarynyň üýtgeýän marketing mümkinçiliklerine strategiki laýyklygyny anyklamak hem durnukly ýagdaýda saklamak hadysasydyr.

Strategiki meýilnamalaşdyryş kärhanadaky ähli başga meýilnamalar üçin esas bolup çykyş edýär. Ol kärhananyň wezipesini, global maksatlaryny kesgitlemekde, biznes-portfelini düzmekde we bölümleriň arasyndaky sazlaşykly strategiýalary işläp taýarlamakda esaslanýar. Ilki bilen kärhana özüniň umumy maksadyny korporativ derejede kesgitleýär we wezipesini anyk aýdýar. Soňra wezipesi anyk maksatlara öwrülýär, olara öz işini kärhana gönükdirýär. Indiki tapgyrda kärhananyň ýolbaşçylygy öz işleriniň we harytlarynyň toplumynyň (biznes-portfel) kärhana üçin haýsy görnüşiniň amatlylygyny hem olaryň hersine nähili derejede goldaw zerurdygyny çözmelidir. Öz nobatynda, her bir bölüm (kärhananyň umumy meýilnamasynyň çäklerinde) özleriniň jikme-jik marketing we başga meýilnamalaryny işläp taýýarlamaýdyr. Şeýlelikde, marketing meýilnamalaşdyryş bölüminiň, harydyň we bazaryň derejelerinde amala aşyrylýar. Ol özboluşly marketing maksatnamalaryň jikme-jik meýilnamalaşdyrmagyň hasabyna kärhananyň strategiki meýilnamalaşdyryşy saklaýar.



**8-nji surat. Strategiki meýilnamalaşdyrmagyň tapgyrlary**



## ***Kärhananyň wezipesini kesgitlemek***

Islendik kärhana bellibir iş alyp barmak üçin açylýar. Haçanda ol öz işini başlanda onuň maksatlary we wezipesi, düzgün bolşy ýaly, anyk kesgitlenen, ýöne wagtyň geçmegi, kärhananyň ösmegi hem täze harytlaryň hem-de bazarlaryň ýüze çykmagy bilen kärhananyň maksatlaryny we wezipesini düzetmeklik talap edilýär. Haçanda kärhananyň ýolbaşçylygy onuň öňe gitmeginiň ýerine «akym boýunça passiw barýandygyny» görse, ol kärhananyň maksatlaryna täzeden seretmelidir. Kärhana öz öňünde täzeden köp soraglary goýmalydyr, ýagny biziň işimiz nämeden ybarat?, biziň sarp edijilerimiz kim?, biziň harytlarymyzyň sarp edijilik gymmaty nämeden ybarat?, biziň sarp edijilerimiz ýokary baha nämä berýärler?, biziň işimiz nähili bolmaly? Elbetde bu ýönekeý soraglar çylşyrymly bolup çykyş edýärler, sebäbi olara hemişe kärhana jogaplary gözlemelidir. Öňe gidýän kärhanalar hemişe şu soraglary özlerine goýup, olara oýlanyşykly we esasly jogaplary berýärler.

Köp kärhanalarda şu soraglara taýýar jogaplary saklaýan resmi wezipeler kabul edilen. Wezipäni anyk aýtmak – kärhananyň maksatlary barada beýan etmekdir, onuň nämä ýetesi gelýändigini görkezmekdir.

Kärhanalar öz işini öndürýän harytlarynyň ýa-da ulanýan tilsimatynyň nukdaýnazaryndan kesgitleýärler. Hakykatda, kärhananyň wezipesi bazara gönükdirilmelidir. Harytlar we tilsimatlar wagtyň geçmegi bilen könelýär, bazar zerurlyklar bolsa üýtgemän galýar. Bazara gönükdirilen wezipäniň anyk aýdylyşy kärhananyň işini sarp edijileriň zerurlyklaryny kanagatlandyrmagyň nukdaýnazaryndan kesgitleýär.

Kärhananyň wezipesi hakyky, takyk, bazar gurşawyna laýyk görkezilmelidir. Kärhanalar öz wezipesini öz tapawutlanýan häsiýetlerinde esaslandyrmalydyr. Ahyrsoňy, kärhananyň wezipesi höweslendirýän bolmaly. Kärhana öz wezipesine satuwy ýa-da girdejini ýokarlandyrmak ýaly maksatlary girizmeli däl, sebäbi girdeji – peýdaly işi amala aşyrylýanlygy üçin sylagdyr. Kärhananyň işgärleri öz işiniň wajyplygyny we müşderilere peýda getirýänligini duýmalydyr.

### ***Kärhananyň maksatlaryny we meselelerini kesgitlemek***

Dolandyrmagyň her bir derejesinde kärhananyň wezipesini takyk daýanyp boljak maksatlara özgerdip bolýar. Her bir menejer bellibir işleri alyp, olaryň ýerine ýetirilişine jogap bermelidir. Kärhananyň maksatlaryny işiniň umumy maksady daşky gurşawa zyýan ýetirmeýän harytlary öndürmeklik hem-de olary bazara pes bahadan tiz ýetirmekden ybarat. Daşky gurşawa zyýany azaltmak üçin kärhana ylmy barlaglary geçirmeli bolýar, emma ylmy barlaglar köp çykdaýlary talap edýär, olaryň amala aşyrylyşy girdejini köpeltmegi talap edýär, ony soňra ylmy maksatnamalara gaýtadan maýa goýup bolýar. Girdejini satuwyň möçberini köpeltmegiň ýa-da çykdaýlary azaltmagyň hasabyna ýokarlandyryp bolýar. Kärhana öz ýurdunyň bazarynda öz paýyny ulaldyp, täze daşary ýurt bazarlary özleşdirip ýa-da olary utgaşdyryp satuwyň möçberini ulaldyp bilýär. Bu maksatlar kärhananyň marketingindäki häzirki meseleleri bolup durýarlar.

Bu meseleleri çözmek üçin marketing strategiýalary işläp taýarlamalydyr. Şular ýaly global we strategiki meseleler barada Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedow: «...biz hiç bir harby topluma girmän, Bitarap Türkmenistanyň sebitde dürli ýurtlaryň arasynda özara ynanyşmak we düşünişmek üçin oňaýly şert döretmegi, öz hereketleri bilen parahatçylygy hem-de durnuklylygy sabyrly we yzygiderli berkitmegi we şu esasyda halkara howpsuzlygyň hem-de durnukly ösüşiň global we strategiki meselelerini çözmäge, *BMG*-niň düzgünnamasynda kesgitlenen maksatlary we wezipeleri amala aşyrmaga çalşarys» diýip aýtdy.

Öz ýurdunyň bazarynda kärhana öz paýyny ulaltmak üçin öz harytlarynyň mukdaryny köpeltmeli we olary herekete getirmegiň çärelerini gowulandyrmaly. Täze daşary ýurt bazarlaryny özleşdirmek üçin kärhana has pes bahalary belläp, öz teklpleri bilen gös-göni maksatly topara ýüzlenip bilýär. Kärhananyň bu iki sany umumy marketing strategiýalarynyň hersini has pes köpbasgançakly derejede anyklamaly. Meselem, harytlary herekete getirmegiň usullaryny kämilleşdirmek üçin satyjylaryň sanyny köpeltmeli we mahabat işjeňligini güýçlendirmeli. Şeýlelikde, kärhananyň wezipesi wagtyň bellibir döwrüne meseleleriň toplumyna geçýär. Bu meseleler ýokary derejede anyk bolmaly.

## ***Biznes-portfeli düzmek***

Kärhananyň wezipesi anyk aýdylandan we onuň global maksatlary kesgitlenilenden soňra ýolbaşçylyk biznes-portfeli – kärhananyň esasy ugruny kesgitleýän dürli işleriň hem harytlaryň toplumyny düzmelidir. Haçanda kärhananyň güýçli we gowşak taraplaryny bazar gurşawynyň mümkinçiliklerine biznes-portfel amatly ýagdaýda uýgunlaşdyrýan bolsa, ol gowy biznes-portfel diýip hasaplanylýar. Kärhana, birinjiden, häzirki biznes-portfeli seljerip, işleriň haýsy ugurlaryna köp maýa goýmak, haýsylaryna – az, haýsylaryny – bes etmek barada çözüň kabul etmelidir, ikinjiden, ösüş strategiýasyny işläp taýýarlamaly, şol boýunça hem biznes-portfele täze harytlaryň ýa-da işleriň ugurlarynyň girizilmegi göz önünde tutulmaly.

Biznes-portfeli seljermek strategiki meýilnamalaşdyrmagyň esasy hasaplanylýar, şonda ýolbaşçy işleriň ugurlaryna baha berýär, ýagny, ol has girdejili ugurlara maýa goýluşyny köpeltmekden, az girdejili ýa-da çykdajyly ugurlara maýa goýluşyny azaltmakdan ýa-da bes etmekden ybaratdyr.

Biznes-portfel seljerilende ilkinji ädim kärhananyň esasy ugruny kesgitleýän işleriň esasy görnüşlerini ýüze çykarmaklyk bolup durýar. Olar strategiki biznes-birlik diýip atlandyrylýar. Strategiki biznes-birlik (*SBB*) – kärhananyň işiniň bir ugry bolup, onuň öz wezipesi we global maksatlary bar, onuň meýilnamalaşdyrylyşy kärhananyň başga bölümlerine bagly bolman amala aşyrylýar. *SBB*-niň ornunda kärhananyň bölümi, bölümiň içinde haryt topary, aýratyn haryt ýa-da haryt markasy bolup hyzmat edýär.

Biznes-portfeli seljermegiň indiki tapgyrynda ýolbaşçylyk dürli *SBB*-niň özüne çekijiligine baha bermeli we olaryň hersini nähili derejede goldamaklyk barada çözüň kabul etmeli. Käbir kärhanalarda ýolbaşçylyk kärhananyň bölümlerini we harytlaryny öwrenip, her bir *SBB* näçe girdeji getirmeli we näçe maýa almalydygy barada çözüň kabul edýär.

Strategiki meýilnamalaşdyrmagyň maksady bolup, kärhananyň güýçlerini amatly ýaýratmagyň usullaryny tapyp, marketing gurşawynyň has özüne çekiji mümkinçiliklerini öz bähbitleri üçin ulanmaklyk bolup durýar. Şonuň üçin biznes-portfeli seljermegiň

standart usullarynyň köpüsinde *SBB*-e iki ölçeglerde – birinji-den, *SBB*-niň baglanyşykly bolan bazaryň ýa-da pudagyň özüne çekijiliginiň nukdaýnazaryndan, ikinji-den, şol bazarda ýa-da şol pudakda *SBB*-niň ýagdaýynyň durnuklylygynyň nukdaýnazaryndan baha berilýär.

## **7.2. Kärhanalarda ösüş strategiýalaryny işläp taýýarlamak**

Işleriň häzirkî ugurlaryna baha bermekden başga, biznes-portfeli düzmeklik gelejekdäki meşgullanjak ugurlary we harytlary gözlemekligi çak edýär. Eger-de kärhana şowly bäsleşjek bolsa, öz maýadarlaryny kanagatlandyryjak we işe zehinli işgärleri aljak bolsa, onda ol ösmelidir.

Marketingiň önünde kärhananyň girdejili ösüşini üpjün etmeklik meselesi dur. Marketing boýunça hünärmenler bazar mümkinçiliklerini kesgitleýärler, olara baha berýärler we olary saýlaýarlar, soňra bolsa olara ýetmek üçin strategiýalary işläp taýýarlaýarlar.

Ösüş strategiýany üç derejede seljermäniň esasynda işläp taýýarlap bolýar. Birinji dereje – işleriň häzirkî möçberlerine kärhana ulanyp biljek (güýçli depginli – intensiw) mümkinçilikleri ýüze çykarýar. Ikinji derejede – pudagyň marketing ulgamynyň başga elementleri bilen birleşmegiň (integrasiýanyň) mümkinçiliklerini ýüze çykarýar. Üçünji derejede – pudagyň çäkleriniň daşynda açylýan mümkinçilikleri (diwersifikasion) ýüze çykarýar. 5-nji tablisada üç ugruň hersinde ösüşiň takyk mümkinçilikleri görkezilen.

*5-nji tablisa*

### **Ösüş mümkinçilikleriniň esasy ugurlary**

<b>Intensiw ösüş</b>	<b>Integrasion ösüş</b>	<b>Diwersifikasion ösüş</b>
1	2	3
1. Bazara çuňňur ornaşmak	1. Regressiw integrasiýa	1. Konsentriki diwersifikasiýa
2. Bazaryň serhedini giňeltmek	2. Progressiw integrasiýa	2. Gorizonta diwersifikasiýa

1	2	3
3. Harydy kämilleşdirmek	3. Gorizontol integrasiýa	3. Konglomerat diwersifikasiýa

Intensiw ösüş kärhananyň häzirki harytlaryna we bazarlaryna degişli mümkinçilikleriniň doly ulanmadyk ýagdaýynda özünü ödeýär. Intensiw ösüşiň mümkinçiliklerini ýüze çykarmak üçin I.Ansoff rahat usulyýeti ulanmaga teklip etdi.

	Häzirki harytlar	Täze harytlar
Häzirki bazarlar	Bazara çuňňur ornaşmak	Harydy kämilleşdirmek
Täze bazarlar	Bazaryň serhedini giňeltmek	Diwersifikasiýa

**9-njy surat. Harydyň/bazaryň ösüşiniň matrisasynyň kömegi bilen ösüş strategiýany saýlamak**

Şular ýaly matrisa intensiw ösüşiň mümkinçilikleriniň üç esasy görnüşini görkezýär:

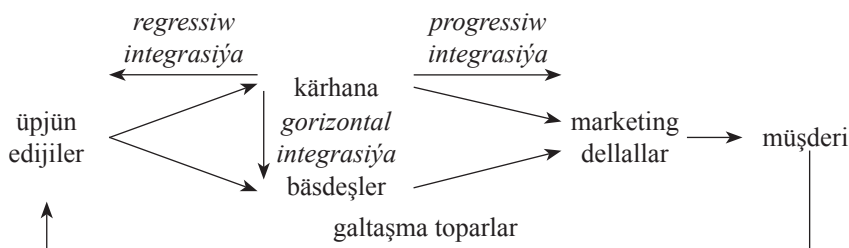
**1. Bazara çuňňur ornaşmak** – kärhana has agressiw marketingiň kömegi bilen özünüň häzirki harytlarynyň häzirki bazarlarda satuwynyň ulaltmagyna ýollary gözleýär. Meselem, kärhana özleşdiren bazarlarda dükanlaryň sanyny köpeldip bilýär, şeýlelikde, alyjylara ol dükanlara barmaga has oňaly bolar. Müşderiler dükana ýygy-ýygydan barar ýaly we köpräk harytlary satyn alar ýaly, kärhana öz mahabat işini ýaýbaňlandyryp, nyrlary peseldip, hyzmat edilişiniň hilini ýokarlandyryp, dükanlara täze görnüş berip we ş.m. edip bilýär;

**2. Bazaryň serhedini giňeltmek** – kärhana häzirki harytlary täze bazarlara hödürlep satuwy köpeltmegine tagalla edýär. Onda kärhana täze demografiki we täze geografiki bazarlara üns berip bilýär;

**3. Harydy kämilleşdirmek** – kärhana häzirki bazarlarynda täze ýa-da kämilleşdirilen harytlary döredip, hödürlemegiň hasabyna satuwy köpeltmegine tagallasyny edýär.

**4. Diwersifikasiya** – täze harytlary täze bazarlara hödürlemek, ýagny kärhananyň häzirkî harytlary bilen baglanyşykly bolmadyk täze kärhanalary açyp ýa-da satyn alyp bilýär.

**Integrasion ösüş** – kärhananyň iş sferasynyň orunlary durnukly we (ýa-da) kärhana pudagyň çäklerinde yza, öňe ýa-da gorizont boýunça hereket etmegiň hasabyna goşmaça peýdany alyp bilende özüni ödeýär. Regressiw integrasiya diýmek kärhana öz üpjün edijilerini eýeläp ýa-da has güýçli gözegçilik etjek bolup tagallalary edýär. Progressiw integrasiya diýmek, kärhana öz ýaýraduş ulgamyny eýeläp ýa-da has güýçli gözegçilik etjek bolup tagallalary edýär. Gorizont integrasiya diýmek, kärhana käbir bäsdeşleri eýeläp ýa-da has güýçli gözegçilik etjek bolup tagallalary edýär (*10-njy surat*).



**10-njy surat. Kärhananyň integrasion ösüşi**

**Diwersifikasion ösüş** – pudak tarapyndan kärhananyň soňky ösüşi üçin mümkinçilik berilmese ýa-da şu pudagyň çäkleriniň daşynda ösüşiň mümkinçilikleri has özüne çekiji bolanda özüni ödeýär. Kärhana toplan tejribesini özi üçin ulanyp bilýjek ugurlary ýa-da bar bolan ýetmezçilikleri aýyrmaga ýardam edip biljek ugurlary ýüze çykarmaly. Konsentriki diwersifikasiya – kärhananyň häzirkî harytlaryna tehniki we (ýa-da) marketing nukdaýnazardan meňzeş harytlar bilen öz nomenklaturasyny köpeltmekdir. Düzgün bolşy ýaly, bu harytlar müşderileriň täze synplarynyň ünsüni çekerler. Gorizont diwersifikasiya – kärhananyň häzirkî harytlaryna meňzeş bolmadyk harytlar bilen öz assortimentini köpeltmekdir. Bular hem häzirkî müşderileriniň ünsüni çekip biler. Konglomerat (konglomerat – önümçilik kooperasiyasyny bilen bagly bolmadyk, ykdysadyýetiň

dürli pudaklaryna degişli bolan kärhanalary birleşdirýän birleşikleriň bir görnüşi) diwersifikasiýa – kärhananyň häzirki harytlaryna we bazarlaryna, ulanýan tilsimatlaryna degişli bolmadyk harytlar bilen assortimentini kopeltmekdir.

Meselem, *Mercedes* diwersifikasiýany ulanyp, aerokosmiki işewürligi özleşdirdi, ýagny onuň *DASA* goranmak bölümi *EADS* franko-nemes kompaniýasy bilen birleşdi.

### ***Funksional-ara strategiýalary meýilnamalaşdyrmak***

Kärhananyň strategiki meýilnamasy onuň ösdürjek işleriniň ugurlaryny we her bir ugur boýunça global maksatlary kesgitleýär. Soňra her bir önümçilik bölümiň içinde has jikme-jik meýilnamalar düzülýär. Ýeke-täk global maksada ýetmek üçin kärhananyň ähli bölümleri onuň hemme ýerlerinde – marketingde, maliýe syýasatynda, buhgalter hasabynda, üpjünçilikde, önümçilikde, işgärleri saýlamakda we başgalar sazlaşykly işlemelidir.

### ***Strategiki meýilnamalaşdyrmakda marketingiň orny***

Kärhananyň umumy strategiýasy we onuň marketing strategiýasy köp meseleler boýunça deň gelýär. Marketing sarp edijileriň zerurlyklary we olary kanagatlandyrmagyň kärhananyň ukyplylygy barada alada edýär; bu ýagdaýlar bolsa kärhananyň wezipesini we maksatlaryny kesgitleýärler.

Kärhananyň strategiki meýilnamalaşdyrmagynda marketing esasy orny eýeleýär; ony birnäçe sebäp bilen düşündirip bolýar. Birinjiden, marketing kärhananyň umumy filosofiýasyny (marketing konsepsiýany – özenini) emele getirýär, ýagny kärhananyň strategiýasy sarp edijileriň esasy toparlarynyň zerurlyklarynyň kanagatlandyrylmagynda gurlan. Ikinjiden, bazaryň özüne çekiji mümkinçiliklerini ýüze çykarmaga kömek edip we kärhananyň potensialyna baha bermäge mümkinçilik döredip, strategiki meýilnamany düzýän hünärmenler üçin marketing başlangyç maglumatlary berýär. Ahyrsoňy, marketing boýunça hünärmenler kärhananyň her bir aýry bölümi üçin global maksatlara ýetmegiň strategiýasyny işläp taýýarlaýarlar. Şu maksatlar goýlandan soňra, marketingiň esasy meselesi bolup, kärhana üçin uly girdejili şol maksatlara ýetmeklik çykyş edýär.

### ***Marketing bölümi we kärhananyň başga bölümleri***

Sarp edijilik gymmaty we müşderileri kanagatlandyrmak – islendik marketing bölüminiň şowlulyk formulasynyň düzüm bölekleridir. Ýöne diňe bir marketing bölümiň özi sarp edijilik gymmatyny döredip bilmeýär: şu wajyp işde kärhananyň ähli bölümleri zähmet çekmelidir. Kärhananyň şowlulygy diňe bir her bölümiň işiniň hiline bagly bolman, eýsem, hemme bölümleriň tagallalarynyň umumy ylalaşyklygyna baglydyr.

### ***Funksional-ara gatnaşyk***

Her bir bölüm haýsy alyjylyk toparlar we işleriň görnüşleriniň artykmaçlygyny özbaşdak çözüýär. Önümçilik bölümi öz ünsüni üpjün edijilerde we önümçilikde jemleýär, maliýe bölümi esasy maýadarlar hem paýdarlar bilen gatnaşyklar barada aladalanýar; marketing bolsa alyjylaryň hem-de harytlaryň, nyrhalaryň, harytlary herekete getirmegiň şeýle-de olary ýaýratmagyň wajyplygyny belleýär. Kärhananyň ähli bölümleri sarp edijiler üçin gymmatlylygy döretmek üçin sazlaşykly işlemelidir.

### ***Marketing çärelerini dolandyrmak***

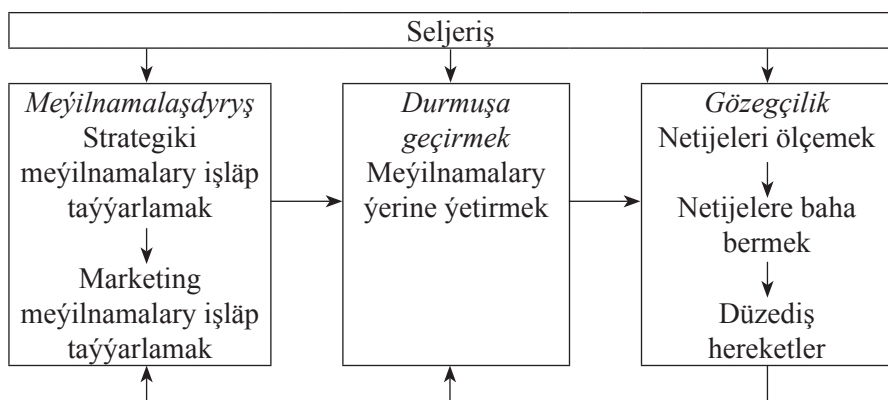
Kärhana maksatly bazarlarda öz global maksatlaryna amatly ýetmäge mümkinçilik berýän marketing toplumynyň (haryt, nyrh, ýaýratmak, herekete getirmek) işläp taýýarlamagyna we durmuşa geçirmegine dyrjaşýar. 11-nji suratda marketingi dolandyrmagyň dört funksiýasynyň, ýagny seljeriş, meýilnamalaşdyryş, durmuşa geçirmek we gözegçilik etmegiň özara gatnaşygy görkezilen. Ilki bilen kärhana umumy strategiki meýilnamalary işläp taýýarlaýar, olar soňra her bir bölüm, haryt we söwda marka üçin marketing hem başga meýilnamalara öwrülýärler. Gözegçilik – marketing meýilnamalaryň we çäreleriň ýerine ýetirilişini mukdar taýdan ölçäp hem netijelere baha berip, zerur ýagdaýda düzediş hereketleri öz içine alýar. Ahyrsoňy, marketing seljerişi – marketing işleriň galan görnüşleri üçin zerur maksatlary we bahalary berýär.

### ***Marketing seljerişi***

Marketingi dolandyrmak kärhananyň ýagdaýyny hemme taraplaýyn seljermekden başlanýar. Ilki bilen özüne çekiji mümkinçilikleri we bolup biljek howplulyklary ýüze çykarmak



maksady bilen kärhananyň bazarlary hem marketing gurşawy seljerilýär. Soňra kärhana özüniň güýçli we gowşak taraplaryny, häzirkiki we meýilnamalaşdyrylan marketing çärelerini seljerýär hem olardan geljegi bar bolanlary kesgitleýär. Marketing seljerişi marketingi dolandyrmagyň hemme funksiýalary meýilnamalaşdyrmak üçin başlangyç maglumatlar bilen üpjün edýär. *SWOT*-seljeriş geçirilýär: strengthen – güýçli, weaknesses – gowşak, opportunities – mümkinçilikler, threats – howplulyklar, ýagny kärhananyň güýçli taraplary mümkinçilikleri döredýärler, gowşak taraplary bolsa howplulyklary döredýärler.



11-nji surat. Marketingi dolandyrmagyň funksiýalarynyň özara gatnaşygy

### ***Marketing meýilnamasy***

Marketing çäreleriň meýilnamalaşdyrylyşy marketing strategiýanyň saýlawy bilen baglanyşykly, ol kärhananyň umumy strategiki maksatlaryna ýetmäge gowy ýardam berýär. Jikme-jik marketing meýilnamasy işleriň her bir ugry, harydy ýa-da söwda markasy boýunça zerurdyr. 6-njy tablisada harytlar we söwda markalar boýunça standart meýilnamanyň esasy bölümleri görkezilen. Marketing meýilnama gysgaça habardan başlanmaly, ýagny maksatlar we ýolbaşçylyga niýetlenen maslahatlar görkezilmeli. Meýilnamanyň baş bölümünde bazaryň häzirkiki ýagdaýynyň jikme-jik seljerilişi, bolup biljek mümkinçilikler we howplulyklar görkezilmeli. Soňra

meýilnamada her bir söwda marka üçin esasy maksatlar görkezilmeli we olara ýetmek üçin zerur marketing strategiýanyň aýratynlyklary düşündirilmeli. Marketing strategiýasy – marketing çäreleriň umumy meýilnamasy bolup, olaryň kömegi bilen kärhana öz marketing maksatlaryna ýetjek bolýar. Ol maksatly bazarlar, harytlary bazarda görkezmek, marketing toplumu we marketing çärelere çykdaýlaryň çenligi üçin aýratyn strategiýalardan ybarat. Şu bölümde hem howplulyklara, mümkinçiliklere we bolup biljek meselelere şol strategiýa nähili täsirini göz önünde tutýandygyny düşündirýär. Meýilnamanyň goşmaça bölümlerinde marketing strategiýany amala aşyrmak üçin we marketing býujeti boýunça hereketleriň maksatnamalary görkezilen. Meýilnamanyň soňky bölümünde gözegçilik ulgamy barada aýdylýar, ol meýilnamanyň ýerine ýetirilişine gözegçilik etmäge hem-de öz wagtyndaky düzedişleri görkezmäge mümkinçilik berer.

### ***Marketingi durmuşa geçirmek***

Gowy strategiýa – şowly marketinge tarap hereketiň başydyr. Iň gowy strategiýany durmuşa gerekli geçirip bolmasa, onuň gymmaty bolmaz. Marketingi durmuşa geçirmek – marketingiň strategiki maksatlaryna ýetmek üçin marketing meýilnamalaryny marketing çärelere özgerdiş hadysasydyr. Marketingi durmuşa geçirmek – marketing meýilnamany netijeli ýerine ýetirmäge gönükdirilen her günki üzüksiz işdir. Eger-de marketing meýilnamalaşdyryş marketing çärelere näme we näme üçin soraglar bilen ýüzlense, marketingi durmuşa geçirmeklik kim, nirede, haçan we nähili diýen soraglary goýýar.

Marketingi netijeli durmuşa geçirip, kärhana bäsdeşlik artykmaçlyklara ýetip bilýär. Meñzeş strategiýalary iki kärhanadan haýsýsý strategiýany tiz ýa-da ýokary hilli amala aşyrsa kärhana bazarda ýeňiji bolar. Şonda-da marketingi durmuşa geçirmek – kyn iş: gowy marketing strategiýany oýlap tapmak aňsat, ony amala aşyrmak kyn dyr.

Häzirki wagtda özara baglanyşyk we özara gatnaşyk uly orny eýeleýär, şonuň üçin marketing meýilnamalary we strategiýalary şowly amala aşyrmak üçin marketing ulgamynyň hemme derejelerinde ylalaşykly iş zerur.

**Marketing çäreleriň meýilnamasynyň gurluşy**

<b>Bölüm</b>	<b>Maksady</b>
1	2
Gysgaça habar	Kärhananyň ýolbaşçylygyny tanyşdyrmak üçin hödürileniň meýilnamanyň esasy tezislere görkezilýär
Bazaryň häzirki ýagdaýy	<p>Bazar, harytlar, bäsdeşler we harydy ýaýratmak usullar barada esasy maglumatlary saklaýar.</p> <p>*Bazary we onuň esasy böleklerini häsiýetlendirip teswirlemek; islegiň ösüşine täsir edip biljek alyjylaryň zerurlyklaryna we marketing gurşawynyň ýagdaýlary barada habar.</p> <p>*Haryt toparnyň esasy elementleri boýunça satuwyň derejesine, nyrlara we jemi girdejä bagyşlanan harytlar barada habar.</p> <p>*Bäsdeşler barada habar, ýagny esasy bäsdeşler sanalyň geçilýär, bazardaky olaryň orunlaryna we harydyň hilini üpjün etmek, nyrh emele getirmek, harytlary ýaýratmak hem herekete getirmek boýunça ulanylýan marketing strategiýalaryna baha berilýär.</p> <p>*Harytlary ýaýratmak usullary barada habar, onda satuwy guramakda soňky meýiller teswirlenýär we satuwyň esasy ýollaryna umumy häsiýetnama berilýär.</p>
Howplulyklary we mümkinçilikleri seljermek	Kärhananyň çapraz gelip biljek esasy howplulyklary we mümkinçilikleri sanalýar, bu bölüm ýolbaşçylyga islendik položitel hem otrisatel üýtgeşikliklere taýyn bolmaga kömek etmeli, olar kärhananyň işine we onuň strategiýasyna täsir etmäge ukyply.
Maksatlar we meseleler	Meýilnamada bellenen wagtda kärhananyň ýetmeli marketing maksatlaryny görkezýär. Meýilnama durmuşa geçirilende kärhananyň tarapyndan çözülmeli meseleler teswirlenýär.

1	2
Marketing strategiýasy	Marketing çäreleriň umumy meýilnamasyny görkezýär, onuň kömegi bilen kärhana meýilnamalaşdyran maksatlaryna ýetjek bolýar. Bölümde maksatly bazarlaryň, harytlary bazarda görkezmegiň usullaryny we marketing çärelerini geçirmäge çykadjylar häsiýetlendirilýär. Marketing toplumynyň her elementi boýunça strategiýalary teswirleýär we howplulyklara, mümkinçiliklere, meselelere her bir strategiýanyň nähili täsir etjekdigini düşündirýär.
Hereketleriň maksatnamalary	Marketing strategiýalary hereketleriň takyk maksatnamalara özgertmegini kesgitleýär, ýagny näme, kim tarapdan we haçan ýerine ýetirilmeli we onuň çykadjylary anyk görkezilmeli.
Býujet	Marketing býujetiniň taslamasy görkezilýär, ýagny garaşylýan girdejiler (satylmaly haryt birlikleriň mukdary we ortaça netto-nyrhy) hem garaşylýan çykadjylar (harytlaryň öndürilişine, ýaýradlyşyna hem-de marketingine çykadjylar) barada hasabat görnüşde bolmaly. Olaryň aratapawudy meýilnamalaşdyrylan girdejini düzýär. Ýolbaşçylyk tarapyndan býujet tassyklanandan soňra, ol materiallary satyn almak, önümçilik tertibini işläp taýýarlamak, ştat boýunça düzgüni we marketing çärelerini düzmek üçin esas bolýar.
Gözegçilik	Gözegçiligiň çärelerini teswirleýär, olar meýilnamanyň ýerine ýetirilişine gözegçilik üçin ulanyp bilerler, her döwrüň netijelerine baha bermäge we haýsy ugurlaryndan ýa-da harytlardan goýlan meseleler ýerine ýetirilmeýändigini ýüze çykarmaga ýolbaşçylyga mümkinçilik bererler.

Marketingiň şowly amala aşyrylyşy kärhananyň işgärleri saýlaýşy, onuň guramaçylyk gurluşy, çözümleri kabul etmegiň ulgamy we sylaglamagyň tertibi, saýlan strategiýany goldamaga üpjün edýän hereketleriň maksatnamasyny döretmäge kärhananyň ukyplylygyna baglydyr. Kärhana hemme derejelerde zerur tejribeli, şahsy häsiýetli işgärler bilen üpjün edilen bolmaly. Ahyrsoňy, marketingi şowly amala aşyrmak üçin marketing strategiýalar kärhananyň umumy medeniýetine laýyk gelmeli. Kärhananyň medeniýeti – kärhananyň işgärleriniň gymmatlyklarynyň we pikirleriň ulgamydyr.

### ***Marketing bölüminiň guramaçylygy***

Kärhanada marketing strategiýalary we meýilnamalary amala aşyrmaga ukyply marketing bölümi bolmalydyr. Eger-de kärhana kiçi bolsa marketing boýunça ähli işleri – marketing derňewleri, mahabaty, satuwy, alyjylara hyzmat edilişi we başgalary bir adam ýerine ýetirip bilýär. Kärhananyň ösmegi bilen onuň meýilnamalaşdyrylyşy we marketing işi bilen meşgullanmaga marketing bölüminiň guramaçylygynyň zerurlygy ýüze çykýar. Uly kärhanalarda şular ýaly bölümlerde köp hünärmenler zähmet çekýär.

Häzirki zaman marketing bölümleriň guramaçylygynyň dürli usullary bar. Iň giňden ýaýran bolup guramaçylygyň funksional ýörelgesi çykyş edýär, ýagny marketing işiniň dürli ugurlaryny funksiýalarynyň biriniň ýolbaşçysy – satuw boýunça menejer, mahabat boýunça menejer, marketing derňewleri boýunça menejer, alyjylara hyzmat etmek boýunça menejer, täze harytlar boýunça menejer ýolbaşçylyk edýär. Bütin ýurduň möçberlerinde we daşary ýurtda öz işini amala aşyran uly kärhanalarda, köplenç, geografiki ýörelge boýunça guramaçylyk ulanylýar, ýagny satuw we marketing bilen meşgullanýan işgärlere bellibir ýurtlar hem sebitler berkidilýär. Geografiki ýörelge boýunça guramaçylyk söwda agentlere «özünüň» territoriýasynda gös-göni işlemäge, öz alyjylaryny gowy öwrenmäge we iş saparlar bilen baglanyşykly çykdajylary azaltmaga mümkinçilik berýär.

Köp sanly dürli harytlary ýa-da haryt markalary hödürleýän kärhanalar haryt boýunça dolandyryşy ulanýarlar. Şular ýaly ugurda haryt boýunça menejer bellibir haryt ýa-da söwda marka boýunça

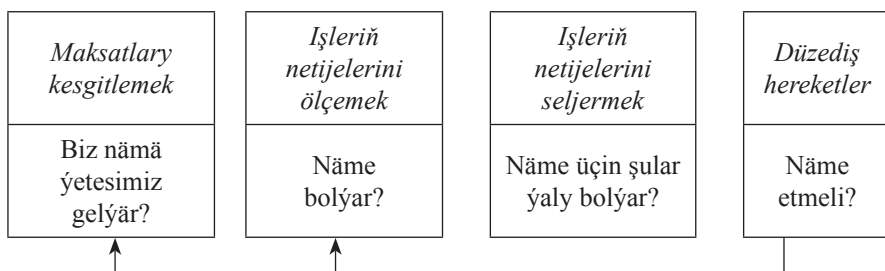
bütün strategiýany we marketing maksatnamasyny işläp taýýarlaýar we amala aşyrýar.

Bir haryt topary dürli zerurlykly dürli görnüşli bazarlarda hödürleýän kärhanalara bazarlar boýunça dolandyryş gabat gelýär. Guramaçylygyň bu görnüşi harytlar boýunça dolandyryşa meňzeýär. Bazarlar boýunça menejerler her bir bazar üçin marketing strategiýalaryň we meýilnamalaryň işläp taýýarlansyyna jogap berýärler. Bu ulgamyň esasy artykmaçlygy kärhana alyjylaryň bellibir bazar bölekleriniň zerurlyklaryna öz işini gönükdirýär.

Dürli harytlaryň giň assortimentini öndürýän hem-de köpsanly, dürli geografiki we sarp edijilik bazarlarda işleýän iri kärhanalar funksional, geografiki, haryt we bazar guramaçylyk görnüşleriniň utgaşdyrylyşyny ulanýarlar. Munuň özi dolandyryş işgärlere her bir funksiýa, haryda we bazara üns bermäge mümkinçilik berýär. Ýöne şular ýaly görnüş dolandyryş apparadynyň ulalmagyna we guramaçylyk çeýeliginiň peselmegine getirýär. Şonda-da guramaçylygyň utgaşdyrylan görnüşiniň artykmaçlyklary ýetmezçilikden köp bolýar.

### **7.3. Marketing gözegçiligi**

Marketing meýilnamalar amala aşyrylanda köp garaşylmadyk ýagdaýlar ýüze çykýar, şonuň üçin marketing bölümi marketing çäreleriň amala aşyrylyşyna hemişe gözegçilik etmeli. Marketing gözegçiligi marketing strategiýalaryň we meýilnamalaryň amala aşyrylyşynyň netijelerine baha bermek hem goýlan maksatlara ýetmek üçin düzediş hereketleri geçirmekligi öz içine alýar. Ol dört tapgyra bölünýär (*12-nji surat*). Ilki bilen ýolbaşçylyk anyk marketing meseleleri kesgitleýär, soňra bazarda olaryň ýerine ýetirilişiniň netijelerine baha berýär we meýilnamalaşdyrylan görkezijilerden alnan netijeleriň üýtgemeleriniň sebäplerini seljerýär. Ahyrsoňy, ýolbaşçylyk goýlan maksatlara ýetmek üçin geçirilýän hereketleri düzedýär. Bu ýagdaýda hereketleriň maksatnamalary üýtgedilip ýa-da maksatlara täzedan seredilip bilner.



**12-nji surat. Marketing gözegçilik prosesi**

Operativ gözegçilik häzirki işleriň netijelerini ýyllyk meýilnama bilen deňşdirmegi we zerur ýagdaýda düzediş hereketleri öz içine alýar. Operativ gözegçiligiň maksady – ýyllyk meýilnamada kesgitlenen satuwyň derejesi, girdeji we başga maksatlaryň ýerine ýetirilmegine göz ýetirmek bolar. Operativ gözegçiligiň çärelerine dürli harytlaryň, territoriýalaryň, bazarlarynyň we satuw ýollarynyň girdejiligi kesgitlemeklik degişlidir.

Strategiki gözegçilik kärhananyň esasy strategiýalaryny onuň mümkinçiliklerini bilen deňşdirmek hasap edilýär. Marketing strategiýalar we maksatnamalar tiz könelp bilýär, şonuň üçin her bir kärhana bazara bolan öz ugruna wagtal-wagtal täzeden seretmelidir. Strategiki gözegçiligiň esasy bolup marketing auditi durýar. Marketing auditi – meseleleridir mümkinçilikleri ýüze çykarmak üçin kärhananyň gurşawyny, maksatlaryny, strategiýalaryny hem işini ulgamlaryny, garaşsyz we hemişe öwrenmekdir. Marketing auditi marketingiň netijeliligini ýokarlandyrmak boýunça kärhananyň hereketleriniň meýilnamasyny işläp taýýarlamakda başlangyç maglumatlar bilen üpjün edýär.

Marketing auditinde diňe bir meseleli ugurlar däl-de, eýsem, marketingiň esasy ugurlaryna, marketing strategiýasyna, marketing guramaçylygyna, marketing ulgamlaryna, marketing toplumyna, marketingiň girdejililigine we çykdajylygyna baha berilýär. Marketing auditini marketing bölümi bilen baglanyşykly bolmadyk tejribeli we garaşsyz hünärmenleriň ýa-da bilermenleriň toparlary geçirýärler. Marketing auditiniň netijeleri ýolbaşçylyk

üçin garaşylmadyk bolup bilýär. Olary öwrenip, ýolbaşçylyk nähili hereketleri we haçan amala aşyrmaklygy barada çözügüt kabul edýär.

### **Marketing auditiniň soraglary**

#### ***Marketing gurşawynyň auditi***

1. Makrogurşaw. Haýsy esasy demografiki, ykdysady, tebigy, tehnologiki, syýasy we medeni ýagdaýlar kärhana üçin peýdaly mümkinçilikleri, haýsylar bolsa howplulyklary döredýärler?

2. Mikrogurşaw. Üpjün edijilere haýsy meýiller täsir edýär? Önümçilik üçin esasy resurslaryň elýeterliliginiň geljegi nähili? Kärhananyň esasy bäsdeşleri kim, olaryň strategiýalary, gowşak we güýçli taraplary nähili? Kärhana haýsy ýaýraduş ýollary ulanýar? Bazaryň ululygy, onuň ösüş depgini, eýelemeginiň giňligi we girdejileri nähili üýtgeýär? Bazaryň esasy bölekleri nähili? Näme üçin alyjylar dürli harytlary satyn alýarlar? Olar harytlaryň hiline, hyzmat edilişiniň derejesine we nyrlara nähili baha berýärler?

#### ***Marketing strategiýasynyň auditi***

1. Kärhananyň wezipesi we marketingiň maksatlary. Kärhananyň wezipesi anyk kesgitlenenmi we ol haýsy derejede bazara gönükdirilen? Kärhana işini meýilnamalaşdyranda we marketingi amala aşyranda esaslanýan anyk maksatlary barmy?

2. Marketing strategiýasy. Goýlan maksatlara ýetmek üçin kärhananyň gowy işläp taýýarlanan marketing strategiýasy barmy?

3. Býujet. Dürli bazar bölekleri, harytlar, territoriýalar we marketing toplumynyň ähli elementleri üçin kärhananyň ýeterlik serişdeleri barmy?

#### ***Marketing gulluklarynyň işini gurnalýşynyň auditi***

1. Guramaçylyk gurluşy. Funksiýalar, harytlar, bazarlar we çäkler nukdaýnazardan marketing işiniň guralyşy nähili derejede amatly?

2. Funksional netijelilik. Satuw gullugynyň we marketingiň özara gatnaşygy nähili derejede netijeli? Marketing bölüminiň işgärleri başarlaňmy we öz işi bilen gyzyklanýarlarmy?, olaryň işine gözegçilik nähili edilýär we baha berilýär?

3. Ylalaşyklyk. Marketing bölüminiň işgärleri önümçilik, ylmy-barlag, üpjünçilik, işgärler bölümleri, maglumat tilsimatlar we kärhananyň başga bölümleri bilen özara gowy gatnaşýarlarmy?



### ***Marketing ulgamlarynyň auditi***

1. Marketing maglumatlar ulgamy. Marketing maglumatlar ulgamy bazardaky ýagdaý barada anyk we öz wagtyndaky maglumat bilen üpjün edýärmí?

2. Marketing meýilnamalaşdyrmagyň ulgamy. Kärhananyň bir ýyllyk, uzak möhletleýin we strategiki meýilnamalary barmy? Kärhana olary ulanýarmy?

3. Marketing gözegçiliginiň ulgamy. Goýlan maksatlar ýerine ýetirilýärmí? Önümiň, bazaryň, satuw ýollarynyň we girdejileriň seljerişini ýolbaşçylyk wagtal-wagtal geçirýärmí?

### ***Marketing bölüminiň işiniň netijeliliginiň auditi***

1. Girdejililigini seljermek. Dürli harytlar, bazarlar, geografiki territoriýalar we ýaýradýş ýollar kärhana üçin nähili girdeji getirýärler? Täze bazar böleklerine kärhana çykmalymy, giňeltmelimi ýa-da olardan gaýtmalymy?

2. Harajatlary seljermek. Marketing bölüminiň işi gymmat düşýärmí? Harajatlary nähili peseldip bolar?

### ***Marketing toplumynyň auditi***

1. Haryt. Haryt toparlar boýunça kärhanada anyk maksatlar işläp taýýarlananmy? Käbir harytlaryň önümçiligini bes etmelimi ýa-da täze harytlaryň önümçiligini özleşdirmelimi? Harydyň hilinde, häsiýetlerinde we dizaýnynda üýtgemeler nähili peýda getirerler? Kärhanada täze harytlary işläp taýýarlamak hadysasy nähili derejede netijeli? Kärhananyň täze harytlary şowlumy?

2. Nyrh. Kärhananyň nyrh syýasaty we nyrh strategiýasy bazaryň häzirki ýagdaýyna nähili derejede laýyk gelýär? Harydyň gymmaty alyjynyň harytda görýän gymmatyna laýyk gelýärmí?

3. Ýaýratmak. Kärhananyň satuw maksatlary we strategiýalary nähili? Hereket edýän satuw ýollaryna üýtgeşikleri ýa-da täze satuw ýollary girizmelimi?

4. Herekete getirmek. Kärhananyň mahabat, satuwy höweslendirmek we jemgyýetçilik bilen gatnaşyklary guramagyň netijeli maksatnamalary barmy? Kärhanada şahsy satuw üçin işgärler ýeterlikmi, olaryň hünär derejesi ýeterlikmi, olara gözegçilik edip bolýarmy?

## VIII BAP

# KÄRHANALARDA GÖNI WE INTERAKTIW MARKETINGIŇ ULANYLYŞYNYŇ DERŇEWI

### 8.1. Göni marketing düşünjesi, onuň ösüşi, artykmaçlyklary we görnüşleri

Marketing serişdeleriniň köpüsi köpçülikleýin marketingiň baglanyşygynda: hemme sarp edijileri herekete getirmegiň we satuwyň standart usullaryny ulanyp kanagatlandyrmakda işläp taýýarlanan. Häzir bolsa has dar gönükdirmeleriň we şahsy marketingiň meýillerini ulanyp, kärhanalaryň köpüsi göni marketingi ulanýarlar, öz marketing işiniň esasy (ýa-da goşmaça) ugur hökmünde ony peýdalanýarlar. Kärhanalaryň köpüsi göni marketinge ýüzlenýärler, onuň kömegi bilen maksatly sarp edijilere has netijeli çykjak bolýarlar we olar bilen has berk, şahsylaşdyrylan gatnaşyklary döretjek bolýarlar.

#### *Göni marketing näme?*

Köpçülikleýin marketingi ulanýan kärhanalar alyjylaryň köp millionly toparyna bellibir önüm bilen we köpçülikleýin maglumatlar serişdeleriň üstünden standart ýüzlenme bilen, düzgün bolşy ýaly, çykjak bolýarlar. Meselem, *Procter&Gamble* kompaniýasy ilkibaşda bazara Crest diş pastasyny bir görnüşde, ýeke-täk ýüzlenmäni («Crest kariýes bilen göreşýär») göýberip, 270 million amerikanlylar şu ýüzlenmä jogap berip Cresti alyp başlarlar diýip umyt etdi. *P&G* üçin öz sarp edijileriň familiýalaryny bilmekligi ýa-da olar barada bellibir maglumatlary almaklygy gerek däldi. Diňe olaryň hemmesi sagdyn dişleri isleýändigini bilmek ýeterlikdi. Marketing aragatnaşyklaryň köpüsi sarp edijiler bilen aragatnaşygy baglaşdyrýan iki taraplaýyn aragatnaşyk däl-de, olara gönükdirilen birtaraplaýyn aragatnaşyklar bolup durýar.

Göni marketing gowuy saýlanan bellibir alyjy bilen köplenç, derrew jogap almak üçin şahsylaşdyrylan dialog görnüşde gatnaşygy çak edýär. Kärhanalar olaryň marketing teklipleri has kiçi sarp edijileriň bazar böleginiň ýa-da aýratyn alyjynyň zerurlyklaryna

layyk bolar ýaly gözegçilik edýärler. Söwda markasyny we imidži döretmekden başga, olar hemişe alyjynyň göni, tiz we ölçäp bolýan seslenmesini aljak bolýarlar. Meselem, *Dell Computer* sarp edijiler bilen, olaryň şahsy zerurlyklaryna layyk ulgamlary döretmek üçin göni telefon arkaly ýa-da **Web**-serwerde gatnaşýar. Alyjylar göni *Dell Computer*-e sargyt edip, soňra sargyt edilen tehnikany tiz we netijeli olaryň öýlerine ýa-da ofislerine eltip berýärler.

### ***Göni marketingiň täze modeli***

Göni marketingiň ilkinji hünärmenleri (katalog boýunça satýanlar, poçta we telefon ulanýan kärhanalar) alyjylaryň atларыny ýygnaп, olara harytlary, esasan, poçta ýa-da telefon arkaly hödürleýärdiler. Häzir maglumatsyz tilsimatlary we täze multimediyaly kompýuterleri, modemleri, fakslary, elektron poçtany, interneti we interaktiv hyzmatlary işjeň ulanyp, göni marketingiň has kämilleşen usullaryny ulanmak mümkin. Bu usullaryň el ýeterligi we ýeterlikli bahasy, göni marketingiň tarapdarларыnyň sanyny köpeldiler.

Göni marketing, ýagny nol derejeli ýaýradýş ýollarda harytlar dellalsyz satylýar. Marketingiň bu görnüşi şahsy satuwda sarp edijiler bilen göni gatnaşyklaryň çak edilýändigini ýuze çykaryldy. Hakykatdan göni marketing bu görnüşleriň ikisinem ulanmaga mümkinçilik berýär. Kärhanalaryň köpüsi şu wagta çenli göni marketingi ýaýratmagyň goşmaça ýoly öz sarp edijiler bilen gatnaşyklaryň serişdesi hökmünde ulanýarlar. Meselem, Lexus awtomobili, esasan, ýokary hünärli satyjylaryň tory arkaly ýaýradylýar, mahabat ýüzlenmeler bu markanyň artykmaçlyklary barada köpçülikleýin maglumatlar serişdelerinde ýerleşdirilýär, ýöne bu adaty satuw we herekete getirmegiň görnüşlerini goldamak üçin kärhana göni marketingi hem işjeň ulanýar. Munuň üçin ol öz bolup biljek sarp edijilerine poçta arkaly dürli wideo we çap edilen maglumatlary iberýär. Mundan başga-da, hemme soňky täzelikleri we başga köp peýdaly maglumatlary (awtomobiliň tehniki häsiýetleri, nyrhy, dilerleriň ýerleşýän ýerleri) kompaniýanyň **Web**-sahypasynda ([www.Lexus.com](http://www.Lexus.com)) bilip bolýar. Şu tertipde *Barnes&Noble* işleýär, öz harytlaryny uly kitap dükánlar arkaly ýaýradyp, elektron söwdadan hem ýüz öwürmeýär. *Compaq Computer* kompaniýasy adaty köpçülikleýin maglumatlar serişdelerinde işjeň

mahabat edilýär we öz önümlerini dellallar arkaly hödürleýär, ýöne munuň özi göni marketingiň gurallaryny telemarketing we interneti ulanmaga päsgel bermeyär. Uniwermaglaryň köpüsi satuwyň möçberini köpeltjek bolup, öz kataloglaryny ýaýradýarlar.

Käbir kärhanalar üçin göni marketing ýaýratmagyň goşmaça ýola ýa-da sarp edijiler bilen gatnaşygyň serişdesine görä has uly zat bolup durýar. Olar üçin göni marketing has hem onuň täze görnüşleri, interaktiw marketing we elektron söwda – telekeçilik işini guramagyň täze özbaşdak görnüşidir.

Kärhanalaryň köpüsi göni marketingi we Interneti marketingiň goşmaça gurallary hökmünde ulanýarlar, başga kärhanalar bolsa öz işini diňe şu täze tilsimatlarda gurnaýarlar. Meselem, *Dell Computer*, *Amazon.com* we wirtual korporasiýalar (*e Bay*, *eToy*, *e Trade* we başgalar) öz işini işewürligi guramagyň şu görnüşlerinden başladylar.

Başga kompaniýalar, meselem, *Cisco systems*, *Charles Schwab*, *IBM* we başgalar öz amallarynyň uly bölegini göni marketingiň ýoluna işjeň geçirýärler. Strategleriň köpüsi göni marketingiň modelini täze müň ýyllygyň marketingi diýip atlandyrýarlar. Olaryň pikiri boýunça islendik satuw satyjynyň we alyjynyň gönüden-göni gatnaşmagynda geçer diýip şol gün daş däl diýip çaklaýarlar. Käbir analitikler täze model «artykmaçlyklar, tizligi, deňeşdirmede, nyrhda we hyzmat edilişi barada sarp edijileriň pikirini düýbünden üýtgeder. Bu täze pikirler bütin ykdysadyýete, her bir kärhana täsir ederler» diýip hasap edýärler.

### ***Göni marketingiň ösüşi we artykmaçlyklary***

Göni marketing marketingiň has maksada laýyklygyna we şahslaşdyrylyşyna meýilleri görkezýär hem şu gün marketingiň has tiz ösýän görnüşi bolup durýar.

### ***Göni marketingiň artykmaçlyklary***

Göni marketing alyjylar üçin köp zat bilen özüne çekiji hasaplanýlar we artykmaç wagt sarp etmezden harytlary satyn almaga mümkinçilik döredýär. Alyjy poçta kataloglara seredip ýa-da internetde dürli kompaniýalarynyň tekliplerini öwrenip, harytlary deňeşdirip bilýär, soňra garaşman we söwda agentler bilen duşuşyga wagt ýitirmän gije-gündiz islendik wagtynda zerur harytlary sargyt edip bilýär.

Göni marketing müşderilere harytlary giňden saýlap almaklygy üpjün edýär we olary aňsatlaşdyrýar. Fiziki serhetsiz kibernetiki dükanlar harytlaryň çäksiz saýlanmagyny hödürleýärler. Meselem, Amazon.com, CDNow, Virtual Vineyards **Web**-dükanlaryň harytlarynyň assortimentini hakyky dünýäde işleýän işdeşleriň assortimenti bilen deňeşdirseň bildirýändir.

Harytlary we dellalary barada has doly maglumatlary almaga alyjylara internet mümkinçilik berýär. Gowy işläp taýýarlanan **Web**-sahypa rahat görnüşde görkezilen köp peýdaly maglumatlary saklaýar, bularyň möçberini kärhananyň wekilleri bilen gürründeşlikde alyp bolýan maglumatlar bilen deňeşdirip bolmaýar. Meselem, *eToys* kompaniýanyň saýtynda ene-atalar hünärmenlerden çagalary terbiýelemek boýunça maslahatlary alyp bilýärler, olary gyzyklandyrýan soraglary ara alyp maslahatlaşyp bilýärler. CDNow ýazgylaryň reýtinglerini hödürleýän we göwnüne ýaran sazлары diňlemäne mümkinçilik berýär.

Internet – sarp edijiler bilen gatnaşyklary ýola goýmak, Intranet – kärhananyň içinde gatnaşyklary ýola goýmak we Extranet – marketing boýunça strategiki hyzmatdaşlar, üpjün edijiler we dellallar bilen gatnaşyklary ýola goýmakdyr.

Göni marketing individual harytlary we hyzmatlary döretmäge hem nyrh emele getiriş hadysasyna gözegçilik etmäge alyjylar üçin amatly şert döredýär. Ol haryt öndürijilere hem peýda getirýär. Gatnaşyklaryň marketingini ösdürmekde onuň ornuny bahalap bolmaýar. Marketing boýunça hünärmenler sarp edijileri islendik toparynyň (millionerlerden we ýaş ene-atalardan başlap, çepbekeýler we ýokary okuw mekdepleriň uçurymlary bilen gutaryp) salgylarynyň sanawyny alyp bilýärler. Şu zerarly olar öz tekliplerini şahslaşdyryp bilýärler we öz müşderileriniň talaplaryna laýyklykda resmileşdirip bilýärler. Häzirki zaman tilsimatlary ulanyp, göni marketing boýunça hünärmen kiçi topary ýa-da aýry alyjyny saýlap, olaryň zerurlyklaryny we isleglerini hasaba alyp, marketing teklibini taýýarlap bilýär we bu teklibi gatnaşyklaryň şahsy serişdeleri boýunça iberip bilýär.

Göni marketing bellibir wagtda çap edilen maglumatlary (prospektleri) bermeli bolanda kömek edýär. Bu prospektler gyzyklanýan alyja gerek wagtynda ýetýärler, şonuň üçin göni marketing

boýunça hünärmenler has ünsli okyjylary we köp seslenmeleri alýarlar. Göni marketing mahabaty ýaýratmagyň alternatiw (mümkin bolan iki ýa-da birnäçe biri-birinden aýrybaşa mümkinçilikleriň birini saýlap almak zerurlygy) serişdelerini we mahabat ýüzlenmeleriň mazmunyny öwrenmäge mümkinçilik berýär.

Her bir sarp edijä şahsy ugur we kärhana bilen sarp edijiniň gönüden-göni gatnaşyklara mümkinçiligi bolany üçin, internet göni marketingiň köp işjeň guruly boldy. Kärhanalar sarp edijiler bilen gatnaşyklarda olaryň anyk zerurlyklaryny we tekliplerini çuňňur öwrenip, maglumatlaryň laýyk binýadyny döredip bilýärler. Öz nobatynda «elektron alyjylar» sowal berip, şol wagt jogap alyp bilýärler. Şular yaly üznüksiz aragatnaşygyň esasynda kärhanalar öz müşderileriniň zerurlyklaryna (her bir müşderiniň şahsy zerurlyklaryna) hilini ýokarlandyryp we önümleriň hem hödürülen hyzmatlaryň anyk sarp edijilik häsiýetlerini gowulandyryp, täsir etmäge mümkinçilik alýarlar.

Göni marketing nyrlary peseltmäge we söwdanyň girdejililigini ýokarlandyrmaga mümkinçilik berýär. Göni marketing boýunça hünärmenler dükanlary saklamak bilen baglanyşykly çykdaýlary we onuň ýanyndaky kärendä, ätiýaçlandyryşa hem kommunal hyzmatlara, çykdaýlary bilmeýärler. Alyjylar satyjylar bilen gönüden-göni gatnaşýanlygy üçin, göni marketing nyrlaryň peselmegine we harytlary ýaýratmagyň dürli tapgyrlarynyň, ýagny sargytlary işlemek, inventarizasiýa, alyja harydy eltip bermeklik we satuwy höweslendirmegiň netijeliligini ýokarlandyrmagyna getirýär. Satyjynyň we alyjynyň elektron özara gatnaşygy, poçta arkaly gatnaşyklara görä, arzan düşýär. Meselem, kärhana öz önümleriniň we hyzmatlarynyň elektron kataloglaryny göýberip bilýär, bu şular ýaly katalogyň kagyz görnüşini çap etmekden we poçta arkaly ibermekden arzan düşýär. Interaktiw marketingiň oňositel pes gymmaty, ony hem uly, hem kiçi kärhanalaryň ulanyp bolýandygyny aňladýar.

Interaktiw marketing ýokary çeyeligi hem üpjün edýär, ýagny satyja öz işine hemişe düzedişleri girizmäge mümkinçilik berýär. Meselem, Siz müşderileriňize kagyz katalogy çap edip ibereniňizden soňra, harytlaryň sanawyna, nyrlaryna we katalogyň başga häsiýetlerine, katalogyň indiki wariantyny çap edip iberemesiňiz üýtgeşikleri girizip bolmayar. Şol wagt hem elektron katalogy

üznüksiz üýtgedip bolýar – bazaryň tiz üýtgeýän şertlerine laýyklykda harytlaryň assortimentine, nyrlaryna we ýeňilliklerine zerur düzetmeleri girizip bolýar.

Göni marketing teklibiň gizlinligini mälim edýär, şol zerarly göni marketing boýunça hünärmeniň strategiýasy bäsdeşleriň nazaryndan daşda galýar.

Internet bütindünýä gurşaw bolup, dürli ýurtlaryň alyjylaryna we satyjylaryna gysga wagtyň dowamynda hyzmatdaşlary tapmaga kömek edýär. Meselem, Parižde ýa-da Stambulda kompýuterleriň eýesi Täze Zelandiýada ýerleşýän söwda firmanyň katalogyna ýeňil seredip bilýär, edil şolar ýaly Wellingtonyň (Täze Zelandiýanyň paýtagty) ýaşajysy ony amala aşyryp bilýär. Diýmek, ownuk «elektron söwdagärler» hem global bazarlara ýetip bilýärler.

### ***Göni marketingiň ösüşi***

Soňky wagt göni marketingiň adaty ýollaryndan (kataloglar, poçta boýunça göni talapnamalar, telefon boýunça satuw) satuwyň tiz ösüşi belenilýär.

Adaty ýollary ulanyp, interaktiw marketing örän tiz össede, interaktiw marketing harsaň şekilli ösýär. Şu wagtdan başlap Internet boýunça satuw her ýyl 60% öser diýip çaklanylýar.

Sarp edijilik bazarda göni marketinge häsiýetli uly ösüş depginler täze marketing ýagdaýlaryň döreýşine täsir bolup çykdylar. Bazarlaryň «ownamagy» hemişe dürli ileri tutulýan bazar nişalaryň emele gelmegine getirýär. Göni marketing alyjylaryň takyk isleglerini gowy kanagatlandyryan teklipleriň hasabyna şu mikrobazarlarda netijeli jemlenmäge satyjylara mümkinçilik berýär.

Sarp edijilik bazarda göni marketingiň tiz ösüşini höweslendirýän başga sebäpler hem bar: awtomobili ulanmak üçin çykdajylaryň köpelmegi, ulag akymalaryň dartgynlygynyň ulalmagy, ulagy goýmak (parkowka) bilen kellagyry, bölek satuw söwdada wagtyň we maslahat kömeginiň ýetmezçiligi, kassanyň başynda gutarmaýan nobatlar – bularyň hemmesi öýde harytlary satyn almaga ýardam edýärler. Alyjylara göni marketingiň hünärmenleri tarapyndan gurnalýan tölegsiz telefon liniýalaryň ýüze çykmagy, dynçsyz gije-gündizine 24 sagatlap talapnamalary kabul etmäge taýýarlygy, alyjylyk islegleri kanagatlandyrmaga taýýarlygy gowy

täsir edýär. Tiz 24 ýa-da 48 sagatda *Federal Express, DHL, UPS* we başga kurýer poçta gullugynyň kömegi bilen göni satyn almalary tiz we ýönekeý hyzmat edýär. Ilatda kompýuterleriň sanynyň we alyjylar barada maglumatlar binýadynyň ösüşi göni marketingiň hünärmenlerine islendik haryda has bolup biljek alyjylary kesgitlemäge mümkinçilik berýär.

Göni marketing önümçilik niýetli harytlaryň bazarynda-da güýçli depginli ösýär, sebäbi satuw bölümleriň işgärleriniň üsti bilen telekeçilik bazarlaryna çykmaklyk gymmat düşýär. Eger-de harydy şahsy satuw maksady bilen amala aşyrylýan her bir telefon jaňy, takmynan, 165 manada düşse, onda diňe zerurlyk ýüze çykanda we tölemäge ukyply (has bolup biljek) alyjylara şular ýaly jaňlary etmeli bolýar. Has az çykdajyly marketing serişdeleri – telemarketing, göni poçta arkaly ibermeklik we elektron täjirçiligiň häzirki zaman görnüşleri – hemişelik we bolup biljek alyjylaryň köp sanyna harytlary satmagyň has tygşytlý hem netijeli usullary bolup çykyş edýärler.

### ***Alyjylar barada maglumatlar binýady we göni marketing***

7-nji tablisada köpçülikleýin we şahsy marketing diýip atlandyrylýan usullaryň arasyndaky esasy tapawutlar görkezilen. Aýratyn alyjylaryň aýratynlyklaryny we zerurlyklaryny bilýän kärhanalar harydyň sarp edijilik gymmatyny maksimal ýokarlandyrmak hem müşderileri kanagatlandyrmak üçin öz tekliplerini harytlar barada habarlary, olary eltip bermekligiň usullaryny we tölemekligiň görnüşlerini laýyk üýtgedip bilýärler.

Häzirki zaman kärhanalaryň güýçli guraly bar, ol aýratyn we bolup biljek alyjylara degişli wajyp maglumatlary, ýagny olaryň atлары, familiýalaryny, salgylaryny, ileri tutmalaryny hem başgalary tapmaga mümkinçilik berýär. Gürrüň alyjylar barada maglumatlaryň binýady barada gidýär.

***Alyjylar barada maglumatlaryň binýady*** – aýratyn (ýa-da bolup biljek) alyjylar barada doly maglumatlaryň guramaçylykly giňişligi aňladýar, onuň düzümine geografiki, demografiki, psihografiki häsiýetli we alyjylaryň özlerini alyp barşy barada maglumatlar girýär. Şular ýaly maglumatlar binýady bolup biljek alyjylary görkezmek üçin, maksatly sarp edijileriň zerurlyklaryna harytlary we hyzmatlary «laýyk etmek» üçin we olar bilen uzak wagtlaýyn



gatnaşyklary saklamak üçin ulanyp bolýar. Alyjylar barada maglumatlaryň binýadynyň esasyndaky marketing – alyjylar bilen gatnaşyklary gurmak we ylalaşyklary amala aşyrmak üçin alyjylar barada maglumatlar binýadyny hem başga-da, (harytlar, üpjün edijiler, dellallar barada) maglumatlar binýadyny döretmekligiň, saklamaklygyň hem-de ulanmaklygyň hadysasydyr.

7-nji tablisa

### Köpçülikleýin we şahsy marketingiň usullarynyň deňeşdirmesi

Köpçülikleýin marketing	Şahsy marketing
Ortaça statistiki alyjy	Şahsy alyjy
Alyjylaryň atlarynyň näbelliligi	Takyk alyja ugrukdyrylmak
Standart haryt	Ýörite marketing teklibi
Köpçülikleýin önümçilik	Şahsyýete gönükdirilen önümçilik
Harydy köpçülikleýin ýaýratmak	Şahsy ýaýratmak
Köpçülikleýin mahabat	Şahsy ýüzlenme
Harydy bazara köpçülikleýin herekete getirmek	Satyn almak üçin şahsy höwesleri döretmek
Haryt barada birtaraplaýyn habar	Haryt barada ikitaraplaýyn habarlar
Giňişleýin ornaşmak	Bazara içgin ornaşmak
Bazaryň paýy	Alyjylaryň paýy
Hemme alyjylary eýelemek	Peýdaly alyjylary eýelemek
Alyjylary özüňe çekmek	Alyjylary saklamak

Köp kärhanalar alyjylar barada maglumatlar binýadyny poçta arkaly maglumatlary ibermeklik sanawlary bilen çalyşýarlar. Ibermeklik sanawy – bu familiýalaryň, salgylaryň we telefon belgileriň toplumydyr, emma maglumatlar binýadynynda köp maglumatlar bar. Meselem, önümçilik niýetli harytlaryň bazarynda göni marketing geçirilen ýagdaýynda kärhananyň söwda wekilindäki takyk alyja bolan kartoçkasynda şular ýaly maglumatlar bar, ýagny ol haýsy harytlary we hyzmatlary satyn aldy; oňler satylyşynyň möçberi we nyrlary nähilidi; müşderileriň esasy häsiýetleri (ýaşy, doglan günleri, gyzyklanýan zatlary, gowy görýän nygmatlary); üpjün edijiler, bäsdeşler; häzirki şertnamalarynyň ýerine ýetirilişiniň ýagdaýy barada; öňümizdäki birnäçe ýyla alyjylaryň garaşylýan çykdajylary barada; satuwda we alyjylaryň häzirki hasaplaryna hyz-

mat etmeklikde bäsdeşleriň güýçli hem gowşak taraplaryna baha berlişi barada maglumatlar bar. Sarp edijilik harytlaryň bazarynda göni marketingde alyjylar barada maglumatlar binýadynyň düzüminde alyjylaryň demografiki maglumatlary (ýaşy, girdejileriniň derejesi, maşgalasynyň düzümi, doglan günleri), psihografiki (meşgullanýan işi, gyzyklanýan zatlar, nukdaýnazarlar), alyjylyk endikler barada maglumatlar (öňler satyn alnan zatlar, alyjylyk ileri tutmalar) we başga ähmiýetli maglumatlar bar. Meselem, kataloglar boýunça söwda edýän *Fingerhut* kompaniýasy 30 mln maşgalalaryň hersine degişli 1300 birlik maglumatlary saklaýan maglumatlar binýadyny ulanýar. *Ritz-Carlton* maglumatlar binýadynda bolsa aýratyn sarp edijileriň ileri tutmalaryna degişli 500 müň birlik maglumatlar bar.

Köplenç, alyjylar barada maglumatlaryň binýadynyň esasynda marketingi alyjy-kärhanalar we hyzmatlary hödürleýän (myhmanhanalar, banklar, awiakompaniýalar) guramalar bilen işleýän hünärmenler ulanýarlar; başga tarapdan marketingiň bu görnüşini sarp edilýän çekip gaplanan harytlaryň söwdasy bilen meşgullanýan we başga bölek satuw söwdagärler ýygy-ýygydan giňden ulanýarlar. *Kraft Foods* kompaniýasy onuň kuponlaryny we başga satuwy höweslendirmek çärelerini ulanan alyjylaryň 30 millionynyň sanawyny düzüpdir. Bu alyjylaryň isleglerine esaslanyp, kompaniýa şular ýaly meseleleri, ýagny iýmitlendiriş we fiziki maşklar boýunça maslahatlary we kompaniýanyň öndürýän takyk harytlaryna reseptleri we kuponlary iberýär. Köpçülikleýin tomaşaçylygy we dynç alşy gurnamakda ýöriteleşdirilen *Blockbuster* kompaniýasy 36 mln öý-hojalyklar we 2 mln günde satyn alyşlar barada maglumatlary saklaýan öz binýadyny ulanyp kreýine wideokassetalary saýlaýan, uly islegde bolan filmler aljak bolýan sarp edijilere kömek edýär. *American Express* kompaniýasy dürli guramalaryň hemişelik müşderileriniň isleglerine öz tekliplerini «laýyk etmek» üçin öz maglumatlar binýadyny ulanýar. *FedEx* kompaniýasynyň gowy maglumatlar binýady bar, onuň kömegi bilen ol her ýyl 212 ýurtda 5 mln sarp edijilere gönükdirilen göni poçta arkaly ibermekligiň we telemarketingiň 100 sany ýöriteleşdirilen we şahslaşdyrylan kampaniýalary işläp taýýarlaýar. Gowy seljeriş we zerur wagtda laýyk

harytlary herekete getirmekligiň toplumly takyk bolup biljek sarp edijilere gönükdirmeklik teklipleri alan sarp edijileriň 20-25%-den seslenme almaga we ibermeklige gurnamak üçin sarp edilen her bir amerikan dollaryndan 8 dollary girdeji almaga *FedEx*-e mümkinçilik berýär.

Kiçiräk kärhanalar hem göni marketingi ulanyp gowy gazanyp bilýärler. Meselem, soňky ýyllarda bakaleýa dükanlaryň tory hemişelik müşderiler üçin ýörite maksatnamalary gurnadylar. Alyjylar we satyn alnan zatlar baradaky maglumatlaryň esasynda olar bellibir adamlar, olary gyzyklandyran harytlara bolan ýeňillikler barada, öndürijileriň geçirýän aksiýalary barada habar berýärler. Kärhananyň işgärleri öňki satyn alnan zatlar baradaky maglumatlarda öz tekliplerini esaslandyralar. Meselem, dükanda birnäçe hepde öň Tide ýuwujy tozy satyn alan alyjy ikinji gezek satyn almaga 1,5 amerikan dollarlyk kupon alyp bilýär. Eger-de sarp ediji ýuwujy tozy her hepde satyn alýan bolsa, oňa uly gapda Tide tozy ýa-da bu ýuwujy tozuň iki standart paketini ýörite baha boýunça hödürleýärler.

Käbir bakaleýa dükanlary diňe öňki satyn alnan zatlar barada maglumatlaryň esasynda däl-de, öň göni marketingi ulanmaktan alnan sarp edijileriň jogap täsiriniň esasynda öz harytlaryny herekete getirmegiň maksatlaryny işläp taýýarlaýarlar. Meselem, sagdyn ýymiti diýilýän satuw boýunça dükanlaryň tory *Nature's North West* öz maglumatlar binýadyny hasaplaşyk nokadynda maglumatlar sahypalaryny ýaýratmak üçin ulanýar. Haçanda kassir hemişelik alyjynyň kartoçkasyny skanerden geçirende, bu adamyň öňki alan zatlarynyň we islegleri barada maglumatlar çykarylýar. Kartoçkany bermek barada arza doldurylanda alyjylar öz isleglerini hem ileri tutýan harytlary görkezýärler. Şular ýaly ulgam zerarly dükanyň işgärleri öz alyjylary barada köp zatlary bildirýär. Şonuň üçin, soňky gezek dükanda Siz däne goşundylaryny we soýa etini satyn alyp, fiziki maşklar bilen gyzyklanan bolsaňyz, Siziň maglumat sahypaňyzda ýerli sportklublarda türgenleşikleriň tertibi, eti hem däne goşundylaryny ýeňillikli satyn almaga kupon görkeziler. Şular ýaly maglumat sahypasy hasaplaşyk apparatynda 7 sekuntda çap edilýär. Soňra *Nature's North West* ştrih-kod bilen bellenen kuponlar

boýunça maglumatlar sahypasynda görkezilen haýsy harytlar satyn alnandygyny hasaba alyp, indiki maglumatlar sahypasyny şahsy ileri tutmalar we isleglere laýyk edip düzedýär.

Kärhanalar öz maglumatlar binýadyny dört usulda ulanýarlar.

1. Geljekki müşderileri ýüze çykarmak. Köp kärhanalar öňki alyjylary mahabat edip, bolup biljek müşderileri ýygnaýarlar we olara sowgat-sertifikatlaryny, öz önümlerini ýa-da tekliplerini iberýärler. Mahabat bildirişler sarp edijileriň täsirini ýüze çykarmagyň dürli serişdeleri, meselem gaýtarylýan kartoçka ýa-da mugt şäherara çagyryşlary kepil berýän telefon nomeri görkezilýär. Maglumatlar binýady sarp edijileriň jogap täsiriniň esasynda emele gelýär. Şu maglumatlar binýadynyň kömegi bilen kärhana iň geljekki sarp edijileri ýüze çykarjak bolýar, soňra olara poçta ýa-da telefon arkaly ýüzlenýär (käwagt kärhananyň wekilleri şular ýaly bolup biljek müşderilere barýarlar), olary özüniň hakyky müşderileriniň hataryna geçiresleri gelýär.

2. Haýsy sarp edijileriň laýyk teklibi alandygy barada çözüdi kabul etmek. Kärhana «örän oňat sarp edijileriň» bellibir teklip üçin esasy ugruny ýüze çykarýar. Soňra ol öz maglumatlar binýadynda şu örän oňat görnüşe maksimal ýakyn häsiýetli müşderileri tapýar. Her bir şahsyýetiň täsirini gowy seljerip, kärhana wagtyň geçmegi bilen öz marketing tagallalary üçin «maksady» saýlamagyň anyklygyny ýokarlandyryp bilýär. Eger-de haryt satyn alynsa, kärhana alyjy bilen gatnaşyklary dowam edýär, meselem, bir hepdeden minnetdarlykly otkrytkany müşderä, baş hepdeden – täze teklip iberýär, on hepdeden (müşderi jogap bermedik bolsa) oňa jaň edip ýörite ýeňilligi hödürleýär.

3. Müşderileriň islegini ýokarlandyrmak. Kärhana öz müşderileriniň ileri tutmalaryny ýüze çykaryp, olary belläp, şol müşderilere laýyk maglumatlary, sowgatlary we ş.m. iberip, olaryň isleglerini hem güýçli höweslerini maksatly emele getirýär. Meselem, öý haýwanlary üçin iýmleriň we konditer önümleriniň bazarynyň öňdebaryjysy *Mars* kompaniýasy öý haýwanlar barada maglumatlaryň doly binýadyny ulanýar. Germaniýada bu kompaniýa pişikleri bar bolan hemme maşgalalar barada maglumatlaryň binýadyny döretdi. Ol bu

maglumatlary mal lukmanalara ýüzlenip aldy we märekä «Pişiklere nähili seretmeli» atly mugt bukleti hödürledi. Şular ýaly bukleti kompaniýa sargyt eden adamlar, sowalnamany doldurýarlar, onda olar öz pişiginiň lakamyny, onuň ýaşyny, doglan gününü we başga maglumatlary görkezýärler. Bu maglumatlary peýdalanyp, *Mars* her ýyl Germaniýadaky her bir belli pişigiň doglan gününe otkrytka iberip, onuň ýanynda pişikler üçin öz täze ýiminiň nusgasyny we *Mars*-ň firma önümlerine diskontly kupony (diskont – gymmat kagyzlaryň galan müddeti üçin alynýan göterim, ýeňillik) goşulýar. Netijede, pişigiň her bir eýesi bilen kompaniýanyň berk gatnaşyklary döreyär.

4. Gaýtalanýan sarp edijilik satyn alyşlarynyň täzedan başlanmagy. Maglumatlar binýady kärhana önümleri çalşmagyň teklipleriniň özüne çekijiligini ýokarlandyrmaga, olary kämilleşdirmäge ýa-da doldurýan önümleri goýbermäge, has hem sarp edijileri hereket etmäge taýýarlygy görkezenlerinde kömek edýär. Meselem, *General Electric* kompaniýasynyň sarp edijilik maglumatlaryň binýadynda her bir sarp edijiniň demografiki we psihografiki häsiýetleri hem olar tarapyndan kompaniýanyň elektro-durmuş harytlaryň satyn alnyşy barada hronologiki (hronologiýa – hadysalaryň, wakalaryň bolup geçen döwürleri boýunça zzygiderli beýany) maglumatlar bar. Şu maglumatlar binýadynyň kömegi bilen *GE*-niň marketing boýunça hünärmenleri haýsy wagtyň dowamynda takyk sarp edijiler olarda bar bolan elektro-durmuş tehnikany peýdalanýarlar we öňki alyjylardan haýsylary täze satyn alyşlara taýýarlyklydygyna baha berip bilýärler. Olar haýsy sarp edijilere täze wideomagnitofon, kompakt-diskleriň proigrywattelleriň, stereopriýomnikleriň gerekdigini ýa-da tazelikde şu kompaniýanyň satyn alnan harydyňa goşmaça başga *GE*-niň önümleri satyn aljakdygyny kesgitlep bilýärler. Olar şu kompaniýanyň önümleri ýene-de satyn alnar ýaly höweslendirmegiň başga-da usullaryny ýüze çykaryp bilýärler. *General Electric* kompaniýasynyň sarp edijiler barada giňişleýin maglumatlar binýady bolup biljek müşderileri ýüze çykaryp, olaryň zerurlyklaryny çaklap, önümleriň we hyzmatlaryň köp taraplaýyn söwdasyny amala aşyryp, kompaniýa islegi bolan müşderileri höweslendirip, peýdaly täze işewürligi emele getirmäge kömek edýär.

Edil başga marketing gurallar ýaly maglumatlar binýadynyň esasyndaky marketing ýörite maýa goýumlary talap edýär. Kärhanalar, maglumatlar binýadyny saklamak üçin kompýuter tehnika, maksatnama üpjünçilige gatnaşyklar ýollaryna we ökte hünärlü işgärlere maýa goýmaly bolýar. Döredilen maglumatlar binýady «ulanyja dostlukly» we marketing hadysasyna degişli bolan her birisi üçin, has hem takyk önümleriň we söwda markalaryň dolandyrylyşyna, mahabat hem bazara harytlaryň herekete getirilişine, poçta arkaly göni ýüzlenmesine, telemarketinge, ýerlerde satuwa, sargytlaryň ýerine ýetirilişine we müşderilere hyzmat edilişine jogap berýänleri üçin elýeter bolmaly. Gowy guralan maglumatlar binýady onuň döredilişine we ulanylyşyna çykdaýlary ýapyp biljek satuwyň möçberini ýokarlandyrmagyny üpjün etmelidir.

### ***Göni marketingiň görnüşleri***

Göni marketingiň esasy görnüşleri bolup şahsy satuwy, göni poçta arkaly ibermekligi, kataloglar boýunça satuwy, telemarketingi, tiz seslenýän telewizion marketingi we interaktiw marketingi öz içine alýar (*13-nji surat*).

### ***Şahsy satuw***

Göni marketingiň iň häsiýetli we köne görnüşi bolup, telefon boýunça satuw barada teklip çykyş edýär. Bolup biljek alyjylary ýüze çykarmak üçin, olary öz müşderilerine öwürmek üçin, alyjylar bilen uzak-wagtlaýyn gatnaşyklary döretmek we işewürligi ösdürmek üçin kärhanalaryň derejesinde hereket edýän marketing boýunça hünärmenleriň köpüsi, esasan, satuw bölümleriniň professional işgärlerine ynanýarlar.

Göni satuw üçin olar wekilleri ýa-da söwda agentleri hakyna tutup bilýärler. Sarp ediş harytlaryň söwdasy bilen meşgullanýan köp kärhanalar soňky sarp edijiler bilen aragatnaşygy gurmak üçin şahsy satuw boýunça hünärmenleri, ýagny ätiýaçlandyryş agentleri, brokerleri, kommiwoýažorlary ulanýarlar, olar göni satuwda ýöriteleşdirilen, meselem, *Avon, Mary Kay, Amway, Tupperware* ýaly kompaniýalarda olar doly gün ýa-da diňe az wagt işleýärler.



13-nji surat. Göni marketingiň görnüşleri

### ***Telemarketing***

*Telemarketing* – alyjylara harydy göni satuwyň guraly hökmünde telefony ulanmaklykdyr. Bu usul häzirki zaman göni marketingiň esasy gurallaryň birine öwrüldi. Häzirki wagt göni marketingiň bu görnüşini diňe sarp ediş harytlarynyň bazarynda däl-de, guramaçylyk bazarlarda hem işjeň ornaşýar.

Marketing boýunça hünärmenler iberilýän telemarketingi satuw barada teklpleri döretmeklige, anyklamaklyga hem-ge aýratyn alyjylara we korporatiw sargyçylara harytlary gös-göni satuwyna ýardam berýän işjeň serişde hökmünde ulanýarlar. ABŞ-da 800-prefiksli gelýän mugt şäherara belgileri sargytlary kabul etmek üçin ulanýarlar, bu sargytlar poçta arkaly göni ýüzlenmäniň, kataloglardaky we teleýaýlymlarda hem radioda ýerleşdirilýän mahabat bildirişlere, jogap ýaly gelýärler. Ýerli telefon liniýalar boýunça hem ýüzlenmeleriň mukdary köpeldi. Şu tiz ösüşi başarmak

üçin ABŞ-da mugt şäherara çagyryşyň 888, 877 we 866 ýaly täze kodlary goşmaly boldy.

Başga marketing boýunça hünärmenler sarp edijilere bellibir maglumatlary, tomaşaçylygy hödürlemek üçin ýa-da her bir aýratyn çagyryşy üçin talaby, islendik sorag boýunça öz pikirini aýtmaga mümkinçilik bolar ýaly 900-prefiksli telefon belgileri ulanýarlar. Meselem, biziň ýurdumyzda howa maglumatlaryny tölegsiz 35-13-01 telefon belgisi arkaly, «Türkmenhowaýollary» Agentligi boýunça maglumatlary tölegsiz 39-39-00 telefon belgisi arkaly sarp edijiler alyp bilýärler we ş. m. Daşary ýurt bazarynda bellibir töleg üçin sarp edijiler *American Express*-den howa maglumatlaryny alyp bilýärler (900-WEATHER – bir minuta 75 sent), öý haýwanlara seretmek üçin maglumatlara Quaker Oats-den (900-900-PETS – bir minutyna 95 sent), gowy, rahat ýatmaga päsgel berýän meseleler boýunça maslahatlara Somnus-dan (900-USA-SLEEP – birinji minutyna 2 amerikan dollar, soňky minutlara 1 amerikan dollardan), golf sapaklary Golf Digest-den (900-454-3288 – bir minutyna 95 sent), Diýetologlaryň Amerikan Assosiasiýasynyň howandarlyk edýän ökde hünärlü diýetolog-lukmanyndan iýmit bilen baglanyşykly soraglara şahsy jogaplara (900-CALL-AN-RD – birinji minutyna 1,95 amerikan dollar we soňky minutlara 95 sent). 800-prefiksli öz telefon belgisinden we internetdäki sahypadan başga, kompaniýanyň öndürýän wideoöýunlary barada maslahat almaga isleg bildirýän, *Nintendo* kompaniýasynyň 900-prefiksli (minutda 1,5 amerikan dollar) belgili bar wideopristawkalarda oýnamaga muşdaklar üçin döredildi. Ronald McDonald House Charities 900-prefiksli belgisi haýyr sogap gatançlary ýygnamak üçin ulanýar. 900-CALL-RMHC belgi boýunça her bir jaň şu kompaniýa 15 amerikan dollar getirýär – bu puluň jemini ýerli telefon gepleşiklerine tölemek üçin müşderiniň her aýky hasabyna girizilýär.

Sarp edijileriň köpüsi telemarketingiň artykmaçlyklaryna ýokary baha berýärler. Gowy gurnalan we dogry gönükdirilen telemarketing sarp edijilere köp artykmaçlyklary, şonuň içinde harytlary satyn almaklygyň rahatlygy we harytlar, hyzmat edilişi barada has doly maglumatlary almaga mümkinçiligi berýär. Ýöne gerekmejek



telemarketingiň güýçli ösüşi sarp edijileriň ýüreklerine düşgünc bolýar, sebäbi işlerinden ünsi aýyrýar we awtomatiki jogap berýän gurallaryň ýadyny doldurýar.

### **Göni poçta arkaly ibermeklik**

Göni poçta arkaly ibermeklik – ibermekligiň sanawynyň salgy-lary boýunça bolup biljek alyjylara hatlary, mahabat materiallaryny, harytlaryň nusgalaryny, bukletleri we başga «ganatly satyjylary» ibermekligi öz içine alýar.

Poçta arkaly göni ýüzlenmäniň esasynda marketing bellibir salgy boýunça şahsyýete teklibi, bildirişi, ýatlatmany ýa-da islendik başga bir habary ibermeklik bilen baglanyşykly. Poçta arkaly ibermekligiň gowy saýlanan sanawlary ulanyp, marketing boýunça hünärmenler her ýyl poçta hatlarynyň, mahabat bildirişleriň, önümleriň nusgalarynyň, eplenen prospektleriň we mahabat häsiýetli başga materiallaryň millionlarça birliklerini iberýärler.

Poçta arkaly göni ýüzlenmeklik gös-göni aragatnaşyk üçin laýyk gelýär. Ol ýokary seçijiligi we çeyeligi üpjün edýär, şahslandyrylan bolup bilýär we ýetilen netijeleri ýeňil ölçemäge mümkinçilik berýär. Onda teleýaýlymlar ýa-da žurnallar ýaly köpçülikleýin habar beriş serişdeleri ulanylýan ýagdaýa görä «müň adama çykdaýylar» diýen görkeziji ýokary bolýar, ýöne şu ýol bilen ýüze çykarylan müşderiler marketing boýunça hünärmen üçin has uly gymmaty emele getirýärler. Poçta arkaly göni ýüzlenmeklik kitaplardan, žurnallara ýazylmaklyk we ätiýaçlandyrmadan başlap sowgatlar, geýimler, delikatesler hem senagat bilen gutarýan önümleriň görnüşleriniň satuwy höweslendirilende şowly boldy. Poçta arkaly göni ýüzlenmeklik dürli haýyr-sogap guramalar tarapyndan ýylda pul haýyr-yhsan ýygnamalar üçin giňden ulanylýar.

Göni poçta arkaly ibermekligiň industriýasy täze usullary we tärleri hemişe tapýar. Meselem, wideokassetalar poçta arkaly göni ýüzlenmäniň iň tiz ösýän serişdeleriniň biri boldy. Meselem, bazara öz Donkey Kong Country wideoony herekete getirmek üçin *Nintendo* kompaniýasynyň amerikan bölümi MTV stilinde 13 minutlyk wideoroligi taýýarlap, ony tüýs wideogeýmerlere iki million ekzemplaryny iberipdir. Şular ýaly poçta arkaly göni

ýüzlenmäniň usuly *Nintendo* kompaniýasyna şu oýnuň 45 günde 6,1 mln ekzemplýarlaryny satmaga kömek etdi, bu bolsa şu pudagyň taryhynda bu oýny iň «tiz satylýan» etdi. Sarp edijiler bilen aragatnaşygyň bu usulyny ulanýan käbir marketing boýunça hünärmenler kompýuter disketlerini ibermekligi bilen meşgullanýarlar. Meselem, *Ford* kompaniýasy onuň kompýuter neşirindäki mahabatyna jogap beren sarp edijilere «Disk Drive Test Drive» disketany iberýär. Disketde diňe Ford awtomobiller barada tehniki maglumatlar däl-de, eýsem, ondan başga-da şu ulaglaryň özüne çekiji suratlary we ýygýygydan ýüze çykýan alyjylaryň soraglaryna jogaplar ýerleşdirilen.

Ýakynda-da göni poçta arkaly ibermekligiň materiallary bolup, esasan, çap edilýän önümler hyzmat edýärdiler, bulary poçta ýollamalary eltip bermeklik bilen meşgullanýan poçta, telegraf we başga guramalar ýaýradýardylar. Häzirki wagtda bolsa, poçtany eltip bermekligiň üç esasy formasy giňden ýaýrady.

– *Faksimil poçta*. Faksimil enjamlar kagyza döredilen resminamalary telefon gatnaşygyň liniýalary boýunça ibermäge mümkinçilik berýär. Faksimil ýüzlenmeleriniň adaty poçta ýollanmalarynyň önünde bir artykmaçlygy bar, ýagny ýüzlenmäniň iberilişi we kabul edilişi derrew geçýär. Şu gün marketing boýunça hünärmenler faks-enjamlary bar bolan hakyky we bolup biljek alyjylara teklipleri, satuw barada hem başga maglumatlary iberip, faksimil gatnaşygy giňden ulanýarlar. Kärhanalaryň we aýratyn alyjylaryň faks-belgilerini dürli telefon maglumatnamalarda, gazet, telewizion hem başga mahabat bildirişlerde tapyp bolýar (käbir hakyky we bolup biljek alyjylar aşa faks-ýüzlenmeleriniň gelyändigine, telefon liniýany doldurýarlar we kagyzy sarp edýärler diýip zeýrenýärler).

– *Elektron poçta (E-mail)*. Ulanyjylara bir kompýuterden başgasyna habarlary ýa-da faýllary ibermäge mümkinçilik berýär. Iberilen habarlar şol wagtda adresata baryp, adresat olary soraýança habar durýar. Marketing boýunça hünärmenleriň köpüsi elektron poçtany mahabat habarlary, satuw barada maglumatlary we başgalary aýratyn alyjylara we bütin toparlara ibermeklik üçin ulanýarlar. Elektron poçtanyň köp habarlaryny (onuň içinde gerekmejegini) alyp, adamlar käwagt habarlary sortlamaga ukyply ýörite maksatnamadellallara ýüzlenýärler.

– *Ses poçtasy*. Ses poçtasyň ulgamy bellibir telefon belgisine iberilen dilden habarlary almaga we saklamaga niýetlenen. Telefon kompaniýalar bu hyzmaty awtootwetçigiň çalşygy hökmünde hödürleýärler. Ses poçtany alan müşderi onuň belgisi boýunça jaň edip we şahsy koduny basyp, oňa täze habarlar gelendigini barlap bilýär. Käbir marketing boýunça hünärmenler köp telefon belgilere jaň etmäge we olarda ses poçtasy üçin müşderileriň şahsy poçta ýaşiklerinde satuw barada habarlary goýmaga ukyply maksatnamalary ulanýarlar.

Poçtanyň täze görnüşleri göni poçta arkaly ibermekligi ýokary tizlik bilen geçirmäge mümkinçilik berýärler, ýöne adresatlary gyzyklandyрмаýan nähili tiz barýan hem marketing habarlar bolaýsyn, olar yzyna «gereksiz kagyzzar» ýaly iberiler. Şonuň üçin marketing boýunça hünärmenler ilki bilen maksatly adresatlaryň toparyny kesgitlemeli we öz pullarynyň hem müşderileriň wagtynyň netijesiz çykdajylaryndan gaçmalydyr.

### ***Katalog boýunça satuw***

Katalog (iňl. *directory*) boýunça satuw – göni marketingiň usuly bolup, onda harytlaryň çap edilen, elektron, wideokataloglary kärhana ulanýar, olar alyjylara poçta arkaly iberilýär, dükanlarda satylýar ýa-da internetde elýeterdir.

Göni marketingiň bu görnüşü başga görnüşlere görä täze tilsimatlaryň täsirinde üýtgedi. Öňler katalog boýunça marketing – kataloglaryň kömegi bilen harytlaryň satmagyny çak edýärdi, olar alyjylara poçta arkaly iberilýärdi ýa-da dükanlarda satylýardy. Şu gün bu kesgitleme bir az könelde. Häzir kataloglaryň köpüsi elektron görnüşde bolýar, olar elektron poçta arkaly iberilýär ýa-da wirtual dükanlarda elýeter bolýar.

Kataloglar boýunça satuw soňky 30 ýyl şowly ösdi. *J.C.Penney* we *Spiegel* ýaly kataloglar boýunça söwda edýän käbir uly kompaniýalar öz alyjylaryna dürli harytlary bir katalogda hödürleýärler. Ýöne soňky wagt käbir kärhanalar çäkli profilli kataloglary çykarýarlar, olaryň maksady bazar nişalaryna hyzmat etmeklik bolup durýar. Sarp edijileriň katalog boýunça islendik harydy satyn almaga mümkinçiligi bar. *Sharper Image* serfing gapaklaryny

2400 amerikan dollardan hödürleýär. *Banana Republic Trawel and Saferi Clothing* syýahatçylyga Sahara boýunça ýa-da, meselem, junglýa gitmäge zerur zatlary satýar. *Lillian Vernon* kompaniýasy bolsa her ýyl 20 mln sarp ediljere (olaryň hemmesi kompaniýanyň maglumatlar binýadyna girizilen) umumy tiražy 178 mln ekzemplýara çenli ýetýän öz 33 çapdan çykarylan kataloglaryny iberýär. Kompaniýa harytlaryň giň assortimentini hödürleýär.

*Neiman Marcus, Bloomingdale's we Saks Fifth Avenue* ýaly ýöriteleşdirilen uniwermaglar, gurply ilatyň gatlaklarynyň wekillerine gönükdirilen öz kataloglaryny iberýärler, ol kataloglarda, köplenç, gymmat bahaly, täsin harytlar bar. Käbir uly korporasiýalar özlerinde poçta arkaly söwda üçin bölümler açdylar (ýa-da satyn aldylar). Meselem, *Avon* kompaniýasy häzirki wagtda zenanlar üçin moda egin-eşikleriň 10 sany katalogyny, mundan başga-da, çagalar we erkek kişiler üçin egin-eşikleriň kataloglaryny çykarýar. *Walt Disney* ýylda 6 milliondan köpräk kataloglary ýaýradýar, olarda bu kompaniýanyň öndürýän wideokassetlary, çagalar üçin ýumşak oýnawaçlary we başga harytlary görkezilen.

Kataloglar boýunça söwdasyna Internet uly täsir etdi. Häzir adaty kataloglar boýunça söwdany edýän kompaniýalar hem öz kataloglaryny World-Wide **Web**-de ýerleşdirýärler, sebäbi interaktiw satyjylar tarapyndan bäsdeşlik ýiteldi. Hakykatdan kataloglary ulanýan kompaniýalaryň  $\frac{3}{4}$ -i öz harytlary barada maglumatlary internetde ýerleşdirýärler we sargyt boýunça satýarlar. Meselem, *Land's End* saýty 1995-nji ýylda açylyp, häzirki günde ýylda 180 müň sargyt alýar, bu bolsa poçta arkaly gelen sargytlaryň mukdaryndan köp bolýar.

Ýöne interaktiw kataloglaryň bellibir artykmaçlyklaryna garamazdan, olar birnäçe meseleleri hem döredýärler. Çap edilen kataloglary alyjylara mejbur edip ünsüni çekýärdiler, ýöne interaktiw kataloglar passiw we olary sarp ediljere herekete getirmelidir. **Web**-katalogyň kömegi bilen ünsi çekmek kyndyr. Diňe katalogyň barlygy ýeterlik däl. Munuň üçin mahabat, internetde oňa sarp ediljeleri ugrukdyrýan salgylar zerur. Şonuň üçin interaktiw kataloglar boýunça söwda edýän kompaniýalar çap edilýän kataloglardan doly ret edip bilenoklar.

### *Tiz seslenýän telewizion marketing*

Tiz seslenýän telewizion marketingi iki görnüşde bolýar – tiz seslenmäge mümkinçilik berýän mahabaty ýerleşdirmek, ýagny 60-120 sekundyň dowamynda tiz seslenmäge gönükdirilen mahabat wideorolikler harydyň häsiýetlerini ynandyryp teswirleýärler we alyjylara haryda sargyt etmek üçin jaň edip boljak mugt telefon belgini görkezýärler. Telegörüjiler käwagt 30 minutlyk mahabat gepleşiklerini ýa-da bellibir harydyň maglumat-mahabaty (infomahabaty) görýärler. Göni seslenmäniň mümkinçiligi bilen şular ýaly mahabat žurnallar, kitaplar, kiçiräk elektro-durmuş harytlar, wideokassetalar, kompakt-diskler we başga-da önümler satylanda öz ýokary netijeliligini görkezdi.

Tiz seslenýän telewizion marketingiň ýene-de bir görnüşi – teledükandar, ýagny harytlaryň we hyzmatlaryň satuwynda ýöriteleşdirilen telegepleşikler (ýa-da bütin ýaýlymlar) boldy. Russiýa Federasiýasynyň teleýaýlymlarynda «Магазин на диване» diýip gepleşik bar. ABŞ-da öýde harytlary satyn almagyň teleýaýlymlary – Quality Value Channel (QVC) we Home Shopping Network (HSN) – gije-gündiz işleýärler. HSN gepleşikleriniň guramaçylary peseldilen nyrhlar boýunça dürli harytlary – zergär önümlerinden, çyralardan, kolleksion oýnawaçlardan, geýimlerden başlap gurallaryň toplumu we durmuş elektronika çenli dürli harytlary hödürleýärler. Düzgün bolşy ýaly, teleýaýlymlaryň eýeleri harytlary ýatyryjy (likwidasion) nyrhlar boýunça alýarlar. Multimedia tehnikany ulanmaklyk harydyň ýiti we göze ilginç mahabaty teatrlaşdyrylan görkezmäniň (köplenç, ýyldyzlary hem tanymalary çekip) atmosferasyny döretmekligi hem harydyň barlygy barada iň täze maglumatlary bermekligi çak edýär. Göwünlere ýaran harydy sargyt etmek üçin telegörüjiler 800-mugt telefon belgini ulanyp bilýärler – başga tarapdaky operatorlar telefon liniýalara hyzmat edip, kompýuter terminallara sargytlary göni girizýärler. Resmileşdirilen sargytlar alyjylara 48 sagadyň dowamynda eltilýär. QVC günde 13 müň sargyt alyp, dürli harytlara islegleri kanagatlandyrýar. *Sears, Kmart, J.C.Penney, Spiegel* we başga-da bölek-satuw söwda kärhanalary teledükandary döretmäge isleg bildirýärler.

Jogap täsirini almaga çak edýän infomahabaty ýaýratmakdan, teledükanelarda harytlary satyn almakdan we auditoriýa başga-da ýüzlenmäniň görnüşlerinden gaýry interneti ulanyp telegörkezmeğiň sferasynda tilsimatlaryň ösüşi bir wagt teledükany harytlary satyn almagyň esasy orna öwrer.

### ***Kebitleri (kiosklary) ulanmaklyk bilen (wideokabinadan) marketing***

Kabir kompaniýalar maglumatlary almak we sargytlary resmileşdirmek üçin dükanlarda, aeroportlarda we başga gyzgalaňly ýerlerde kiosk diýip atlandyrylýan ýörite awtomatlary ýerleşdirýärler (bulary söwda awtomatlar bilen çalyşmaly däl, bular alyjylara hakyky harytlary berýärler). *Hallmark* we *American Greetings* şular ýaly kebitleri alyjylaryň özleriniň döreden gutlag otkrytkalaryny alar ýaly ulanýarlar. *Tower Records* kompaniýasynyň dükanlarynda audioenjamy kabinkalar goýlan, bular alyjylara satyn almakdan öň olary gyzyklandyryýan ýazgylary diňlemäge mümkinçilik berýär. *Color Me Mine Inc.* Kaliforniýa kompaniýasynyň gurluşyk materiallary dükanlarynda goýlan kiosklarda, alyjylar öz islegleri boýunça onda satylýan keramiki plitkanyň dürli nagyşlaryny düzüp bilýärler. Ulanylan awtomobilleri satýan *Car Max* kompaniýasynyň dükanlarynda alyjylar sensor ekranly kompýuter goýlan kebiti ulanyp bilýärler, ol dükanda bar bolan hemme awtomobiller barada maglumatlary hödürleýär (düzgün bolşy ýaly, ýeňil we ýük awtomobilleriň müne golaý modeli bar). Alyjylary gyzyklandyran modelleri saýlanandan soňra, olar printerde bu modelleriň suratlaryny çykaryp bilýärler, olaryň nyrlaryny, tehniki häsiýetlerini we dükanyň ulag goýulýan ýerinde onuň nomerini bilip bilýärler.

Guramaçylykly sarp edijileriň bazarlarynda işleýän marketing boýunça hünärmenler öz işinde hem kebitleri ulanýarlar. Meselem, *Dow Plastics* kompaniýasy bolup biljek müşderiler barada maglumatlary ýygnamak üçin we öz önümleriniň 700 ady barada maglumatlary hödürlemek üçin pudaklaýyn sergilerde kiosklary ýerleşdirýär. Şular ýaly enjamlaşdyrylan kioskyň ulgamy alyjy barada kodlaşdyrylan bellige alnan plastik kartoçkalardan maglumat alýar, bu bolsa bellibir sargytçyny gyzyklandyryýan tehniki materiallary

şol wagt printerde çykarmak ýa-da faks, poçta arkaly ibermäge mümkinçilik berýär.

Şular ýaly kebitler internetde-de işleýär. Munuň özi düşnükli, sebäbi köp kärhanalar hakyky we wirtual dünýäniň mümkinçiliklerini uly peýdany almak üçin birleşdirjek bolýarlar. Meselem, *Levi Strauss* kompaniýasynyň käbir dükanlarynda Siz şular ýaly **Web**-kioskyň maglumatlaryna öz ölçegleriňizi girizip bilýärsiňiz we iki hepdeden soňra taýýar džinsleri alyp bilýärsiňiz we olary Siziň öýüňize eltip berýärler. *Gap* kompaniýasy käbir öz dükanlarynda **Web** Lounges atly interaktiw kebitleri (dync alyş wirtual otaglary) goýup, olarda sowgatlaryň görnüşlerini hödürleýär we dükanyň geýip görülýän kabinalara girmän özlerine geým saýlamaga mümkinçilik berýär. Trenazorlary bölek-satuw söwdasyna hödürleýän *REI* söwda kompaniýasy öz dükanlarynyň kebitleri bilen üpjün etdi, olar sarp edijileri harytlar barada maglumatlar bilen we olary gös-göni torda sargyt etmäge mümkinçilik döretti.

## 8.2. Interaktiw marketing we elektron söwda

Interaktiw marketing – göni marketingiň görnüşi bolup, ol interaktiw kompýuter gulluklaryň kömegi bilen amala aşyrylýar, olar gysga wagtyň dowamyndaky düzgünde maglumat hyzmatlaryny hödürleýärler. Munuň üçin, satyjy bilen alyjynyň arasyndaky iki taraplaýyn elektron gatnaşygy üpjün edýän ulgamlar ulanylýar. Alyjynyň kompýuteriniň (ýa-da telewizor esasynda **Web**-pristawkasynyň) dürli gulluklar bilen birleşmegi modemiň we telefon liniýasynyň kömegi bilen edilýär. Interaktiw marketingiň ulgamynyň iki görnüşi bar – täjirçilik operatiw-maglumatlaýyn gulluklar we internet.

Täjirçilik operatiw-maglumatlaýyn gulluklar – kärhanalar bolup bellibir aýlyk töleg üçin öz müşderilerine gysga wagtyň dowamynda maglumatlary, tomaşany, harytlary satyn almaga mümkinçiligi hödürleýärler we başga-da birnäçe marketing hyzmatlaryny üpjün edýärler. Şular ýaly gulluklaryň iň bellileri bolup *America Online*, *Compu Serve*, *Prodigy* we *Microsoft Network* çykyş edýärler. Bu

täjäirçilik operatiw-maglumatlaýyn gulluklar öz müşderilerine zerur maglumatlary (täzelikleri, kitaphanalary, bilimi, syýahatçylygy, sporty, sprawkalary) hödürleýärler, tomaşaçylygy (oýunlary we başgalary), söwda hyzmatlaryny üpjün edýärler, müşderileriň arasynda gepleşikleri (bildirişleriň elektron tagtalary, forumlary, gepleşikler üçin otaglary) gurnaýarlar we elektron poçtanyň hyzmatlaryny hödürleýärler. Öz öýdäki kompýuterlerinde syçanjygyň düwmesine birnäçe gezek basyp, bu gulluklaryň müşderileri laýyk kataloglar boýunça dürli önümleri we hyzmatlary sargyt edip bilýärler. Mundan başga-da, olar öz ýerli banklarda dürli bank amallaryny ýerine ýetirýärler, dürli broker kontoralaryň kömegi bilen maýa goýum işleri bilen meşgullanýarlar, awiapetekleri sargyt edip bilýärler, myhmanhanalarda ýerleri bron edip, kreýine awtomobilleri sargyt edip, kompýuter oýunlaryna oýnap, dürli bäsleşiklere gatnaşyp, dürli harytlaryň we hyzmatlaryň sarp edijilik reýtingleri barada sprawkalary alyp, sport ýaryşlaryň netijelerini bilip we sport statistikasy bilen tanşyp, howa maglumatlary bilen tanşyp hem gullugyň başga-da müşderileri bilen elektron poçtanyň habarlary bilen çalşyp bilýärler.

Tiz ösüşiniň tapgyryndan soňra 1990-njy ýyllaryň ortalarynda täjäirçilik operatiw-maglumatlaýyn gulluklar interaktiw marketingiň esasy ýoly bolan internet tarapyndan ýiti bäsdeşligi duýup başladylar. Başga tarapdan, operatiw-maglumatlaýyn gulluklaryň özi esasy hyzmatlaryň biri hökmünde Internete elýeterligi hödürleýärler. Internet – kompýuter torlaryň tiz ösýän bütindünýä torudyr. Internetiň esasy 1960-njy ýyllarda ABŞ-nyň Goranmak Ministrligiň taslamalarynyň biri bolup goýuldy. Onuň kömegi bilen ýeke-täk kompýuter tora döwlet ylmy-barlag institutlary, potratçy-kärhanalary we harby obýektleri birleşdirmek maksat edildi. Häzirki wagtda bu uly umumy elýeter kompýuter tor bütin dünýäniň (kompýuteriň görnüşi ähmiýetli däl) kompýuter ulanyjylaryny birleşdirýär. Personal kompýuteriň, modemiň we laýyk maksatnama üpjünçiliginiň islendik bir eýesi internetde zerur maglumatlary (tematikasy çäksiz) gözläp, öz kompýuterine olary geçirip bilýär. Mundan başga-da, ol internete elýeter adamlar bilen aragatnaşyk saklap bilýär.



Internet – global kompýuter tory bolup, onuň kömegi bilen kompýuter ulanyjylary maglumatlary çalyşmak üçin we ýa-da başga ulanyjylar bilen aragatnaşyk saklamak üçin özara gatnaşýarlar. **World Wide Web** (WWW, ýa-da **Web**) – Internetiň bir bölegi bolup, onda bellibir kompýuter diliniň kömegi bilen torda ýazgyly, suratly, sesli hem wideoly resminamalary ibermäge mümkinçilik berilýär.

Internetiň giňden ulanylyşy **World Wide Web**-e el ýeterlik standartynyň we Netscape Navigator, Microsoft Internet Explorer hem Mosaic ýaly **Web**-Brouzer (**Web**-e seretmegiň maksatnamasy) maksatnama üpjünçiliginiň işläp taýýarlanylýşy bilen goldandy. **Web**-brouzer sada we işde rahat bolýar, şonuň üçin **Web** boýunça işlenilende ýaňy-ýaňy işläp başlanlar hem kynçylyk çekmeýärler. **Web**-iň ulanyjylary elektron poçtanyň habarlary, çyzylan suratlar, aşpezlik reseptler, surat sungatynyň ajaýyp nusgalary we iş maglumatlary bilen çalşyp bilýärler. Umuman internet mugt, ýöne her bir aýratyn ulanyjy, düzgün bolşy ýaly, täjirçilik geçirijilere internet el ýeterligi üpjün edýändigini üçin tölemeli bolýar.

### ***Interaktiw marketingiň tiz ösüşi***

Internet kiçi ýaşly bolsa-da, onuň we interaktiw marketingiň ulanylyşy häzir güýçli ösüşiň tapgyryny başdan geçirýär.

Türkmenistanyň Ministrler Kabinetiniň mejlislerinde ýurdumyzyň Baştutany Gurbanguly Berdimuhamedow aragatnaşyk serişdelerini, hususan hem, interneti kämilleşdirmegiň zerurlygy barada ençeme gezek belläp geçdi. Türkmenistanda internetiň ösüşi üçin «Türkmentelekom» Döwlet Kärhanasynyň Telematiki Hyzmatlar Merkeziniň tarapyndan Türkmenistan online torunyň hyzmatlaryny hödürlemegiň hilini ýokarlandyrmak boýunça köp işleri amala aşyrdy. 2009-njy ýylda optiki-süýüm liniýasy boýunça täze tor guruldy we işledildi, ol Aşgabat şäheriniň dört sany telefon stansiýalaryny merkezi kommutator bilen özara birleşdirdi. Bu liniýa toruň geçiriji ukyplylygyny ADSL (iňl. Asymmetric Digital Subscriber Line – assimetrik san abonent liniýa) tehnologiýasy boýunça internete elýeterlilik hödürlemäge ukyplylygyny ýokarlandyrmaga mümkinçilik berdi. Munuň özi modem tehnologiýasy bolup, ol standart telefon analog liniýalaryny ýokary tizlikli elýeter liniýalara

öwürýär, ol bolsa ýokary tizlikde internet torunyň hyzmatlaryndan peýdalanmaga mümkinçilik berdi. 2009-njy ýylyň başynda müşderileriň sany 8 müňe golaý bolsa, häzirki wagtda ol san ençeme artdy. Türkmenistan online Internete birikdirilmegi paýtagtymyzyň 3 sany aragatnaşyk bölümünde amala aşyryp bolýar.

2010-njy ýylyň 14-nji maýynda Daşoguz şäherinde geçen Türkmenistanyň Ýaşulularynyň maslahatynyň mejlisinde Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedowyň sözlän sözünde «Türkmenistanda öýjükli aragatnaşyk we Internet ulgamy güýçli depginler bilen ösýär. Diňe soňky döwürde 1,5 milliondan gowrak adam Internet ulgamyndan peýdalanmaga mümkinçilik aldy» diýip belledi.

Soňky maglumatlar boýunça ABŞ-da 40 milliona golaý öý kompýuterleri Internete birikdirildi. Soňky baş ýylyň dowamynda internet ulanyjylaryň sany iki esse köpelip, iki mlrd adamdan geçipdir. Halkara Elektroaragatnaşyk birleşiginiň (ITU) maglumatlaryna görä bu döwrüň içinde internet öýünde ulanýanlaryň sanynyň 226 milliona çenli köpelip, umumy ulanyjylarynyň 1,6 milliardyna deň bolandygyny belleýär. Ösüşiň 70%-i ösüp barýan ýurtlara degişiligi ýüze çykarylýpdyr. Ulanyjylaryň umumy sanynyň 60%-ni ýewropaly ulanyjylaryň düzýändigini belli boldy. Ulanyjylaryň sany boýunça ikinji orny eýeleýän Aziýa ýurtlarynda internet peýdalanýanlar 22%-i tutýan bolsa, onda Afrika ýurtlarynda bu görkeziji 9,6%-e deňdir.

Interneti ulanmagynyň bu harsaň şekilli ösüşi adamzat taryhynda täze – elektron söwdasy döwrüniň gelendigini tassyklaýar. Elektron söwdasy – bu elektron tilsimatlar bilen harytlary satyn almagy we satmagy amal edýär. Elektron bazarlar – bu «sowda zallar» bolup, olarda satyjylar täze elektron tilsimatlary ulanyp, öz harytlaryny we hyzmatlaryny müşderilere hödürleýärler. Alyjylar bolsa özlerini gyzyklandyryýan maglumatlary tapýarlar, anyklaýarlar, karz kartoçkalarynyň hem elektron tölegiň başga serişdeleriniň kömegi bilen sargytlary ýerleşdirýärler.

### ***Tordaky elektron alyjy***

Internet interaktiv režimde işleýän marketing boýunça hünärmenlere demografiki bazar bölekleriniň giň spektrine ýol açýar.

Internet ulanyjylary hemme ýaşly toparlara degişli. Meselem, 9 mln çagalar we 8 mln ýetginjekler köp marketing boýunça hünärmenleriň ünsüni özlerine çekdiler. America Online maglumatlaýyn-täjirçilik gullugy Kids Only area («Diňe çagalar üçin») hödürleýär, onda öý işini ýerine ýetirende çaga kömek alyp bilýär, «elektron žurnalary» okap bilýär, gowy görülyän oýunlary oýnap bolýar, peýdaly kompýuter maksatnamalary göçürüp bilýär ýa-da «söhbetdeşlik üçin otaglara» baryp bilýär. Microsoft Network serwerde disneyli Daily Blast göz önünde tutulan, ol çagalar üçin oýunlary, gyzykly wakalary, disney multfilmleriniň belli personažlary bilen komiksleri we 10 ýaşdan kiçi çagalar üçin niýetlenen «soňky habarlary» hödürleýär. Nickelodeon (WWW.Nick.com) bolsa Natalie's Backseat Traveling **Web** Show hödürleýär, onda Natali atly Nickelodeon personažynyň gatnaşmagy bilen oýunlar bar. Ýaş toparlar interneti tomaşaçylyk we gatnaşyk üçin ulanyýan bolsalar, ulular internetde has çynlakaý işler bilen meşgullanmaga, ýagny, gymmat bahaly kagyzlary alyp satmak we erkin pul serişdelerini ýerleşdirmegiň başga usullaryny gözlemek üçin ulanyýarlar.

Internet ulanyjylary başga alyjylardan psihologiki nukdaýnazardan hem tapawutlanýarlar. *VALS 2* tipologiýasy işläp taýýarlanyldy, onuň esasy ünsi operatiw-maglumatlaýyn gulluklarynyň we internetiň ulanyjylarynyň ileri tutmalarynda, dünýä garaýşynda we özlerini alyp barşynda nygtalýar. *SRI Web*-sahypasy (WWW.Future.sri.com) *VALS 2* ýörite sowalnamasynyň soraglaryna jogap beren alyjylara *VALS 2* usulyýetine laýyklykda şahsyýetiň öz görnüşiniň doly teswirlenmesini almaga mümkinçilik berýär. Şu saýta girenleriň 50%-i «hakykaty», ýagny tehna atly ýokary klasly professional görnüşine degişli. Bu bazar bölegine umuman ilatyň 10%-i degişli.

Ahyrsoňy, internetde hereket edýän müşderiler satyn alşa öz ugurlary bilen we marketinge bolan olaryň täsiri bilen tapawutlanýarlar. Olar has «aňly» sarp edijiler bolup, olaryň köpüsi marketingiň jikme-jikligine düşünmeýärler. Internetiň hyzmatlaryny ulanyýan adamlar başgalara görä maglumatyň gymmatyna akyl ýetirýärler we düzgün bolşy ýaly, bir zady satmaga dyrjaşyp gönükdirilen habarlara otrisatel täsir edýärler. Adaty marketing passiw auditoriýa hasaplanan

bolsa, interaktiw marketingiň maksady bolup, haýsy **Web**-sahypalara girmäge we haýsy mahabat bildirişlere üns bermäge özbaşdak çözüýän adamlar bolup durýar. Haýsy marketing maglumatlary kabul etmek, haýsy ýagdaýlarda haýsy harytlara we hyzmatlara üns bermek barada çözgütleri özlery kabul edýärler. Başgaça aýdanymyzda, interaktiw marketing ulanylanda öndüriji däl-de, sarp ediji maglumat aragatnaşygyna gözegçilik edýär.

Internetiň Yahoo! Infoseek we Excite ýaly gözleg serwerleriň, gözleg elementlerini saklap uly maglumatlar binýady bar, olar internetiň saýtlarynyň köpüsi bilen baglanyşykly bolany üçin maglumatlaryň dürli çeşmeleriniň elýeterligini sarp edijilere üpjün edýärler. Munuň özi has maglumatly we düşünyän alyjylar bolmaga olara mümkinçilik berýär. Mundan başga-da, Internet-alyjylar diňe sarp edijileri däl-de, eýsem, harytlar barada maglumatlaryň döredijileri bolup, köplenç, çykyş edýärler. Harytlar barada alyjylary gyzyklandyryýan şol bir maglumatlary ulanyýan sarp edijiler näçe köp bolsa, şonça-da şol harytlaryň satuwynyň netijesine ol täsir edýär. Ondan netije çykýar, ýagny elektron söwdasynyň täze dünýäsi marketingde täze ugurlary talap edýär.

### ***Interaktiw marketingiň ýollary***

Satyjylar interaktiw marketing bilen dört dürli usullar, ýagny elektron dükany döredip; internetde mahabat bildirişleri ýerleşdirip; internet-forumlara (gurultaýlara), tazelikler toparlaryna ýa-da telekonferensiýalara gatnaşyp; şeýle-de elektron poçtany we **Web**-kastingi (öz müşderileriňi işeňňir çekmek; «customer» iňlisçe – müşderi) döretmek bilen meşgullanýarlar.

### ***Elektron dükany döretmek***

Häzirki wagtda biziň ýurdumyzda interaktiw marketingiň elektron dükany we elektron poçta görnüşlerini döretmek hem-de olardan peýdalanmak amal edilýär. Elektron dükany döredýän kärhana iki ugur boýunça hereket edýär: islendik täjirçilik operatiw-maglumatlaýyn gullukda «ýer» satyn alyp ýa-da öz **Web**-sahypasyny döredip bilýär. Täjirçilik operatiw-maglumatlaýyn gullukda kärhana ýeri satyn alandan soňra kärhana baradaky maglumatlaryny şu gullugyň kompýuteriniň ýadyna berýär ýa-da kärhananyň öz kompýuteriniň

we operatiw-maglumatlaýyn gullugynyň söwda setirleriniň arasynda gatnaşyk liniýasyny döretmek bilen baglanyşyklydyr. Bölek-satuw söwdagär, meselem, America Online, ComppuServe ýa-da Prodigy bilen gatnaşyk gurap, bu gulluklaryň sarp edijileri dünýäniň müşderiler köpçüligine elýeterli ýagdaýy döredýär. Operatiw-maglumatlaýyn gulluklar, düzgün bolşy ýaly, kärhana üçin «söwda nokady» döredip, onuň açylyşy barada öz müşderilerine habar berýärler. Şu hyzmatlar üçin kärhana operatiw-maglumatlaýyn gullugyna her ýylky tölegi töläp, goşmaça öz elektron satuwynyň möçberinden kiçiräk göterimi tölemelidir. Häzirki wagtda Internetde 227 mln töweregi saýt bar.

**Korporatiw Web-sahypasy** – kärhana tarapyndan **Web**-de döredilen saýt bolup, onda hemme zerur maglumatlar bar, ol sarp edijileri gyzyklandyryp biler we sarp edijileriň gözlerinde kärhananyň özüne çekiji imidžini emele getirip bilýär, şular ýaly **Web**-sahypa harytlary ýa-da hyzmatlary satmak üçin niýetlenmeýär, ol sarp edijiler başyny başlaýjy bolup diňe sarp edijiler bilen interaktiw gatnaşygy üpjün edýär. Kärhanalaryň köpüsi täjirçilik operatiw-maglumatlaýyn gullukda ýer satyn alman **Web**-sahypalaryny döredýärler. Şular ýaly saýtlar öz niýetlenişi we içki gurluşy boýunça tapawutlanýarlar. Esasan, korporatiw **Web**-sahypalar döredilýär.

Korporatiw **Web**-sahypalar, esasan, kärhananyň taryhy, onuň maksatlary we strategiýasy, sarp edijilere hödürlep biljek harytlar hem hyzmatlar barada maglumatlary hödürleýär. Mundan başga-da, olar häzirki wakalar, kärhananyň işgärleri, onuň maliýe ýagdaýy we boş iş ýerleriň barlygy barada sarp edijilere maglumat berýärler. Goşmaça müşderileri özüne çekmek üçin köp korporatiw saýtlar dürli tomaşaçylyk maglumatlaryny hödürleýärler. Ahyrsoňy, käbir **Web**-sahypalar alyjylary gyzyklandyran soraglary bermäge ýa-da teklipler, islegler barada elektron poçta arkaly habar bermäge mümkinçilik berýär. Başga kärhanalar marketing **Web**-sahypalaryny döretmegi esasy mesele hökmünde göz önünde tutýarlar.

**Marketing Web-sahypasy** – kärhananyň **Web**-de döreden sahypasy bolup, ol sarp edijileri bilen has ýakyn gatnaşyklary ýola goýmak we harytlaryň, hyzmatlaryň satuwyny höweslendirmek üçin döredilýär. Şular ýaly **Web**-sahypa kärhana tarapyndan başyny

başlaýjy bolup, sarp edijiler bilen interaktiw gatnaşygy üpjün edýär. Şular ýaly sahypanyň düzümine katalog, alyjylara maslahatlar we kuponlar, ýeňillik nyrhlar boýunça satuw hem alyjylaryň bäsleşikleri ýaly satuwy höweslendirmegiň serişdeleri girýär. Kärhanalar öz **Web**-sahypalaryny neşirde, radioda, telewideniýede, başga **Web**-sahypalarda çykýan mahabat-gönükdirijide giňden mahabat edýärler.

Häzirki wagtda Türkmenistanda döwlet we daşary ýurt kärhanalarynyň **Web**-sahypalary giňden ulanylýar: [www.turkmenistan.gov.tm](http://www.turkmenistan.gov.tm); [www.turkmenistan.ru](http://www.turkmenistan.ru); [www.medisina.net](http://www.medisina.net); [www.aviagov.tm](http://www.aviagov.tm); [www.ahaltourism.com](http://www.ahaltourism.com); [www.britishembassy.gov.uk/turkmenistan](http://www.britishembassy.gov.uk/turkmenistan); [www.uzairways.com](http://www.uzairways.com); [www.lufthansa.com](http://www.lufthansa.com). we başgalar. Aşakdaky görkezilen elektron poçtalaryň salgylary bolsa habarlaşmak üçin döredilýär: [nt @online.tm](mailto:nt@online.tm); [hr. manager@, nd burren.co.uk](mailto:hr.manager@n.burren.co.uk); [techdep @telecom.tm](mailto:techdep@telecom.tm); [asbuzairways @online.tm](mailto:asbuzairways@online.tm); [gözleg @online.tm](mailto:gözleg@online.tm) we başgalar. Öz **Web**-sahypalaryny we elektron poçtalarynyň salgylaryny kärhanalar köpçülikleýin habar beriş serişdelerinde öz harytlary we hyzmatlary bilen bilelikde mahabat edýärler.

*Netcraft* analitik kompaniýasy internet ulgamyndaky saýtlaryň sanyny hasaplap çykypdyr. Kompaniýanyň bilermenleri 227 mln 225 müň 642 sany saýtyň hasaba alnandygyny mälim edipdirler.

*Toyota* kompaniýasy öz marketing **Web**-sahypasyny ([www.toyota.com](http://www.toyota.com)) döretdi. Şol sahypa bolup biljek alyjy ýüzlense kompaniýa wagtyny yitirmän alyjyny satyn alsa çekjek bolýar. Şu saýtda köp tomaşaly we peýdaly maglumatlary: awtomobil ýollaryň kartalaryndan we çagalar bilen syýahatçylyk etjek bolýan ene-atalara maslahatlardan başlap, golf boýunça ýaryşlaryň tertibine hem medeniýet durmuşda wakalaryň sanawyna çenli maglumatlary tapylýar. Mundan başga-da, saýtda *Toyota* kompaniýasynyň öndürýän önümlerine degişli köp maglumatlary, meselem, şu kompaniýanyň häzirki zaman awtomobilleriniň giň teswirlemesi we *Toyota*-nyň dilerleri hem olaryň hyzmatlary barada maglumatlar tapyp bolýar, olar degişli geografiki kartalar we olaryň **Web**-sahypalaryna salgylanmalar bilen doldurylan. Kompaniýanyň önümleri bilen gyzyklanýan şu marketing **Web**-sahypasyna girýän adamlar kompaniýanyň broşuralarynyň we *Toyota* modelleriniň mümkinçiliklerini görkezýän mugt interaktiw

*CD-ROM*-ň sargydyňyň elektron blankasyny dolduryp bilýärler (öz adyny, salgysyny, telefon belgisini we elektron poçtanyň salgysyny görkezýärler). *CD-ROM* öýleriňize eltip berilýänçä, ýerli diler jaň edip göwnüňize ýaran modele münüp we sürüp görmäge çagyryp biler.

Önümçilik niýetli önümleri üpjün edýän kompaniýalar hem marketing **Web**-sahypalarda köp özüne çekiji mümkinçilikleri tapyp bilýärler. Meselem, korporatiw alyjy *Sun Microsystems* ([www.sun.com](http://www.sun.com)) kompaniýanyň **Web**-sahypasyna girip, bu kompaniýanyň önümleriniň we çözgütleriniň giň teswirlenmesini tapyp bilýär, satuwyň şertleri hem hyzmatlary barada maglumatlary alyp bolýar, şeýle-de *Sun Microsystems*-ň hünärmenleri bilen söhbetdeşlik geçirip bilýärler. Biziň planetamyzyň islendik nokadyndaky sarp edijiler *GE Plastics* kompaniýanyň **Web**-sahypasyna girip, islendik wagt 1500 sahypalyk maglumatlary tapyp we kompaniýanyň önümlerine degişli soraglara jogaplary alyp bilýärler. *FedEx* kompaniýanyň **Web**-sahypasy ([www.fedex.com](http://www.fedex.com)) bolsa sarp edijilere satyn alşyň senesini meýilnamalaşdyrmaga, çapary sargyt etmäge we sargyt edilen harydyň eltip bermekligiň hadysasyna gözegçilik etmäge mümkinçilik berýär.

**Web**-sahypany döretmeklik – ýarym işdir. Işiň ikinji bölegi – siziň saýtyňyza sarp edijiler girer ýaly mejbur etmeklikden ybarat. Esasy mesele – ony özüňe çekiji etmeklik, ýagny şu saýta bir gezek giren adam ýene-de şu saýta giresi geler ýaly tagallalary etmeli. Beýle diýmek, kompaniýalar öz saýtyndaky maglumatlaryny tazeläp durmaly, olaryň özüne çekijiligini ýokarlandyrmaly we alyjylaryň gyzyklanmasyny höweslendirmelidir. Munuň üçin olara wagt we pul gerek, ýöne internetde ýüze çykan bäsdeşlik göreşinde ýaşajak bolsaň onsuz oňup bolmaýar.

Harytlaryň käbir görnüşlerine **Web**-sahypa girýän adamlaryň ünsüni çekmeklik aňsat. Täze awtomobilleri, kompýuterleri ýa-da maliýe hyzmatlaryny satyn alýan sarp edijiler satyjylar tarapyndan maglumatlary we marketing başlangyçlary taýýarlyk bilen kabul ederler. Harytlar saýlananda az tagallalary talap edýän harytlary hödürleýän kärhanalar öz **Web**-sahypalaryna sarp edijileriň ünsüni çekmekde bellibir kynçylyklary çekerler.

### ***Internetde mahabat ýerleşdirmek***

Internetde mahabat, internetde mahabat bildirişleri ýerleşdirmek – bu maksat üçin täjirçilik operatiw-maglumatlaýyn gulluklaryň hödürleýän ýörite bölümleri ulanylýar. Internetdäki mahabatnyň mysallary bolup, kompýuter müşderileri laýyk operatiw-maglumatlaýyn gulluklary ýa-da **Web**-sahypalara seredenlerinde ekranda ýüze çykýan bildirişler bolup bilýär. Mahabat bildirişleri täjirçilik maksatlar üçin ýörite döredilen Internetiň tazelikler toparyna hem ýerleşdirip bolýar. Müşderileriň kompýuterleriniň ekranlarynda ýüze çykýan bildirişlere – bildirişler-atlar, ýüze çykýan penjireler, ekrandan geçýän setir-bildiriş we «şlagbaumlary» (doly ekranly bildirişler bolup, muny ulanyjylar görüp geçmeseler indiki ekrana geçip bilmeyärler) degişlidir. Meselem, **Web**-ulanyjy ýa-da Amerika online-ň müşderisi awiagatnawlaryň tertibine ýa-da awiapetekleriň bahalaryna seredip, öz ekranynyda «Alamo kompanýadan awtomobilleri kreýine alyň we ony iki gün mugt ulanyp bilýärsiňiz!» diýen ýazgyny görüp bilýär. Öz **Web**-sahypasyna alyjylary çekmek üçin *Toyota* (bellibir töleg üçin) öz mahabat bildirişleri başga saýtlarda (meselem, *ESPNNet-SportZone* – [www.espn.com](http://www.espn.com) – internetde öňde baryjy saýtdan başlap tä ýönekeý saýtlara çenli, meselem, Parent Soup – [www.parentsoup.com](http://www.parentsoup.com)) ýerleşdirýär. Dürli kompanýalar maglumatlaýyn-täjirçilik gulluklaryna howandarlyk goldawyny berýärler.

1998-nji ýylda amerikan firmalar **Web**-däki mahabat üçin 2 mlrd amerikan dollary, 2003-nji ýylda – 9 mlrd amerikan dollary sarp etdiler. Ýöne köp kärhanalar üçin onuň netijeliligi entek näbelli. Internetde mahabat ýerleşdirmegiň bahasy (gazet we teleýaýlymlar bilen deňşdireniňde) arzan, öz saýtyňy Internetde döretmek aňsat: internetde salgynyň kreýine, saýtyň döretmegine, ol öz içine birnäçe sahypa alýar we ony göýbermek ýylyna 300 amerikan dollar zerur bolýar. *ESPNNet SportZone* ýaly belli saýtlardaky **Web**-mahabat, 500 müň ulanyjyny özüne çekip (ol 20 mln ýüzlenmäni hepdede düzýär), ýylda Size 300 müň amerikan dollara düşüp biler. Şonda-da **Web**-ň köp ulanyjylary olaryň öňünden çykýan mahabata üns bermeýärler. «Mahabat meýdanyny» hödürleýän **Web**-sahypalar, mahabatnyň netijeliligini ýokarlandyrmak üçin köp tagallalary edýärler.



Şeýlelikde, köp firmalar **Web**-de mahabaty ýerleşdirmek bilen synag geçirip dowam etseler, mahabatyň bu görnüşi olaryň mahabat işinde diňe kömekçi orny ýerine ýetirip biler.

### ***Forumlara, täzelikler toparlaryna we bildirişler tagtalaryna gatnaşmak***

Kärhana internetiň forumlaryna (gurultaýlaryna), täzelikler toparlaryna we bildirişleriň elektron tagtalaryna (*BBS*) gatnaşyp bilýär, olar «gyzyklanmalar boýunça» gurnalýar. Internetdäki bu işleriň görmüşleri hem täjirçilik, hem täjirçilik däl häsiýetli bolup bilýär. Forumlar diskussion klublar ýalydyr, bular täjirçilik operatiw-maglumatlaýyn gulluklaryň çäklerinde hereket edýärler. Forum kitaphanany, ýagny «dialoglar otagyny» onda hakyky wagtda maglumatlary çalşyp bolýar we mahabat bildirişleriň klassifisirlenen katalogyny saklap bilýär. Meselem, America Online-ň düzümine şular ýaly «söhbetdeşlik üçin otaglaryň» 14 müň sanysy bar (öz wagtynyň üçden bir bölegini America Online-ň müşderileri şular ýaly «dialog otaglarda» geçirýärler). Forumlaryň köpüsi «gyzyklanmalar boýunça» toparlar üçin niýetlenen. Meselem, saz gurallaryň önde baryjy *Yamaha* öndürijisi, nusgawy sazlara bagyşlanan forum gurnap bilýär.

***Täzelikler toparlary*** – forumlaryň Internet görnüsidir. Täjirçilik forumlardan tapawutlylykda, täzelikler toparlaryň gatnaşyjylary bellibir tematika bagyşlanan maglumatlary iberyärler we kabul edýärler. Täjirçilik forumlardan tapawutlylykda bularda kitaphanalar gurnalmaýar we ylmy-amaly maslahatlar geçirilmeýär. Internetiň ulanyjylary abuna ýazylman täzelikler toparlaryna gatnaşyp bilýärler. Internetde islendik temalara, ýagny sagdyn ýymitlenişiniň usullaryndan, öý şertlerinde tehnikany bejermekden we kiçi ölçegli (karlik) baglary ösdürmekden başlap, gadymy we gymmat baha awtomobilleri ýygnamak we soňky serial boýunça pikirler alyşmak bilen gutarýan temalara bagyşlanan täzelikler toparlaryň münlerçesi bar.

Bildirişleriň elektron tagtalary (*BBS*) – bu ýöriteleşdirilen operatiw maglumatlaýyn gulluklar bolup, bular öz işini bellibir tematika ýa-da topara gönükdirýärler. Häzirki wagtda *ABŞ*-da *BBS*-niň 60 müňi bar. Olaryň tematikasy dürli: boş wagtyňy geçirme-

giň usullaryndan we saglykdan başlap, kompýuter oýunlara hem maksatnama üpjünçilige çenli tematikalar bar. Islendik kärhana onuň öndürýän önümlerine ýa-da hödürleýän hyzmatlaryna laýyk gelýän täzelikler toparyny ýa-da *BBS*-ni saýlap, onuň işine gatnaşyp bilýär.

Forumlaryň we täzelikler toparlarynyň belliligi **Web**-sahypalaryň tiz ösüşine getirdi, olar täjirçilik guramalar tarapyndan howandarlyk edilyär hem **Web**-bileleşik diýip atlandyrylýar. Şular ýaly **Web**-sahypalar internetde ýeri üpjün edýärler, bularyň gatnaşyjylary onda ýygnanyp, gyzyklanýan soraglar boýunça pikir alyşyp bilýärler. Meselem, *Women's Wire* sahypasy **Web**-bileleşik tarapyndan döredilip, onda zenanlar bellibir senete ýetjek bolup, olary gyzyklandyran soraglary ara alyp maslahatlaşýarlar we dürli tanyml adamlar bilen aragatnaşyk saklaýarlar. *Tripod* – Internetiň sahypasy bolup, 20 ýaşly ýaşlara gönükdirilip, öz ulanyjylaryna «söhbetdeşlik üçin otaglary» we olarda öz biografiki maglumatlary ýerleşdirmek üçin ilkinji mugt **Web**-sahypalaryny hödürleýär. *Parent Soup* sahypasy 200 mün ene-atalaryny birleşdirip, olar özara ösüp barýan ýaşlary terbiýelemek meseleler barada pikir alyşýarlar we şu tematikany görkezýän başga **Web**-sahypalara ýüzlenýärler.

Şular ýaly **Web**-sahypalaryň görüjileri meňzeş gyzyklanmalary bar bolan adamlaryň birleşmeginiň güýçli duýgusyny ýüze çykarýar hem-de **Web**-bileleşikler deň gyzyklanmaly adamlary birleşdireni we düzgün bolşy ýaly, bellibir demografiki toparyna girýänleri üçin kärhanalar üçin özüne çekijidir. Meselem, *Parent Soup – Johnson&Johnson* we başga kompaniýalaryň önümleriniň we çagalar üçin harytlary öndürýän gowy ýeri bolup durýar. Mundan başga-da, **Web**-bileleşikleriň agzalary uly isleg bilen öz **Web**-sahypalaryna girip, köp wagty onda geçirýärler, bu bolsa öz önümlerine olaryň ünsüni çekmäge kompaniýalaryň mümkinçiliklerini artdyrýar.

**Web**-bileleşikler sosial-gönükdirilen ýa-da işiň görnüşi boýunça gyzyklanýanlar üçin niýetlenen bolýar. Ikinji görnüşli **Web**-bileleşigiň biri bolup *Agriculture Online* (ýa-da @ agriculture Online) çykyş edýär. Bu **Web**-sahypanyň görüjileri harytlaryň bahalary we oba hojalygyň soňky täzelikleri bilen tanşyp bilýärler, olara dürli görnüşli «söhbetdeşlik üçin otaglar» hödürleýär. Oba

ýerlerden **Web**-ulanyjylary *Electronic Coffee Shop* atly **Web**-sahypa girip hem fermerleriň ýaşayşyndan pursatlar bilen tanşyp we oba hojalyk zyýan berijiler bilen meselelere bagyşlanan çekişmelere gatnaşyp bilýärler; @ agriculture Online şowly bolup, aýda 5 mln görüjileri özüne çekýär.

*Elektron poçtany we **Web**-gepleşikleri bermekligi ulanmaklyk*

Haryt öndürijisi sarp edijileri we öz bolup biljek müşderilerini, olary gyzyklandyrýan soraglar, teklipeler we bellikler bilen elektron poçtanyň kömegi bilen kompaniýa ýüzlenmäge höweslendirip bilýär. Kärhananyň müşderilerine hyzmat edýän bölümiň wekilleri islendik soraglara tiz we doly jogap berýärler. Mundan başga-da, kärhana hemme bolup biljek müşderilerini öz içine alýan poçta arkaly ibermekligiň sanawyny düzýär. Şular ýaly sanawlar – täze müşderileri kärhana we onuň önümleri hem hyzmatlary bilen tanyşdyrmaga şeýle-de bar bolan müşderiler bilen hemişelik gatnaşyklary saklamaga gowy mümkinçilikdir. Şular ýaly sanawlary ulanyp, kärhana alyjylara öz maglumatly býulletenlerini, kataloglaryny, mahabat bukletlerini, tanyşdyrmalara çakylyklary we alyjylyk islegi höweslendirýän başga maglumatlary iberýär.

Ýokary tehnologiýaly kompýuter enjamlaryny öndürijisi *3Com Corporation* elektron poçtanyň baý mümkinçiliklerini şowly ulanyp, öz Network Interface Cards (tor interfeýsiň kartoçkalary) üçin täze müşderileri özüne çekýär. Bolup biljek alyjylary öz **Web**-sahypasyna çekmek üçin elektron poçta arkaly maksadalaýyk ýüzlenmäni we 18 dürli **Web**-sahypalarda kompýuter tematikasyna bagyşlanan mahabat-banneri ulandy. *3Com* kompaniýasynyň **Web**-sahypasynda «3Com classic» totalizator geçirilýär: ýörite «elektron formany» dolduryp, gatnaşyjylar 1959-njy ýylyň Corvette awtomobiliniň utuşyna gatnaşyp bilýärler. Şu kampaniýany geçirip *3Com* 22 mün täze bolup biljek müşderileri özüne çekdi, olar bilen soňra elektron poçtany we telemarketingi ulanyp, gatnaşyklary saklady. Geljekki müşderileri *3Com*-ň söwda wekillerine geçirdiler. 482 geljekki müşderileriň 71 sanysy 2,5 mln amerikan dollarlyk kompaniýanyň önümlerini satyn aldy.

Kärhanalar **Web**-gepleşikleri bermegiň gulluklarynyň biriniň müşderi bolup bilýär, olar başga abunaçylaryň kompýuterlerine

saýlanyp alnan maglumatlary awtomatiki ýerleşdirýärler. Bellibir aýlyk töleg üçin şular ýaly gulluklaryň abunaçylary olara zerur ýaýlymlary-täzelikler, korporatiw maglumatlar, tomaşaçylyk we ş.m. we olary gyzyklandyryan islendik temalary saýlap bilýärler. Soňra **Web**-gepleşikleri bermegiň gullugy olaryň kompýuterlerine zerur maglumatlary awtomatiki geçirýär.

**Web**-gepleşikleri bermeklik başgaça maksatnamalaşdyrylan itermek (push-tilsimat) diýip hem atlandyrylýar, ol sarp edijiler üçin özüne çekiji ýaýlymy döretmäge mümkinçilik berýär, ol boýunça marketing boýunça hünärmenler elektron mahabaty ýa-da başga maglumat habarlary ýaýradyp bilýärler. Tiz ösýän PointCast we Inflation ýaly amerikan **Web**-gepleşikleri berýän gulluklar köp mahabat berijileri özüne çekýärler. Uly täjirçilik operatiw-maglumatlaýyn gulluklar öz abunaçylaryna **Web**-gepleşikleri bermekligiň hyzmatlaryny hödürlep başlaýarlar. Meselem, America Online gullugy hödürleýän hyzmatlarynyň sanawyna Driveway atly gözleg guraly goşdy, ol abunaçynyň islegi boýunça köp maglumatlary, **Web**-sahypalary we elektron poçtanyň habarlaryny saýlap, talapkärleriň kompýuterlerine saýlanan maglumatlary awtomatiki iberýär.

### ***Interaktiw marketingiň gyzyklandyryjy taraplary we meseleleri***

Interaktiw marketing oňat geljegi wada edýär. Marketingiň bu görnüşiniň güýçli muşdaklary internet we elektron söwdany maglumat çeşmeleri hökmünde žurnallary hem gazetleri harytlary satyn almak üçin dükanylary doly çalyşjakdygyny ynanýarlar. Şonda-da, bütin geljege seretmän, interaktiw marketing öz potensialyny doly ýüze çykarýança köp ýyl gerekdir. Mümkin, interaktiw marketing teleýaýlymlar, telefon bilen bilelikde ýene bir wajyp taktiki gural bolup, doly gymmatly integrirlenen marketing toplumyny döretmegiň üstünde başga gurallar bilen işlär.

Interaktiw marketing täzelikçilik bolsa-da özüne çekmegiň üstünde köp işlemelidir. Interaktiw marketing boýunça hünärmenleriň köpüsi entek **World Wide Web**-i peýda getirmäge ukyply diýip hasap etmeýärler. Olaryň hünärmenleriň käbir çözmeli meseleleri aşakda görkezilen.

1. Alyjylaryň elýeterliliginiň, şeýlelikde, satyn alyş möçberiniň çäkligi. Ösüşiniň tiz depginine garamazdan, interaktiw marketing bazaryň kiçi bölegine hyzmat edýär. Mundan başga-da, **Web-**ulanyjylar satyn almak üçin däl-de, ýöne gyzyklanyp saýtlara seredýärler. Derňewleriň netijeleri boýunça **Web-**ulanyjylaryň diňe 14%-i hakykatdan zerur harytlary satyn almak üçin ýa-da dürli täjirçilik hyzmatlary, meselem, syýahat maglumatlaryny almak üçin **WWW**-ni ulanýarlar.

2. Alyjylar barada demografiki we psihografiki maglumatlaryň bir taraplylygy. Düzgün bolşy ýaly, interaktiw hyzmatlaryň ulanyjylary ortaça statistiki raýata görä has üpjün edilen we tehniki taýýarlyklydyr. Munuň özi kompýuterleriň maksatnama üpjünçiliginiň, durmuş elektronikanyň maliýe hyzmatlarynyň we käbir başga harytlaryň söwdasy bilen meşgullanýan kompaniýalar üçin interaktiw marketingi gowy hyzmat edýär. Başga tarapdan, şu sebäp boýunça interaktiw marketing «adaty» harytlar satylanda az netijeli bolýar.

3. Bulam-bujarlyk we maglumat bilen agdyk ýüklülük. Internet öz ulanyjylaryna millionlarça **Web**-sahypalary we çakdanaşa maglumatlaryň möçberini hödürleýär. Tor boýunça syýahat alyja garabasma, uzak we bulaşyk iş ýaly görnüp biler. Bu bulam-bujarlykda köp mahabat elektron bildirişler we saýtlar görünmän geçip gidýärler. Eger-de olar göze ilse-de, alyjylaryň ünsüni çekmäge marketing boýunça hünärmenlere aňsat bolmaz. Hünärmenleriň belleýşi ýaly, **Web**-sahypa alyjynyň ünsüni 8 sekundyň dowamynda saklap bilmese, ol öňe gider. Ýöne bu gysga wagtda marketing boýunça hünärmenlere öz harydyny mahabat etmäge we satmaga örän kyn bolýar.

4. Howpsuzlyk. Käbir naýynsap adamlar interaktiw şertleşigiň hadysasyna girip, karz kartoçkalaryň nomerlerini alyp, ilini puluny ýoýarlar diýip alyjylar dat edýärler. Öz nobatynda, ýagny käbir ulanyjylar içaly maksatlar ýa-da bozgaklyk üçin kompaniýalaryň kompýuterlerine girmek üçin Tory ulanarlar diýip, internetde işewürlik bilen meşgullanýan kompaniýalar gorkýarlar. Interaktiw marketing boýunça hünärmenler, elbetde, howpsuzlygy üpjün etmekligi alada edýärler, ýöne bärde «kompýuter ulgamlaryň howpsuzlygyny üpjün edýän tilsimatlaryň arasynda we şu howpsuzlygy islendik ýol bilen

ýok etjek bolýan zalym (betniýet) adamyň arasyndaky gutarmaýan ýaryş» bilen iş salyşýar.

5. Ahlak düşüňjeler. Bárde esasy zat şahsyýetiň hukuklaryny sylamak bolup durýar. Marketing boýunça hünärmenler **Web**-sahypanyň görüjilerini ýeňil we tiz yzarlamaga mümkinçilik ýüze çykýar, sebäbi saýta girýän alyjylaryň köpüsi özleri barada dürli maglumatlary taýýarlyk bilen berýärler. Eger-de kärhana alnan şahsy maglumatlary öz harytlarynyň marketingi üçin ýa-da başga kärhanalar bilen poçta arkaly ibermekligiň elektron sanawlaryny çalyşmak üçin ulanjak diýip çözüň etse, bularyň hemmesi bolup biljek maglumat zorlugyň önünde alyjylary goragsyz edýär. Alyjylaryň hukuklaryny kemsitmek bilen baglanyşykly gorkular bar. Meselem, häzir internet barly ulanyjlara gowy hyzmat edýär. Emma, az pullu ulanyjylaryň Bütindünýä kerepine elýeterliginiň mümkinçiligi az, şeýlelikde, olar harytlar, hyzmatlar we nyrhlar barada az maglumatlar alýarlar.

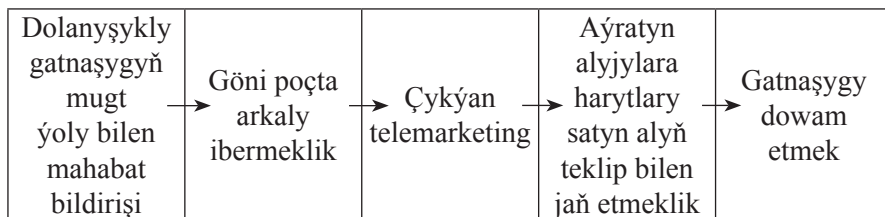
Uly we kiçi kärhanalar agzalyp geçilen kynçylyklara garamazdan, interaktiw marketingi ulanýan marketing serişdeleriniň sanawyna tiz goşýarlar.

### ***Birleşdirilen (integrirlenen) göni marketing***

Soňky ýyllarda göni we interaktiw marketingiň ösüşi görünse-de, köp kärhanalar olary öz aragatnaşyk we herekete getirmek strategiýalarynda ikinji derejeli orunlary berýärler. Göni marketing boýunça hünärmenleriň köpüsi bolup biljek alyjy bilen galtaşma gurmak we harydyň satylşyny resmileşdirmek üçin öňki ýollary ulanýarlar. Bárde has netijeli bolup integrirlenen göni marketing, ýagny marketing habarlary we köpbasgançakly mahabat kompaniýalary ýetirmekligiň birnäçe serişdelerini ulanmaklygy çak edýän marketing bolar.

Şular ýaly kompaniýalar alyjylaryň seslenme koeffisientini ýokarlandyryp bilýärler. Meselem, göni poçta arkaly ibermeklik diňe özi seslenmäniň 2%-li koeffisientini berip bilýär, emma mugt dolanyşykly gatnaşygyň telefon liniýasy bilen utgaşdyrylyp hödürlenende seslenmäniň koeffisienti 50%-e ýokarlanar. Gowy pikirlenilip çykan telemarketingiň görnüşi bu netijäni 5 esse ýokarlandyryp bilýär.

Integrirlenen göni marketingiň has çylşyrymly kampaniýalaryny hem işledip bolýar. Meselem, dürli maglumat ýollaryny ulanmaklyk bilen köpbaşgançakly marketing kampaniýasyna baha beriň (14-nji surat).



**14-nji surat. Integrirlenen göni marketing kampaniýasy**

Şu ýagdaýda bolup biljek jogaply mahabat bildirişi maksatly alyjyny haryda gyzyklandyryp bilesigelijiligi höweslendirýär. Gyzyklanýan alyjylara kärhana şol wagt göni poçta arkaly goşmaça maglumatlary iberýär. Birnäçe günden kärhana bolup biljek alyjylara, olar haryda talapnama resmileşdirer diýip umyt bilen jaň edýär. Käbir bolup biljek alyjylar talapnamalary resmileşdirerler, käbirler bolsa, isleg bildirilen ýa-da hödürlenen satuwa höwes bilen gelerler. Şular ýaly kampaniýany ulanýan marketing boýunça hünärmen kärhananyň seslenme girdejisini we koeffisientini ýokarlandyrmaga dyrjaşyp, onuň üçin aragatnaşygyň täze serişdelerini hem müşderileri gözlemegiň tapgyrlaryny goşup, çykdaýlaryň däl-de, girdejileriň möçberini ýokarlandyryjak bolýar.

### **8.3. Göni marketingde jemgyýetçilik pikiri we etiki meseleleri**

Düzgün bolşy ýaly, göni marketingiň hünärmenleri we olaryň alyjylary iş gatnaşyklarynda doly özaralykdan lezzet alýarlar. Ýöne käwagt daşyna onuň garaňky tarapy çykýar. Meselem, göni marketing boýunça iki-üç hünärmeniň hyjuwly aýypsyz täri alyjylary alada goýup bilýär we bütin pudaga eýmenç keşpi berip bilýär. Hyýanat etmeklik ýönekeýden, ýagny alyjylary wyždansyz söwda usullary ýa-

da bihaýa aldawçylyk, pyrryldaklyk bilen gutarýança dürli ýagdaýlar bolup bilýär. Soňky birnäçe ýylda göni marketingiň industriýasy şahsy maglumatlar el degridmesizlige hukugy berjáy etmeklik degişlilikde, ösýän şübheler bilen duş geldi.

*Wyzdansyzlyk, aldawçylyk we pyrryldaklyk.* Göni marketingiň artykmaç işjeňligi käwagt diňe gynandyрман, alyjynyň göwnüne hem degýär. Göni seslenmäniň täjirçilik telewizion mahabaty örän uzak, ýadadýan tarapy bolsa, biziň köpümiziň göwünlerimize ýaramaýar. Has hem agşamlyk wagtynda ýa-da örän giç telefon jaňlary janyňy ýakýar. Käbir marketing boýunça hünärmenleri höwesli, satyn alşa taýýar däl alyjylary aldap ulanmaklykda günäkärleýärler. Iň uly günäkärleri edip teleýaýlymlar boýunça görkezilýän tükeniksiz täjirçilik gepeşikler we tanyşdyрма filmler hasap edilýär, olarda göze ilginç harydy görkezýärler, harydyň örän pes bahasy barada, kakynly ýeňillikleriň hereket wagtynyň çäklidigini we harydy örän aňsat satyn almak barada ýatladýarlar. Şularyň hemmesi bir zady satyn almaga pes garşylykly alyjylar harytlary satyn almakda otly köýnek geýene dönýärler. Iň erbedi «ýanyp barýan markitantlar» alyjylary bulaşdyrýan poçta habarlaryny we başga kagyzdaky owadan sözleri döredýärler. Interaktiw marketingiň başga hünärmenleri dürli derňewleri geçirip, şol wagt alyjynyň ugruny biljek bolup we harydy satyn alar ýaly ony yrjak bolup gönükdiriji soraglary berýärler. Soňky ýyllar «ýygnaýjy gümmez» görnüşli ýa-da haýyr-sogap maksatlar üçin serişdeleri toslanyp ýygnalan aldawçylyk görnüşli işler ýaýrady. Göni marketingiň wyzdansyz hünärmeni tutmak aňsat däl: alyjylar, köplenç, ynanyň, göni satyjy bilen gepeşikli bolman, pul tölemäge razylaşyp sargyt edilen harydy gelýänçä garaşýarlar. Haçanda aldandyk diýip düşünenlerinde, ogurlar daşda bolýarlar.

*Şahsy durmuşa bipolar çemeleşmek.* Degridmesizlige şahsyýetiň hukuklaryny kemsitmek – göni marketingiň industriýasyna duş gelýän iň çylşyrymly soragydyr. Häzirki wagtda her bir alyjy poçta ýa-da telefon arkaly harydy sargyt edende, karz kartoçka bilen hasaplaşanda ýa-da žurnala abunany resmileşdirende dürli kärhanalaryň maglumatlar binýadyna girizilen bolýar. Kämilleşdirilen



kompýuter maksatnamalaryny ulanyp, göni marketingiň hünärmenleri alnan maglumatlar binýadyny satuw boýunça öz tagallalaryny gönükdirip bilýärler. Elbetde, alyjylar hem zyýana galmaýarlar: maglumatlar binýadynyň esasynda marketingde olary gyzyklandyryan köp teklpleri alyp bilýärler. Muňa garamazdan, marketing boýunça hünärmenler öz alyjylarynyň durmuşy barada köp bilip, bu bilimleri öz peýdasyna we müşderilere zyýan edip ulanarlar diýip tankytçylaryň köpüsi alada edýärler. Şol tankytçylaryň pikiri boýunça maglumatlar alyjylaryň şahsy durmuşynyň degridemesizligine howp edip bilýär. Telefon kompaniýalaryň operatorlarynyň mugt täjirçilik (meselem, 800-den başlanýan) telefon liniýalar boýunça ýa-da kataloglar boýunça harytlary satýan kompaniýalara ýgy-ýgydan jaň edýän alyjylaryň familiýalaryna marketing boýunça hünärmenlere bermäge haklary barmy? diýip tankytçylar soraýar. Karz kartoçkalary satyn alan alyjylaryň sanawyny düzüp satanlarynda dogry edýärlermi? Ahyrsoňy, sürüjileriň familiýalaryny, raýatlaryň boýy, agramy, jynsy barada özlere standartly däl ölçegli egin-eşikleri saýlaýan alyjylary maksatly edip saýlamaga isleýän geýimler bölek-satuw satyjylaryna döwlet organlar satyp bilýärlermi? Şular ýaly maglumatlar binýadyny islendik ýollar bilen döretjek bolýan kärhanalar käwagt goýberilýän çäklerinden geçýärler. Derňewleriň birinde respondentleriň 79%-i olaryň şahsy durmuşyna bihäýallyk bilen garyşmagyň howpuň aladalylygyna görkezdiler. Internet ulanyjylary soralarda olaryň 71%-i torda şahsyýetiň degridemesizligini berjaý etmek barada ýörite kanunlar zerur we 84%-i ulanyjylar barada maglumatlary başga kompaniýalara satýan kärhanalara garşylygy görkezdiler: Advertising Age (Mahabat Asyry) žurnalynyň geçiren derňewiniň netijesinde, ýagny mahabat industriýasynyň kärhanalarynyň ýolbaşçylaryndan maglumatlar binýadynyň esasyndaky marketing we sarp edijileriň şahsy durmuşyna biparh garamak meselesi barada pikirleri soralarda şu babatda garşylyk duýgular görkezilipdir.

Göni marketingiň industriýasy ahlak we jemgyýetde özüni alyp barmagyň kadalary meselesi bilen gabat gelýär. Eger-de şu meselelere üns berilmese, olaryň mahabat teklplerine jogap bermäge

isleg az bolar we berk kanunlary kabul etmäge öjükdirer diýip göni marketingiň hünärmenleri düşünýärler. Iň wajyp bolup, göni marketingiň hünärmenleriň köpüsi alyjylar ýaly dogruçyl, gowy marketing tekliplere dyrjaşýarlar. Hakykatdan, göni marketing – gymmat zat bolup, ony oňa zerurlyk bildirmeyänlere sarp etmeli däldir.

## IX BAP

### **KÄRHANALARYŇ ARASYNDA BÄSDEŞLIK STRATEGIÝALARYNYŇ ULANYLYŞYNYŇ DERŇEWI**

Häzirki wagtda kärhanalar örän güýçli bäsdeşligiň şertlerinde işleýärler. Şu günki bazarda gowy netijeleri gazanmak üçin kärhana harydyň we satuwyň filosofiýasyny sarp edijiniň hem marketingiň filosofiýasyna çalyşmalydyr. Häzirki bazarda öňde baryjy bolmak üçin kärhana diňe harytlary döretmekde öňde baryjy bolman, eýsem, öz sarp edijilerini «döretmekde» öňde baryjy bolmalydyr. Onuň üçin bir zat gerek: Siziň bäsdeşleriňize görä, şular ýaly işde, ýagny sarp edijilik gymmaty hödürlemek we sarp edijileriň kanagatlanmagynyň ýeterlik derejesini üpjün etmekde köp zada ýetmelidir.

Birinji nobatda marketingiň gatnaşyklary bilen baglanyşykly has wajyp meselelere seretmeli. Kärhana öz sarp edijilerini özüne nähili çekip bilýär we islegi nädip emele getirip bilýär? Sarp edijilik gymmaty näme we sarp edijini nähili kanagatlandyrmaly? Sarp edijiniň kanagatlanarlylyk derejesi kärhananyň markasyna isleg bolmak derejesine nähili täsir edýär we ony saklap bolýanlygyna nähili ýardam berýär? Kärhana özüniň «sarp edijiniň paýyny» nähili emele getirmeli? Guramada sarp edijiler bilen gatnaşyklaryň emele gelmegine we saklanmagyna kim jogap berýär? Umumy hiliniň marketinginiň orny nähili?

## 9.1. Kärhana bilen sarp edijileriň arasyndaky gatnaşyklaryň marketingi

### *Gatnaşyklaryň marketingi*

Adaty marketingiň esasy maksady bolup, bar bolan alyjylary saklamak däl-de, eýsem, täze alyjylary özüne çekmek bolup durýar. Häzirki wagtda täze alyjylary özüne çekmeklik öňki ýaly marketingiň wajyp meseleleriniň biri bolup galýar, öňde baryjy ýagdaýy gatnaşyklaryň marketingi tutýar, ýagny sarp edijiler hem kärhananyň önümi bilen gyzyklanýan başga taraplar bilen ýakyn gatnaşyklary emele getirmek, saklamak we berkitmekdir. Häzirki kärhanalar täze alyjylary özüne çekmek we olar bilen şertleşikleri baglaşmak strategiýalaryny işläp taýýarlamak bilen çäklenmän, eýsem, hemişelik bolan alyjylar bilen gatnaşyklary saklamagyň üstünde işleýärler, bu gatnaşyklary maksimal uzak wagtlaýyn hem özara peýdaly etjek bolýarlar. Bu täze nukdaýnazara laýyklykda marketing girdejili sarp edijileri gözlemegiň, saklamagyň we «ösdürmegiň» ylmy we sungatydyr.

Näme üçin ugur üýtgedi? Näme üçin öz sarp edijileriniň saklanmagyna we emele getirmegine ünsi berýärler?

Häzirki wagtda bazar üýtgedi. Demografiki ýagdaýyň ýiti üýtgeýşi, güýçli bäsdeşleriň ýüze çykyşy we ykdysadyýetiň köp pudaklaryndaky artyk önümçiligi – bellibir marka ýa-da kärhana isleg bolan alyjylaryň azalýandygyny görkezýärler. Kärhanalaryň köpüsi häzir durnukly ýa-da dargaýan bazarlarda öz paýy üçin göreşýärler, munuň özi täze sarp edijileri özüne çekmek üçin çykdajylaryň köpelmegine getirýär. Hakykatdan, hünärmenleriň bahalamasy boýunça, täze sarp edijileri özüne çekmek üçin çykdajylar, bar bolan sarp edijileri saklamak üçin çykdajylardan 5 esse köp bolýar.

***Sarp edijiniň doly gymmaty*** – ululyk bolup, takyk sarp edijä kärhananyň müşderisi bolup durka edilen çykdajylar bilen, şu sarp edijini özüne çekmek üçin we hyzmat etmekde edilen çykdajylaryň arasyndaky tapawudyny görkezýär.

Hasaplamlar boýunça, *Taco Bell* kompaniýanyň sarp edijisiniň doly gymmaty 12 müň amerikan dollaryna deň, *Lexus* özüniň bir

kanagatlanarly müşderisiniň, ol hem hemişelik müşderi bolanda ony 600 müň amerikan dollara bahalaýar. Şeýlelikde, öz sarp edijilerini saklamak we islegi emele getirmek boýunça kärhananyň işi ykdysady nukdaýnazardan uly ähimýete eýedir. Kärhana bellibir şertleşikde puly ýitirip bilýär, ýöne sarp ediji bilen uzak wagtlaýyn gatnaşyklardan uly peýdany alyp bilýär.

***Sarp edijileri özüňe çekmek, saklamak we «terbiýelemek»***

Sarp edijiler bilen uzak wagtlaýyn gatnaşyklary emele getirmek kärhananyň hyzmatlarynyň ýa-da harytlarynyň ýokary gymmatyna ýetmäge we sarp edijileri doly kanagatlandyrmaga gönükdirilen. Kanagatlanan sarp ediji kärhananyň hemişelik alyjysy bolup bilýär we şular ýaly müşderiler kärhana onuň işewürliginde uly paýy üpjün edip bilýär.

***Sarp edijiler bilen gatnaşyklary emele getirmegiň esasy şertleri:*** sarp edijilik gymmaty we sarp edijileri kanagatlandyrmak bolup durýar.

Sarp edijileri özüňe çekmek we saklamak kyn mesele. Häzirki zaman sarp edijiler harytlary we markalary, nyrlary hem üpjün edijileri giňden saýlap bilýärler. Şonuň üçin kärhana sarp edijiler öz harydyny nähili saýlaýarlar diýen soragy çözmeli? Munuň jogaby aňsat: olar maksimal diýip hasap edýän gymmaty, üpjün edýän teklibi saýlaýarlar.

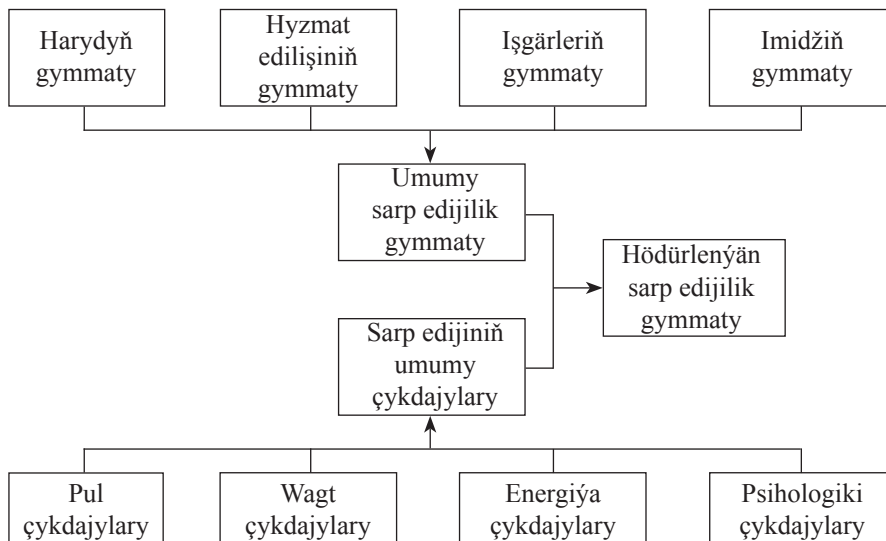
***Hödürlenýän sarp edijilik gymmaty*** – harydyň jemi sarp edijilik gymmatynyň we dürli tekliler bilen baglanyşykly sarp edijiniň jemi çykdaýlarynyň arasyndaky aratapawut bolup durýar, hakykatdan sarp ediji üçin harydyň «girdejililiginiň» görkezijisidir.

***Sarp edijilik gymmaty***

15-nji suratda hödürlenýän sarp edijilik gymmaty görkezilen.

Meselem, uly gurluşyk kärhana buldozer ulagyny ýa-da *Caterpillar* ýa-da *Komatsu* firmalaryndan alyp bilýär. Iki kompaniýalaryň satyjylary öz harytlaryny jikme-jik häsiýetlendirýärler we gurluşyk firma özi üçin haýsy marka has gymmat boljagyny bahalaýar. Onda gymmat ähmiýetli bolup dört esasy görkezijiler: harydyň özi, hyzmat edilişi, personal we imidž boýunça seljerilýär. Ilki bilen firma *Caterpillar* buldozerleriniň ygtybarlydygyny, güýçlüdiginini we ulanylyş möhletiniň uzaklygyny ýüze çykarýar. Mundan başga-da,

alyjy nukdaýnazardan *Caterpillar* kompaniýasy satuwdan soňundaky has netijeli hyzmaty üpjün edýär – abzallary eltip bermekden we işgärleri okatmakdan başlap, ulaglary soňra tehniki hyzmat bilen gutarýar. Bu üpjün edijiniň personaly has hünärli we ünsli diýip bahalanýar. *Caterpillar* firmasynyň abraýyny hem alyjy bäsdeşiniňkä görä has ynamly hasap edýär. Munuň esasynda gurluşyk kompaniýa *Komatsu* görä *Caterpillar* öz harytlarynyň uly umumy sarp edijilik gymmatyny üpjün edýändigini kesgitleýär.



**15-nji surat. Hödürlenýän sarp edijilik gymmaty**

Kärhana mundan başga-da öz umumy çykadjylaryny hem hasaba alýar. Şeýlelikde, sarp edijiniň umumy çykadjylary öz içine garaşylýan wagt, energiýa, harydy satyn almak üçin fiziki güýç çykadjylary alýar we gurluşyk firma bu çykadjylary pul çykadjylar bilen hasaba alýar, iki satyjydan buldozeri satyn almak üçin çykadjylaryň umumy bahasyny aljak bolýar. Ondan soňra alyjy-firma umumy sarp edijilik gymmatyny sarp edijiniň umumy çykadjylary bilen deňeşdirýär we *Caterpillar* buldozerleriň we *Komatsu* buldozerleriň umumy hödürlenýän gymmatyny kesgitleýär. Haýsy firmanyň harydynyň umumy hödürlenýän gymmaty ýokary bolsa, şondan hem gurluşyk kompaniýa tehnikany satyn alar.

Alyjylara köp ýagdaýlar täsir edýär, olaryň saýlawy kompaniýanyň peýdasynda däl-de, şahsy ileri tutmalarda esaslanan. Şonda-da sarp edijilik gymmatynyň konsepsiýasynyň gurluşy ony köp ýagdaýlara ulanmaga we köp zady ýüze çykarmaga mümkinçilik berýär. Meselem, şu konsepsiýa satyjylar birinji nobatda öz harytlarynyň umumy sarp edijilik gymmatyny bahalap, ony bäsdeşleriň harytlarynyň gymmaty bilen deňşdirmelidigini çak edýär. Şeýlelikde, kärhana öz ýagdaýyny sarp edijiler nukdaýnazaryndan bäsdeşler bilen deňşdirilende bahalap bilýär. Eger-de sarp edijileriň pikiri boýunça bäsdeşleriň hödürleýän harytlarynyň ýa-da hyzmatlarynyň uly gymmatlylygy ýüze çykarylsa, kärhana bu ýagdaýy düzetmek üçin çäre görmeli bolýar.

*Caterpillar* kompaniýasy nädip şu konsepsiýany ulananda öz harydy satyn alnar ýaly etmeli? Ol öz teklibiniň özüne çekijiligini ýokarlandyrmaly, munuň üçin ol iki usulyň birini ulanmaly. Birinjiden, ol umumy sarp edijilik gymmatyny ýokarlandyryp bilýär, öz harytlarynyň hyzmat edilişiniň işgärleriniň ýa-da imidžiniň peýdalaryny we artykmaçlyklaryny giňeldip bilýär. Ikinjiden, ol sarp edijiniň umumy çykdajylaryny peseldip bilýär – harydyň nyrhyny peseldip, alyjynyň energiýasynyň, wagtynyň we fiziki güýçleriň çykdajylaryny azaldyp bilýär. Hakykatdan, *Caterpillar* markanyň harytlary onuň bäsdeşleriniň markalaryndan gymmat bolsa-da, onuň harytlarynyň we hyzmat edilişiniň ýokary hili, bu firmanyň gowy abraýy iň soňunda onuň teklibiniň gymmatyny ýokarlandyrýar. Kompaniýanyň maksady her bir süýşürilen topragyň kubometriniň, her tonna kömrüň tehnikasyny ulanyp gurlan ýol polotnonyň her kilometriniň sarp edijilere umumy gymmatyny az üpjün etmekden ybaratdyr.

### ***Sarp edijiniň kanagatlanmagy***

Şeýlelikde, sarp edijiler öz garaşýan zatlaryny marketing teklipleriň gymmatyna görä emele getirýärler we şu garaşýan zatlaryndan ugur alyp satyn alyş barada çözgüdi kabul edýärler. Sarp edijiniň kanagatlanan derejesi harydyň ýa-da hyzmatyň hakyky häsiýetlerinden we sarp edijiniň garaşýan zatlarynyň gatnaşygyndan ybaratdyr. Onda bir zady ýatdan çykarmaly däl, ýagny sarp edijiniň kanagatlanýş derejesi dürli bolup bilýär. Eger-de harydyň häsiýetleri şu harytdan garaşylýan peýdalara gabat gelmese, sarp ediji kana-

gatlanmaýar. Eger-de haryt doly garaşylan netijä laýyk gelse, sarp ediji kanagatlanar. Eger-de harydyň häsiýetleri sarp edijiniň tamsyndan ýokary bolsa, ol örän kanagatlanar we täsin galar.

Sarp edijiler öz garaşýan netijelerini nähili amal edýärler? Sarp edijiniň garaşýan netijesi öňki satyn alnan zatlaryň, onuň dostlarynyň we tanyşlarynyň pikirleriniň, kärhananyň we onuň bäsdeşleriniň maglumatlarynyň mahabat ýüzlenmelerinde hasyl bolýar. Kärhanalar sarp edijiniň garaşýan netijeleriniň emele gelmegine maksimal derejede ünsi güýçlendirmelidir. Eger-de bu garaşýlan netijeler örän pes bolsa, onda olar häzirki alyjylary kanagatlandyrar, emma täze alyjylary özüne çekip bilmeýärler. Garaşýlan netijeler ýokary bolsa alyjylaryň göwni galyp bilýär. Meselem, *Holiday Inn*. myhmanhanalaryň tory «Garaşylmadyk wakasyz» atly mahabat kompaniýany geçirdi we otaglar sargyt edilende we soňky hyzmatlarda hiç hili meseleler ýüze çykmaý diýip öz müşderilerini ynandyrjak boldy. Şonda-da, *Holiday Inn*-ň myhmanhanalarynyň müşderileri köp dürli meseleler bilen duş gelyärdiler we sarp edijileriň kompaniýada emele gelen uly tamalary kanagatlanmadyk derejesini ýokarlandyrdylar. Netijede, *Holiday Inn*. bu kompaniýadan ýüz dönderdi.

Häzir has ýetişýän kärhanalar sarp edijiniň garaşýan netijelerini ýokarlandyryp, şu derejä öz hyzmatlaryny we (ýa-da) harytlaryny «dogurlaýarlar». Olar sarp edijileri toplumlaýyn kanagatlandyrmak ýörelgäni goldaýarlar. Meselem, *Honda* firmanyň ýolbaşçylary: «Biziň sarp edijilerimiziň kanagatlanmagynyň ýeke-täk sebäbi bolup, biz hiç haçan kanagatlanmaýarys» diýip tassyklaýarlar; *Cigna* kompaniýanyň şygary: «Biziň wagtymyzyň 100%-i – biziň sarp edijilerimiziň 100% kanagatlanmasynadyr» diýip aýdýar. Şular ýaly kärhanalar diňe özüniň sarp edijileriniň tamalaryna we olaryň kanagatlanýş derejesine däl-de, eýsem, öz önümçilik mümkinçiliklerine hem gözegçilik edýärler. Şular ýaly kärhanalar bäsdeşlere görä öz sarp edijilerini kanagatlandyrjak bolsalar hem, olaryň maksady kanagatlandyrmagyň maksimal derejesine ýetjek bolup durmaýar. Sebäbi kärhana hemişe sarp edijiniň kanagatlanýş derejesini – nyrlary peseldip ýa-da satuwdan soňky hyzmatlaryň sferasyny giňeldip ýokarlandyryp bilýär, ýöne bu onuň girdejisiniň peselmegine getirip bilýär. Şeýlelikde, marketingiň maksady bolup,

teklibiň sarp edijilik gymmatynyň girdejililigini üpjün etmek bolup durýar, bu bolsa durnuksyz balansa ýetmegini aňladýar: kärhana öz harytlarynyň we hyzmatlarynyň sarp edijilik gymmatyny hem sarp edijileriň kanagatlanýş derejesini ýokarlandyryp, öz peýdasy barada ýatdan çykarmaly däl.

Sarp edijileriň kanagatlanýş derejesi – dereje bolup munda satyn alnan harydyň häsiýetleri sarp edijiniň garaşýan netijeleri bilen deň gelmelidir.

### *Sarp edijileriň islegi we ony saklamaklyk*

Gowy kanagatlanan sarp edijiler kärhana birnäçe peýdalary we artykmaçlyklary berýärler. Olar nyrhларыň üýtgemelerinden bihabar bolýarlar, başga adamlar bilen gepleşiklerde kärhana barada položitel pikiri ýaýradýarlar we olar kärhana köp wagt isleg bildirýärler. Sarp edijiniň kanagatlanýş derejesiniň we käbir kärhanalara islegleriň arasyndaky gatnaşyk pudaga hem takyk bäsdeş ýagdaýlara görä üýtgäp bilýär. Suratda bu arabaglanyşyk baş dürli bazarlarda görkezilen. Görşümüz ýaly, sarp edijileriň kanagatlanýş derejesiniň ýokarlanmagy bilen kärhana bolan isleg güýçlenýär. Ýöne güýçli bäsdeşlikli awtomobilleriň ýa-da personal kompýuterleriň bazarynda, az kanagatlanan we doly kanagatlanan sarp edijileriň arasyndaky bellibir marka bolan islegiň tapawudy pesdir. Onda kanagatlanan we doly kanagatlanan sarp edijileriň arasynda islegiň tapawudy uly bolýar.

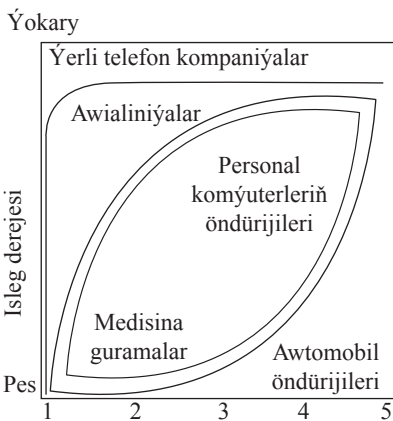
Doly kanagatlanmagyň derejesinden az üýtgame bolsa-da, ol sarp edijileriň islegiň derejesiniň ýiti peselmegine getirmäge ukyplydyr. Meselem, *AT&T* kompaniýasynyň geçiren derňewleri şulary görkezýärler, ýagny sarp edijileriň 70%-ni belli kärhananyň harydy ýa-da hyzmaty bizi kanagatlandyrýar diýip, bäsdeşe geçmäge synanyşjak bolýarlar; şeýle ýagdaýda doly kanagatlanan sarp edijiler bolsa ýokary islegi bildirýärler. *Xerox* kompaniýasy şular ýaly ýagdaýy ýüze çykardy, ýagny ýöne kanagatlanan sarp edijilere görä, onuň harytlaryndan doly kanagatlanan sarp edijiler, soňky alan harydyndan soňra 18 aýyň dowamynda 6 esse harytlary ýygy-ýygydan satyn alýarlar. Bularyň hemmesi şulary aňladýar, ýagny öz müşderilerini saklamaga maksat edinýän kärhanalar öz sarp edijileriniň kanagatlanýş derejesini hemişe ýokarlandyrmaga gönükdirmelidir. Onda bir zady ýatdan çykarmaly däl, ýagny alyjynyň täsin galmagy kärhananyň



markalaryny ýönekeý ileri tutmagyny emele getirmekden başga onuň harytlaryna we hyzmatlaryna alyjynyň duýgy ýakynlygy ýüze çykarýar, şeýlelikde şu kärhana onuň islegine has ýokary derejede ýaranlyk edýär.

**Gowşak bäsdeşligiň zolagy**

Kadalaşdyrylýan monopoliýa ýa-da çalşyp bolýan harytlaryň mukdary az. Belli markalaryň öňde baryjylygy, ýakynlygy emele getirmegiň güýçli maksatnamasy



**Güýçli bäsdeşligiň zolagy**

Ilkinji zerurlykly harytlaryň satuwynyň bazary ýa-da differenssiýasynyň pes derejesi sarp edijileriň parhsyzlygy çalşyp bolýan harytlar köp

Kanatlanmadyk sarp edijiler      Kanatlanan derejesi      Doly kanagatlanan sarp edijiler

**16-njy surat. Sarp edijiniň kärhananyň harytlaryndan kanagatlanýş derejesiniň we onuň şu kärhana bolan isleg derejesiniň arasyndaky baglanyşyk**

16-njy suratda hem şular ýaly görkezilen, ýagny bäsdeşlikli däl bazarlarda – meselem, monopolistiki bazarlarda ýa-da güýçli kärhanalar, ýa-da harytlaryň patentlenen markalary agdyklyk edýän bazarlarda, alyjylar şu harytlardan kanagatlanmasalar hem şu kärhanalaryň harytlaryny we hyzmatlaryny satyn almaga meýillidir. Şular ýaly ýagdaý goralan ýa-da agdyklyk edýän kärhana üçin örän oňatdyr, ýöne wagtyň geçmegi bilen ol oňa gymmat düşüp biler.

Şol wagt ýatdan çykarmaly däl, ýagny sarp edijileriň kanagatlanarlylygynyň ýokary derejesi şol kärhananyň önümlerine bolan islegi doly kanagatlandyрмаýar.

Şeýlelikde, görşümüz ýaly, sarp edijini kanagatlandyrmak kärhana bolan islegiň örän wajyp bölegi bolup galýandyr. Kärhana alyjylaryň islegini doly kanagatlandyryp bilmese, onda edaranyň ýagdaýy

kynlaşar. Ýöne soňra hem kärhanalar öz sarp edijileriniň islegleriniň derejesine gözegçilik etmelidir, sebäbi ol alyjylaryň kärhana bolan gatnaşygy we ýakyn wagtda olaryň hereketleri düýbünden başgaça görner.

### **Öz «sarp edijiniň paýyny» köpeltmek**

Sarp edijileri özlerine çekip we saklap, kärhanalar hemişe öz sarp edijileriniň paýyny köpeltmäge dyrjaşýarlar. Olar bellibir haryt derejede olaryň harytlaryny köp alyjylar satyn almagyna ýetjek bolýarlar, munuň üçin ýeke-täk üpjün ediji bolýarlar ýa-da öz kärhananyň başga-da harytlaryny satyn almaga sarp edijini ynandyrýarlar.

Häzirki wagtda kärhanalaryň baş maksady täze köp sarp edijileri çekmek däl-de, eýsem, doly derejede bar bolan sarp edijileri ulanmak-da durýar. Şu günki kärhanalar sarp edijileriň paýyny maksimizirlemek bolýarlar. Meselem, *Perot System* firmasynyň iş saparlara sarp edilýän serişdeleriň maksimal möçberini almak üçin, *American Airlines* amerikan kompaniýasy Airpass atly ýörite maksatnamany oňa hödürledi. Şu maksatnama laýyklykda, eger-de *Perot System*-ň iş saparlarynyň tertibine ters gelmese, bu kompaniýanyň hemme işgärleri diňe *American Airlines* gatnawlary bilen gatnaýarlar. Bu maksatnama şeýle işleýär: haçanda *Perot*-ň işgäri iş sapara gitjek bolanda, ol ýol petegine garaşman, aeroportyň goýberýän punktynda ýörite kartoçkany görkezýär. Onda onuň uçarlarda uçan milýaleriň mukdary hemişelik müşderiniň ýeňillikli hasabynda awtomatiki hasaba alynýar. Mundan başga-da, hyzmatlaryň doly toplumyny hödürlemek bolup *American Airlines* awialiniýalary *Perot*-ň hemme iş çärelerine *Ambassadors Club*-da öz agzalygyny diňe iş saparda däl-de, eýsem, dynç alyşlarda ulanmaga mümkinçilik berýär. Netijede, *Perot* kompaniýasy hyzmatdaşyň kompaniýasy bilen milýaleriň bellibir mukdaryny uçmaga korporatiw borja çalşyga uly ýeňilligi alýar. Öz nobatynda, *American Airlines* *Perot*-ň işgärleriniň köp böleginiň gatnawlarynda hyzmat etmäge mümkinçilik alýar. Onuň özi, *American Airlines* bäsdeşlerinden başga hemmeler üçin peýdaly, sebäbi olar *Perot* firma ýaly işjeň syýahatçysyna hyzmat etmek sferasyndan doly çykýar.

Sarp edijileriň paýyny köpeltmekligiň gowy usullarynyň biri bolup, köp taraplaýyn satuw çykyş edýär. Köp taraplaýyn satuw bir harydyň ýa-da hyzmatyň bar bolan sarp edijilerini goşmaça harytlary we hyzmatlary hödürlemegiň hasabyna doly çekmeklik diýmekdir. Meselem, *Citibank*-yň we *Travelers*-iň birleşmeginiň netijesinde emele gelen *Citibank Group* kompaniýasyna hyzmatlaryň köp taraplaýyn satuwyna şowly meşgullanmaga mümkinçilik berýär. *Travelers Financial Edge* atly täze maksatnamasy *Travelers*-iň garaşsyz ätiýaçlandyryş agentlerine öz müşderilerine *Citibank*-yň birnäçe hyzmatlaryny, ýagny karz kartoçkalaryny we talyp karzlaryny hödürlemäge mümkinçilik berýär; täjirçilik alyjylar üçin abzallaryň kärendesi maksatnamasy amala aşyrylýar. Mundan başga-da, *Citibank Partners* atly täze maksatnama laýyklykda *Citibank*-yň wekilleri öz alyjylaryna maliýe hyzmatlaryň has doly toplumyny, ýagny *Travelers*-de ätiýaçlanmak, *Salomon Smith Barney (Citibank Group)*-ň ýene-de bir gurluş birligi) fonduny ulanmaga mümkinçilik berýär. Müşderiler üçin hyzmatlaryň teklibini ýene-de giňeltmäge dyrjaşyp, fiziki şahsyýetler bilen işleşýän *Citibank* işgärlerini «şahsy maliýe analitikleri» kompaniýanyň şahamçalaryny bolsa – «*Citibank*-yň maliýe merkezleri» diýip atlandyrmaga çözüti kabul etdiler.

### ***Sarp edijiler bilen uzak wagtlaýyn gatnaşyklary gurmak***

Diňe alyjylary tapman, bar bolan alyjylary saklamaklyk we täze alyjylary özüne çekmekligiň wajypdygyny görýäris. Gatnaşyklaryň marketingi uzak döwre gönükdirilendir. Bu manyda has gowy işleýän kärhanalar diňe alyjyny emele getirmän, eýsem, ony uzak wagtlap eýeläsleri gelyär.

### ***Sarp edijiler bilen gatnaşyklaryň derejeleri we olara ýetmegiň ýollary***

Kärhanalar sarp edijiler bilen gatnaşyklary maksatly bazaryň tebigatyna baglylykda ykdysady, sosial, tehniki we hukuk derejelerde emele getirip bilýärler. Meselem, az girdejili köp sanly müşderili kärhana baza aragatnaşyklarda durup bilýär. Meselem, *Procter&Gamble* Tide ýuwujy tozuny we satyn alan zatlary üçin minnetdarlyk bildiriş, tanyş boljak bolup, her bir satyn alan alyja jaň etmeýändigini düşnükli. Ol markasynyň imidžini döretmäge gönükdirilen mahabatyň satuwyny höweslendirmek boýunça çäreleriň kömegi bilen, sarp

edijiler üçin 1-800 ýörite telefon liniýany döredip, Tide ClothesLine (<http://www.tide.com>) ýörite saýtyny döredip öz aragatnaşygy sarp edijiler bilen emele getirýär. Başga tarapdan, az sanly sarp edijili we ýokary girdejili bolan kadaly bazarda satyjylar özleriniň esasy müşderileri bilen ýakyn hyzmatdaşlykda esaslandyrylan gatnaşyklary emele getirmäge dyrjaşýarlar. Meselem, *P&G* kompaniýasynyň uly sarp edijileri bilen işleýän bölümler *Wal-Mart*, *Safeway* we başga-da öňdebaryjy bölek-satuw söwda torlar bilen işleýärler. Boeing uçaryň dizaýny işläp taýýarlananda *American Airlines* kompaniýanyň Delta konstruktorçylyk bölümi bilen işleşýär, şeýlelikde, öz harydynyň wajyp sarp edijiniň zerurlygyny şu uçarlar doly kanagatlandyran diýip kepillendirýär. Elbetde, bu teswirlenen iki ýagdaý gyraky ýagdaýlar bolup durýar, olaryň arasynda başga aralykdaky kärhana bilen sarp edijileriň arasyndaky aragatnaşyklar derejeleri bolup bilýär.

Soňky wagt kärhanalar sarp edijileriň ýakynlyk derejesini emele getirmäge we olary saklamaga gönükdirilen maksatnamalary ýygy-ýygydan işläp taýýarlaýarlar. Bu maksat bilen marketing boýunça hünärmenler öz hödürleýän harytlarynyň ýa-da hyzmatlarynyň ýokary gymmatyny hemişe üpjün etmän we kanagatlanmagyň zerur derejesini saklaman, eýsem, sarp edijiler bilen berk gatnaşyklary gurmak üçin başga-da marketing gurallaryny ulanýarlar. Birinjiden, kärhana öz gymmatyny we sarp edijileriň kanagatlanmaklyk derejesini şeýle ýokarlandyryp bilýär, ýagny öz sarp edijileri bilen gatnaşyklary goşmaça maliýe höweslendirijiler bilen dolduryp bilýär. Meselem, köp kärhanalar şu wagt satyn alşyň ýygylygy üçin sylaglamagyň marketing maksatnamalaryny amala aşyrýar, olara laýyklykda onuň harytlaryny ýygy-ýygydan we köp möçberde satyn alýan sarp edijiler sylaglanýar. Awialiniýalar köp uçýan ýolagçylar üçin ýeňillikli maksatnamalary hödürleýärler, myhmanhanalar öz hemişelik müşderilerine otaglara tölemek we olary bron etmek boýunça ýörite ýeňillikleri hödürleýärler, supermarketler bolsa hemişelik alyjylara ýörite pul kompensasiýalaryny hödürleýärler.

Başga kärhanalar klub marketingiň maksatnamalaryna serişdeleri goýýarlar, olara laýyklykda diňe klubun agzalaryna ýörite ýeňillikleri hödürleýärler.

– Volkswagen Club-a girmek üçin 25 amerikan dollar möçberinde ilkinji tölegi töläp, täze agzasyna Volkswagen World žurnalynyň ilkinji goýberilişini, futbolkasyny, ýollaryň kartasyny, telefon kartoçkany we syýahatçylyga, dürli tomaşalara ýeňillikleri sowgat ýaly alýar. Klubuň agzalary kompaniýanyň ýerli dilerlerinde şaýlara we hyzmatlara ýeňilliklerden peýdalanyň bilýärler hem öz Volkswagen awtomobiliniň suratyny Visa Card karz kartoçkasynyň ýüz tarapynda ýerleşdirip bilýärler.

– Öz jadygöý klubyny çagalary üçin *Telepizza* ispan kompaniýasy döredip Ispaniýada häzirki wagtda pisanyň satuwynyň bazarynyň 65%-ni eýeleýär (*Pizza Hut* kompaniýanyň paýy bolsa 20%-den köp däl). Jadygöýleriň kluby Ispaniýada iň uly çagalary kluby bolup (3 mln çagalary birleşdirýär), öz kiçijik agzalaryna baýraklar, esasan, gözbagçylyk üçin kiçijik toplumlary hödürleýär, olar her bir sargydyň ýanynda berilýär.

– *Harley-Davidson* kompaniýasy Harley Owners Group (*HOG*) markaly öz ulaglarynyň eýeleriniň klubyny maliýeleşdirýär, häzir ol 330 müň adam, ýagny Harley motosikleriniň hemme eýeleriniň 1/3-ini birleşdirýär. Ilkinji gezek Harley motosiklini satyn alan adam şu klubda birinji ýylyň dowamynda agzalyga mugt hukugy alýar, soňra her ýyl 40 amerikan dollar bilen agzalygy täzeleýär. *HOG*-de agzalygynyň artykmaçlyklary öz içine Tales ýöriteleşdirilen žurnalyny, *HOG Touring Handbook* maglumatnamany, *HOG World Atlas* atlasyny almaklygy, halas ediş gyssagly (ekstrennaýa) gulluga we ýörite ätiýaçlandyryş maksatnama el ýeterligi, motosikller ogurlanan ýagdaýda serişdeleriň öwezini doldurmagyny kepili, myhmanhanalarda ýaşamaga ýeňillikleri we *Fly&Ride* maksatnamasyna gatnaşmaga mümkinçiligi öz içine alýar, şu maksatnama laýyklykda klubuň agzalary dynç alyş wagtynda Harley motosikli islendik şäherde kreyine alyp bilýärler.

Ikinji ugur maliýe peýdalaryna sosial peýdalaryň we artykmaçlyklaryň goşulmagynda durýar. Bu ýagdaýda kärhana öz sarp edijiler bilen durmuş aragatnaşygyny berkidýär, sebäbi ol öz sarp edijileriniň zerurlyklary we islegleri barada doly maglumatlar alýar hem olaryň hemmesini öz harytlarynda, hyzmatlarynda hasaba alýar. Meselem, öz alyjylary bilen aragatnaşygy berkitmek üçin *Saturn*

kompaniýasy ilki bilen 1994-nji ýylyň tomsunda, soňra 1999-njy ýylda awtomobilleriň eýelerini Saturn Homecoming atly çärä çagyrdy, ony Tennessi şatynda geçirdi. Iki günlük çäräniň içine maşgala agşamlar, kompaniýanyň zawodlaryna ekskursiýalar, tomaşalar we sport ýaryşlar girdi, bularyň hemmesiniň maksady bolup ynam atmosferasyna we bir komanda ýaly ruhy terbiýelemeklik boldy. Soňky baýramçylyga 60 müň adam gelipdir, oňa Alýaska we Taýwan ýaly daş ýerlerden hem geldiler; 150 müň awtomobilleriň eýeleri bu baýramçylygy öz ulaglaryny satyn alan dükanlarynda belläpdirler.

Üçünji ugur maliýe durmuş peýdalara gurluş aragatnaşyklary goşmaklykda durýar. Meselem, işewürlük bilen meşgullanýan islendik kärhana öz sarp edijilerini ýörite abzallar we kompýuter aragatnaşyklary bilen üpjün edip bilýär, munuň özi öz sargytlaryny we töleglerini ýa-da maddy-enjamy gorlary dolandyrmaga kömek edýär. Meselem, *Mc Kesson* korporasiýasy, derman serişdeleriň lomaý satyjylarynyň arasynda öňdebaryjy bolup, kiçi bölek-satuw dermanhanalara öz maddy-enjamy gorlaryny we sargytlaryň gelşini dolandyrmaga we söwda zallarynda harytlaryň hereketine gözegçilik etmäge kömek etmek üçin maglumatlar elektron çalşygynyň ulgamyny döretmäge millionlarça amerikan dollary sarp etdi. *FedEx* firmasy öz sarp edijileri bäsdeşä meselem, *UPS* kompaniýa geçmez ýaly **Web**-salgylanmalary hödürleýär. Onuň sarp edijileri **Web**-sahypany ulanyp, *FedEx* firmasynyň başga kompýuterleri bilen aragatnaşyk, *FedEx*-ň üpjün edýän harytlarynyň üpjün edilişi barada gürlleşip bilýärler we harytlaryň ýagdaýyny barlap bilýärler.

Gatnaşyklaryň marketingi diýmek, marketing boýunça hünärmenler diňe bir öz harytlaryny dolandyrmakda jemlenmeli däl-de, eýsem, öz sarp edijilerini dolandyrmakda jemlenmelidir. Şol wagt hem her bir sarp ediji bilen aragatnaşyklary ýola goýmak hökman däl. Aslyýetinde, her bir kärhananyň islenilmeýän sarp edijileri bar. Ahyrsoňy, kärhana üçin peýdaly sarp edijileri özüne çekmäge, saklamaga we ýetişdirmäge marketing gönükdirilendir. Şeýlelikde, sarp ediji üçin öz harytlarynyň ýa-da hyzmatlarynyň gymmatyna gözegçilik etmekden başga, kärhana özi üçin her bir takyk sarp edijiniň gymmatyna hemişe gözegçilik etmelidir. Özi üçin peýdaly

sarp edijileri kesgitländen soňra, kärhana hakykatdan harytlarynyň we hyzmatlarynyň özüne çekiji we takyk tekliplerini işläp taýýarlap bilýär, olar bolsa uzak wagtlaş şu alyjylary kärhanada saklap bilerler. Girdejili däl alyjylar bilen kärhana nähili işlemeli? Eger-de kärhana olary girdejili alyjlara öwürüp bilmese, onda olar bilen aragatnaşyklary saklamaga çykdaýylar netijede alnan girdejä görä ýokary bolar.

### ***Sarp edijilik gymmatyny hödürlemek we kanagatlanmagyň laýyk derejesini üpjün etmek***

Marketing boýunça hünärmenler ýekelikde işläp harydyň ýa-da hyzmatyň iň ýokary gymmatyny üpjün edip bilmeýärler we ony doly kanagatlandyrmagyna ýetirip bilmeýärler.

Marketing şu hadysada baş orny eýeleýän bolsa-da, sarp edijileri özüne çekmek, saklamak we yetiştirmek işinde ol diňe çylşyrymly ulgamyň bir zwenosydyr. Aragatnaşyklaryň marketingi şulary talap edýär, ýagny marketing boýunça hünärmenler kärhananyň başga bölümleri bilen ysnyşykly işläp, sarp edijä hyzmat etmek üçin gymmatlyklaryň netijeli zynjyryny emele getirmelidir. Mundan başga-da, kärhana marketing ulgamy boýunça öz hyzmatdaşlar bilen netijeli hyzmatdaşlyk şowlulygyna ýetip bilýär, munuň özi sarp edijilik gymmatyny hödürlemegiň kadaly ulgamyny emele getirmäge mümkinçilik berýär.

### ***Kärhananyň gymmatynyň zynjyry***

Kärhananyň her bir bölümüne gymmatlylygy döretmegiň zynjyrynda zwenó ýaly seredip bolýar. Başgaça aýdanymyzda her bir bölüm islendik tapgyrda: işläp taýýarlamaklyk tapgyrynda, önümçilik, satuw, eltip bermeklik ýa-da mahabat goldawy we kärhananyň harytlaryny herekete getirmek tapgyrlarynda gymmatlygy döretmäge gönükdirilen goşandyny goşýar. Kärhananyň şowlulygy her bir bölümiň öz işini gowy ýerine ýetirýändigine bagly bolman, eýsem, hemme bölümleriň işiniň sazlaşyklygyna baglydyr. Meselem, *Ritz-Carlton* myhmanhana torunyň esasy şygary bolup «hakykatdan ýatdan çykmajak duýgulary» öz kreýine ýaşaýan adamlar (myhmanlar) üçin üpjün etmek diýip ýaňlanýar. Marketing boýunça hünärmenler bolsa şu kompaniýanyň gymmatynyň zynjyrynyň örän wajyp zwenosy bolup çykyş edýärler. Olar müşderileriň zerurlyklaryny we isleglerini

öwrenýärler, olary doly kanagatlandyrmak üçin maksatnamalary işläp taýýarlaýarlar, kompaniýanyň hyzmatlary barada we onuň myhmanhanalarynyň ýerleşşi barada adamlara maglumat bermek üçin mahabat kompaniýalary geçirýärler, onuň hyzmatlarynyň gymmatyny döretmäge we ýokarlandyrmaga gönükdirilen başga işleri hem amala aşyrýarlar.

Ýöne «hakykatdan ýatdan çykajak duýgulary» döretmek üçin kompaniýanyň başga-da bölümleri hem netijeli işlemelidir. Meselem, *Ritz-Carlton* myhmanhanalaryň servis gulluklary myhmanhanalarda hemme zat gowy görner ýaly we işler gowy gidip durar ýaly gözegçilik edýärler hem şeýlelikde, arassaçylyga, hyzmata şeýle-de rahatlyga degişlilikde, myhmanlaryň isleglerine standartlara laýyk edýärler. Işgärler bölümi müşderileriň pikirlerini gyzyklandyran işgärleri işe almaga dyrjaşýarlar, myhmanlaryň iň kiçi hem isleglerini ýüze çykarmaga hem olary maksimal anyk ýerine ýetirmäge öwredýärler we taýýarlaýarlar. *Ritz-Carlton*-yň işgärleri myhmanlara şahsyýetlere garaýyşlary ýaly garaýarlar. Mümkün boldugyça olar müşderileriň atlaryny ýatda saklamaga we her haýsysyny hoşniýetli garşylamaga dyrjaşýarlar. Ahyrsoňy, maglumat bölümünde myhmanlar barada uly maglumatlar binýady bar, onda 500 müň müşderileriň islegleri we ileri tutmalary barada maglumatlar bar, ol dünýäniň islendik künjeginde *Ritz-Carlton*-yň myhmanhanasynda elýeterdir. Bu kompaniýa hem şuňa düşünyär, ýagny San-Fransisko-da *Ritz* otelinde ýerleşen hemişelik müşderi, takyk häsiýetli otagy ileri tutup, birnäçe aýdan Atlanta gelip, şular ýaly häsiýetli otaga ýerleşse, hakykatdan täsin galar.

Kärhananyň gymmatlyklar zynjyrynda iň gowşak zwenosy näçe netijeli bolsa, şonça-da bahasy netijelidir. Bu ýagdaýda şowlulyk şuňa baglydyr, ýagny sarp edijiler üçin harydyň ýa-da hyzmatyň gymmatlylygyny ýokarlandyrmak boýunça her bir bölüme öz işini nähili ýerine ýetirýär we hemme bölümleriň işi nähili derejede sazlaşyklygyna baglydyr. Meselem, *Ritz* myhmanhanalaryň işgärleri gowy bolmasa ýa-da dürli görkezijiler boýunça otaglar gowy taýyn bolmasa, onda marketing boýunça hünärmenler öz müşderilerine



«hakykatdan ýatdan çykmaajak duýgulary» diýen wadany ýerine ýetirip bilmezler.

### ***Sarp edijilik gymmatyny hödürlemegiň ulgamy***

Bäsdeşlik artykmaçlyklaryň gözleginde kärhanalar diňe öz gymmatlyklar zynjyry barada pikir etmän, eýsem, umuman sarp edijilik gymmatyny hödürlemegiň ulgamy barada-da pikir etmelidir. Meselem, *McDonald's* kompaniýasyna seredip geçeliň. Adamlar *McDonald's*-ň restoranlaryna (bütin dünýäde olaryň sany 32 müň) diňe olarda berilýän gamburgerler üçin barmaýarlar. Hakykatdan, ABŞ-nyň sarp edijileriniň umumymilli soraglaryň netijeleri boýunça *McDonald's* islegli ileri tutmalar boýunça *Burger King* we *Wendy's*-den soňra üçünji orny eýeleýär. Şonda-da, *McDonald's* ABŞ-da tiz ýmitleniş bazarynyň 16%-ni we burgerleriň satuwy boýunça bazar böleginiň 40%-ni eýeleýär. Köp adamlar bu toruň restoranlaryna diňe tagamly nygmatlar üçin barmaýar. Bütin dünýäde *McDonald's*-ň gowy işleýän ulgamy *QSCV* (quality, service, cleanliness, value), ýagny hil, hyzmat, arassaçylyk we gymmatlylyk atly standart boýunça işleýär. *McDonald's*-ň netijeliligi françaýziler bilen, üpjün edijiler we başga hyzmatdaşlar bilen hyzmatdaşlygynyň netijeliligine baglydyr, olar ýokary sarp edijilik gymmatlylygy üpjün etmäge mümkinçilik berýärler.

Häzirki wagtda kärhanalaryň köpüsi üpjün ediş zynjyrynyň başga zwenolar bilen hyzmatdaşlyk gatnaşyklaryna girýärler, munuň özi gymmatlylygy hödürlemegiň ulgamynyň netijeliligini ýokarlandyrmaga mümkinçilik berýär. Meselem, *Honda* öz harajatlaryny azaltmak üçin we üpjün edilýän şaýlarynyň hilini ýokarlandyrmak üçin üpjün edijiler bilen ýakyn hyzmatdaşlyk maksatnamasyny işläp taýýarlady. Haçanda *Honda* kompaniýasy *Donnelly* kompaniýasyny ABŞ-da öndürilýän awtomobilleriň hemme modellerine aýnalaryň üpjün edijisi hökmünde saýlanda, ol *Donnelly* zawodyna öz inženerlerini iberip, olara önümiň hilini we önümçilik hadysasynyň netijeliligini ýokarlandyrmaga usulyny tapmaga tabşyrypdyr. Onuň özi *Donnelly* kompaniýasyna hyzmatdaşlygyň ilkinji ýylynda öz harajatlaryny 2%-den 1%-e çenli peseltmäge kömek etdi. Netijede, 10 ýylyň içinde *Donnelly*-ň aýnalarynyň satuwy

*Honda* kompaniýasyna ýylda 5-den 60 mln amerikan dollara çenli ösüpdür. *Honda* bolsa öz awtomobilleri üçin ýokary hilli we arzan şaýlaryň netijeli üpjün edijisini tapypdyr. Şeýlelikde, *Honda* bilen *Donnelly* kompaniýalaryň şowly hyzmatdaşlygy üçin *Honda* awtomobilleriň alyjylary has ýokary hilli we arzan awtomobiller görnüşde harydyň has ýokary gymmaty bilen üpjün boldular.

Häzirki zaman bazarynda diňe iki kärhana özara bäsleşýän ýagdaýlara seýrek duş gelyär. Köplenç, öz içine birnäçe dürli hyzmatdaş-kärhanalary alýan sarp edijilik gymmatlylygy hödürleýän ulgamlaryň arasynda bäsdeşlik ýüze çykýar. Şeýlelikde, awtomobilleriň başga uly öndürijileri, meselem, *Toyota* bilen deňşdirilende *Honda* kompaniýasynyň netijeliligi sarp edijilik gymmatynyň haýsy ulgamy umuman has bütew we ygtybarlylygyna baglydyr. Diýmek, häzirki wagtda aýratyn kärhanalar däl-de, bütin marketing ulgamlar bäsleşýärler.

### ***Umumy hiliň marketingi***

Sarp edijiler bilen aragatnaşyklar we kärhananyň girdejililigi onuň hödürleýän harytlaryň hem hyzmatlaryň hili bilen berk baglanyşykly. Harydyň ýa-da hyzmatlaryň has ýokary hili alyjynyň kanagatlanmagyny üpjün edip, harajatlary peseltmäge we ýokary nyrlary bellemäge mümkinçilik berýär. Şeýlelikde, hili ýokarlandyrmagyň maksatnamalary, düzgün bolşy ýaly, girdejililigi ýokarlandyrmaga ýardam berýär we häzirki ýolbaşçylar ony häzirki zaman işewürligiň iň wajyp meseleleriň biri diýip hasaplaýarlar.

Ýaponiýa – umumymilli möçberde ýokary hil üçin Edward Deming atly baýraga eýe bolan ilkinji ýurtdur, bu baýrak amerikan alym-statistik mynasybetli atlandyryldy, ol ikinji jahan urşy ýyllaryndan soňra işewürlükde hiliň wajyp orny tutýandygyny ýaponlylara ynandyrdy. Ýaponlylaryň hiliň zyndaky ýörüşi hakyky dabara boldy. Bütin dünýäniň sarp edijileri ýapon öndürijileriň ýokary hilli harytlaryny satyn almaga topuldylar, amerikan we ýewropa ýurtlar bolsa yzda galdylar. Soňky ýyllar ýöne günbatar firmalar bu aralygy azaltmaga dyrjaşyp, hili ýokarlandyrmagyň öz maksatnamalaryny işläp taýýarlamak we amala aşyrmak bilen meşgullandylar, olaryň maksady hem global möçberde, hem öz bazarlarynda ýaponlylary ýeňip üstün çykmakdy.

1980-nji ýyllaryň ortasynda *ABŞ* hil üçin öz döwlet baýragyny – Malkolm Boldrijiň ýokary hil üçin baýragyny girizipdirler (Malcolm Baldrige National Quality Award), ol amerikan kompaniýalaryny öz önümleriniň hilini ýokarlandyrmak boýunça tagallalaryny höweslendirýärdi. Yzda galmajak bolup Ýewropa 1983-nji ýylda hil üçin öz ýewropa baýragyny (European Quality Award) girizipdir. Ýewropada birnäçe berk hil standartlary ISO 9000 işläp taýýarlanypdyr. Eger-de Boldrij we başga-da ýokarda görkezilen baýraklar az takyk görkezijileriň esasynda, meselem, sarp edijileri kanagatlandyrmagyň derejesi we hemişelik kämilleşmegiň usullaryny girizmek boýunça üstünlükleriň esasynda berilýän bolsa, ISO 9000 – hili dolandyrmak we hil kepilleriň hödürlemek boýunça takyk halkara standartlaryň toplumydyr. 74 sany ýurt ISO 9000 hili üpjün etmegiň ulgamlary üçin halkara standart ýaly resmi taýdan ykrar etdiler. Bu ýurtlardaky köp kärhanalar täze satyjy ýa-da üpjün ediji bilen hyzmatdaşlygy başlamazdan öň ISO sertifikatyny hödürlemegini talap edýärler. Şular ýaly sertifikaty almak üçin kärhanalar her 6 aýdan öz öndürýän harytlaryny (hyzmatlaryny) ýörite barlaglardan geçirmeli, olary ISO-nyň (International Standards Organization – Standartlar boýunça Halkara Gurama) resmi bilermenleri amala aşyrýar. Şeýlelikde, şu gün toplumlaýyn hili üpjün etmegiň meselesi hakykatdan global häsiýetlidir.

«Türkmenstandartlary» Baş Döwlet Gullugy tarapyndan dokma toplumynyň, himiýa we nebiti gaýtadan işleýän senagatyň ýerli kärhanalarynda bütin dünýäde ykrar edilen ISO 9000 seriýasynyň halkara standartlaryna laýyk hil ulgamyny girizmek boýunça işler gurnalandyr. Standartlaşdyrmagyň daşary ýurt guramalary bilen köptaraplaýyn we ikitaraplaýyn ylalaşyklaryň netijesinde Türkmenistanyň laýyklyk sertifikaty 13 döwletde ykrar edildi. Şeýlelikde, türkmen haryt öndürijileri we işewürleri wagty hem-de serişdeleri tygşytlamaga mümkinçilik aldylar, sebäbi olaryň önümleri hil taýdan ikinji gezek barlanylmaýar.

Häzirki wagtda köp alyjylar orta hilli harytlar ýa-da hyzmatlar bilen ylalaşasy gelenok. Eger-de kärhana sarp edijilere ýetmekden aradan çykmadyk bolsa, sebäbi islendik kärhananyň maksady – girdeji almak bolup durýar, onda ol hil konsepsiýasyny (garaýyşlaryň

ulgamyny) kabul etmeli bolýar. Hil näme? Dürli bilermenler dürli kesgitlemeleri berýärler: «ulanmak üçin ýaramlylyk», «edilýän talaplara laýyklyk» we «ýetmezçilikleriň ýoklugy». Hile gözegçiligiň Amerikan jemgyýeti (American Society for Quality) hil – harydyň ýa-da hyzmatyň aýratynlyklarynyň we häsiýetleriniň jemi bolup, olar sarp edijiniň göni ýa-da gytaklaýyn zerurlyklaryny kanagatlandyrylmagyny üpjün edýärler diýip kesgitleme berýär. Görşümüz ýaly, bu kesgitleme sarp edijä gönükdirilen. Oňa laýyklykda, kärhananyň harydy ýa-da hyzmaty sarp edijileriň zerurlyklaryna, isleglerine we tamalaryna laýyk bolsa, onda şol kärhana hil boýunça öz borçlaryny ýerine ýetirýär.

Ýerine ýetirilişiniň hili we laýyklyk hiliniň arasyndaky tapawudyna düşünmeklik wajypdyr. Ýerine ýetirilişiniň hili – dereje bolup, onda haryt öz funksiýalaryny ýerine ýetirýär. Meselem, *Mersedes Honda* görä ýerine ýetirilişiniň has ýokary hilini üpjün edýär. *Mersedes* ulaglary gowy dolandyrylýar, uzak işleýär we has bir boluşly ýöreýär. Şoňa laýyklykda, olar has gymmat we ýokary talaply has gurply sarp edijileriň bazaryna gönükdirilen. Laýyklyk hili – harytlarda we hyzmatlarda şikesleriň ýoklugyna we ýerine ýetirilişiniň bellibir derejesine harydyň laýyk bolýan hemişeligine degişlidir. Şeýlelikde, *Mersedes* we *Honda* kompaniýalary her haýsýsý öz bazarlarynda laýyklygyň meňzeş hilli harytlaryny hödürleýäris diýip aýdyp bilýärler, sebäbi olaryň her haýsýsý öz bazarlaryna sarp edijileriň garaşýan harytlaryny hödürleýärler. 50 müň amerikan dollarlyk bahaly ulag öz sarp edijileriniň hemme talaplaryny, 18 müň amerikan dollarlyk ulag bolsa – öz sarp edijileriniň hemme talaplaryny kanagatlandyrýar, hem birinji, hem ikinji ýagdaýlarda – bu ulaglaryň hili talaba laýykdyr. Ýöne, eger-de *Mersedes* awtomobilini dolandyrmaga çylşyrymly bolsa, *Honda Civic* hem örän köp benzini sarp etse, onda bu ulaglaryň ikisi hem hiliň talap edilýän derejesini hödürlemezler we şoňa laýyklykda, sarp edijini kanagatlandyryp bilmezler.

1980-nji ýyllarda korporasiýalaryň ünsüni hili umumy dolandyrmak (*TQM* – Total Quality Management) konsepsiýa çekdi. Ýöne köp kärhanalar *TQM*-ň manysyny däl-de diňe adalgasyny kabul etdiler, käbirleri *TQM*-i hemme kesellere melhem ýaly hasaplaýardylar. Başgalar bolsa *TQM*-ň takyk ýörelgelerinde jem-

lenip, netijede, onuň maksady sarp edijileri kanagatlandyrmakda we olara sarp edijilik gymmatyny hödürlemekde durýandygyny ýatdan çykardylar. Netijede, 1980-nji ýyllarda *TQM*-ň köp maksatnamalary ugruna bolman, kärhanalaryň ýaramaz gaýtargysyny çagyrdy. Ýöne, eger-de toplumlaýyn hiliň ýörelgeleri sarp edijini kanagatlandyrmak baglanyşygynda ulanylsalar, onda olar kärhanalar üçin şowlulyga ýetmegiň hökmany şerti bolup galarlar. Häzirki wagtda köp firmalar hili umumy dolandyrmak düşüňjani ulanmaýarlar, ýöne öňde baryjy kärhanalaryň köpüsi üçin sarp edijiniň zerurlyklaryna gabat gelýän hili üpjün etmeklik işewürligiň esasy meselesi bolup galýar. Häzirki zaman kärhanalar hile maýalaryň girdejililigi diýen täze düşüňjani ulanýarlar (Return on Quality – ROQ) we sarp edijileriň isleg bildirýän hiline öz hödürleýän harytlarynyň hili laýyk bolar ýaly mümkin bolan işleri ýerine ýetirýärler. Şular ýaly hil, öz nobatynda, satuwyň göwrüminiň we şeýlelikde, girdejiniň ýokarlanmagyna ýardam edýär.

Umumy hil – sarp edijilik gymmatyny döretmäge, sarp edijileri kanagatlandyrmaga we olary saklamaga açardyr. Edil marketing ýaly, umumy hili üpjün etmeklik – guramanyň her bir işgärleriniň meselesidir.

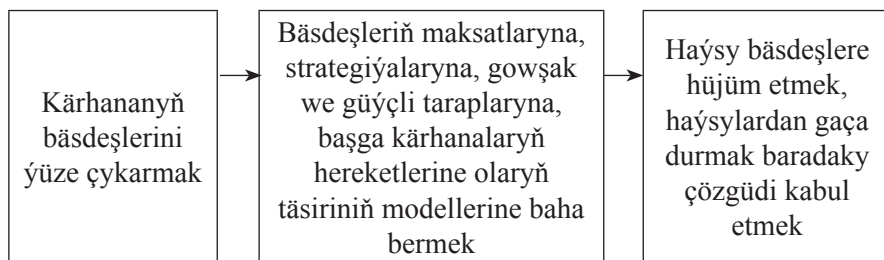
Marketing boýunça hünärmenler maksatly sarp edijilere nähili hilli harytlaryň zerurdygyny kärhana kesgitlemäge kömek edip, wajyp orny eýeleýärler. Ilki bilen marketing boýunça hünärmenler sarp edijileriň isleglerini we talaplaryny ýüze çykarmakda hem olaryň tamalaryny harytlary işläp taýýarlaýan hünärmenler anyk teswirlemegine jogap berýärler. Olar strategiýalary we maksatnamalary işläp taýýarlanlarynda gatnaşyp, bazarda umumy hile zerarly kärhananyň ýeňşini üpjün ederler. Marketing boýunça hünärmenler sarp edijileriň hukuklaryny gorap, olaryň hossary bolup, kärhananyň harytlarynyň ýa-da hyzmatlarynyň hemme şikesleri barada açyk aýtmalydyr. Mundan başga-da, marketing diňe önümiň hilini üpjün etmäge gönükdirilmän, marketingiň hilini ýokarlandyrmaga gönükdirilen bolmaly. Ol öz hemme funksiýalaryny – marketing derňewleri, satuwy alyp barmaga okatmaga, sarp edijilere hyzmat etmekligi we başgalary hiliň ýokary standartlaryna laýyklykda netijeli ýerine ýetirmelidir.

## 9.2. Marketingiň bäsdeşlik strategiýalary

Häzirki wagtda kärhananyň şowlulygy üçin öz sarp edijiniň isleglerini bilmeklik örän wajyp, ýöne ýeterlik däl. Marketing konsepsiyasyna laýyklykda kärhanalar bäsdeşlere görä öz maksatly sarp edijilerini gowy kanagatlandyryp, bäsdeşlikde üstünlikli netije gazanyp bilerler. Şeýlelikde, marketing strategiýalary maksatly sarp edijileriň diňe zerurlyklaryny hasaba alman, eýsem bäsdeşleriň strategiýalaryny hem hasaba almalydyr. Ilki bilen, bäsdeşleri seljermeli, ýagny esasy bäsdeşleri ýüze çykarmaly we olara baha bermeli. Soňra bäsdeşler bilen deňşdireniňde has güýçli oruna ýetmäge we oňa uly bäsdeşlik artykmaçlyklary bermäge mümkinçilik berýän marketingiň bäsdeşlik strategiýalaryny işläp taýýarlamalydyr.

### ***Bäsdeşleri seljermek***

Marketing netijeli bäsdeşlik strategiýalaryny işläp taýýarlamak üçin, kärhana öz bäsdeşleri barada maksimal köp zatlary bilmelidir. Ol öz harytlaryny, ýaýradyş ýollary we herekete getirmegiň usullaryny bäsdeşleriň marketing toplumynyň laýyk elementleri bilen hemişe deňşdirmelidir, munuň özi oňa bäsdeşleriň bolup biljek artykmaçlyklaryny we ýetmezçiliklerini ýüze çykarmaga mümkinçilik berer. Bäsdeş seljerişi öz içine esasy bäsdeşleri, olaryň maksatlaryny, strategiýalaryny, gowşak we güýçli taraplaryny ýüze çykarmaklyk we özüni alyp barmagyň modelini (nusgany) saýlamagy öz içine alýar (17-nji surat).



17-nji surat. Bäsdeşleri seljermegiň tapgyrlary

### ***Bäsdeşleri ýüze çykarmak***

Düzgün bolşy ýaly, bäsdeşleri ýüze çykarmak – ýönekeý mesele. Gysgaça aýdylanda kärhana öz bäsdeşleri barada onuň harytlaryna ýa-da hyzmatlaryna meňzeş harytlary ýa-da hyzmatlary şol bir sarp ediljilere deňşdirilýän nyrhlar boýunça hödürleýän kärhanalary hasaplaýar. Meselem, *Coca-Cola* öz esasy bäsdeşi *Budweiser* ýa-da *KoolAid* kompaniýalary däl-de, *Pepsi* kompaniýany hasap edip bilýär. *Buick* öz esasy bäsdeşi edip *Mercedes* ýa-da *Hyundai* kompaniýalary däl-de, *Ford* kompaniýany hasap edip bilýär.

Ýöne hakykatdan kärhanalarda örän köp bäsdeş bolýar. Köplenç, kärhanalar öz harytlaryna meňzeş ýa-da şol toparyň harytlaryny öndürýän kärhanalary bäsdeş ýaly hasaplaýarlar. Şular ýaly ýagdaýda *Buick* öz bäsdeşleri diýip awtomobilleri öndürýän hemme kärhanalary hasap eder.

Kärhanalar bäsdeşlerine baha berenlerinde «şowalykdan» gaçmalydyr. Kärhanany görnüp duran bäsdeş däl-de, gizlin ýüze çykmaýan bäsdeş «yok edip bilýändigini» ýatdan çykarmaly däl. Meselem, ýuwujy serişdeleriň bazarynda *Unilever* kompaniýasy *Procter&Gamble* we başga-da ýuwujy tozlary öndürijiler tarapyndan bäsdeşligiň güýçlenmegi bilen aladaly bolýar. Ýöne in uly howpy *Unilever* üçin ultrases ýuwujy maşyny döretmek üçin derňewler döredýär, sebäbi şular ýaly kämilleşen model tozuň az mukdary bilen ýuwup bilýär. Ýuwujy tozlaryň öndürijisi üçin tozsuz kiri ýuwmaga pikirden erbet pikir ýokdur.

Edil şular ýaly *Britannica* ensiklopediýasy öz esasy bäsdeşleri diýip çap edilýän ensiklopediýalaryň başga neşirleri hasap edýär, ol öz önümlerini 2200 amerikan dollardan hödürleýär. Ol *Microsoft Encarta* ensiklopediýadan aý sapak aldy, ýagny *Microsoft Encarta* ensiklopediýalaryny CD-ROM-da göýberip, ony bazara çykaryp 50 amerikan dollardan hödürledi. Umuman aýdanymyzda, adamlaryň köpüsi *Britannica* ensiklopediýasyny maglumatlaryň göwrümi üçin däl-de, ýöne ýanynda laýyk gelýän maglumat kitapçasyny saklalary gelýärdi. *Microsoft Encarta*-nyň mazmuny has baý bolmasada, şol talaby doly kanagatlandyrdy. *Britannica* öz ensiklopediýasynyň elektron görnüşini çykarýança, onuň satuwy 50% azaldy. Şeýlelikde, *Britannica* firmasynyň hakyky bäsdeşi kompýuter bolup çykdy.

### ***Bäsdeşlere baha bermek***

Esasy bäsdeşleri ýüze çykaryp marketing boýunça hünärmenler önünde şeýle soraglary goýýarlar. Bazarda her bir bäsdeş nämä ýetjek bolýar? Her bir bäsdeşiň strategiýasy nähili? Kärhananyň bäsdeşleriniň güýçli we gowşak taraplary nähili? Kärhananyň bolup biljek hereketlerine olaryň her haýsýsy nähili täsir ederler?

Bäsdeşler dürli maksatlary göz önünde tutýarlar. Kärhana bäsdeşleriň häzirki girdeжилiligini, bazaryň paýynyň ösüş depginlerini, nagt pullaryň akymynyň hereketiniň güýçli depginligini we ugruny, tilsimat öňdebaryjylygy hem hyzmat edilişiniň derejesiniň görkezijileri boýunça bäsdeşleriň ymtlyşyny ýüze çykarmaga wajypdyr. Bäsdeşiň maksatlaryny bilip, kärhana onuň şu ýagdaýdan kanagatlananmy we öz bäsdeşleriniň islendik hereketlerine ol nähili täsiri etjekdigini kesgitlemäge mümkinçiligi bar. Kärhana bazaryň dürli böleklerine gatnaşyk boýunça bäsdeşiň maksatlaryna gözegçilik etmelidir. Eger-de bazaryň täze bölegini bäsdeşiň açandygyny kärhana bilse, ol hem täze mümkinçilikleri ulanyp bilýär. Eger-de kärhananyň bazarynyň böleklerine bäsdeşiň girjek bolýandygy belli bolsa, ol mümkin howp barada habarly bolup, oňa taýarlanyp biler.

Iki kärhananyň strategiýalarynyň meňzeşligi näçe uly bolsa, şonça-da olar öz arasynda köp bäsleşýärler. Pudaklarda kärhanalary olaryň ulanýan bäsdeşlik strategiýalarynyň esasynda toparlara bölüp bolýar. Meselem, durmuş tehnikanyň önümçiliginde *General Electric*, *Whirlpool* we *Maytag* kompaniýalary bir strategiki topara degişli. Olaryň her haýsýsy ortaça nyrhlar boýunça birnäçe durmuş elektroenjamlaryny öndürýär we olara gowy hyzmat edilişini üpjün edýär. Başga tarapdan, *Sub Zero* we *KitchenAid* ýaly kompaniýalar başga strategiki topara degişli. Olar has ýokary hilli durmuş tehnikasynyň az görnüşini hödürläp, hyzmat edilişiniň has ýokary derejesini üpjün edýärler we has ýokary nyrlary belleýärler.

Kärhanalary strategiki toparlara bölmeklik zerarly örän gymmat maglumatlary alyp bolýar. Meselem, derňewleriň netijesinde, kärhananyň islendik topara düşendigi barada ýüze çykarylsa, şol toparyň başga agzalary onuň esasy bäsdeşleri ýaly hasaplanar. Şeýlelikde, pudakda kärhananyň strategiki topary haýsý talaplar boýunça



kesgitlenyändigini gowy derňemelidir. Ol her bir öz bäsdeşiniň öndürýän harydynyň hili aýratynlyklary we assortimenti barada hemme zat bilmelidir. Ol müşderilere hyzmat edilýän derejesi, nyrh syýasaty, harytlary ýaýratmagyň usullary we satuwy alyp barmagyň strategiýalary, mahabatyň we satuwy höweslendirmegiň maksatnamalary barada bilmelidir. Mundan başga-da, ol her bir bäsdeşiň geçirýän derňewlerini we oýlap tapyjylyk işlerini gowy öwrenmelidir, harytlaryň hem hyzmatlaryň önümçilik hadysalary, satyn alşy maliýeleşdirmegi we işleriniň başga ugurlaryny seljermelidir.

Biziň bäsdeşlerimiz nämä ukyply diýen wajyp soraga jogap tapmak üçin marketing boýunça hünärmenler olaryň güýçli we gowşak taraplaryna gowy baha bermelidir. Kärhanalar öz bäsdeşleriniň gowşak hem güýçli taraplary barada ikinji derejeli maglumatlardan, öz şahsy tejribesinden we gep-gürrüňlerden bilýärler. Olar sarp edijiler, üpjün edijiler ýa-da diller bilen sowal-jogap alşyp öz marketing derňewlerini geçirip bilýärler. Mundan başga-da, olar bençmarkingi geçirip bilýärler, ýagny harytlaryň hilini we kärhananyň işiniň netijeliligini ýokarlandyrmagyň ýollaryny gözleginde öz harytlaryny hem önümçilik hadysalaryny öz bäsdeşleriniň ýa-da başga pudaklarda öňdebaryjy kärhanalaryň harytlary şeýle-de önümçilik hadysalary bilen deňeşdirip bilýärler. Bençmarketing häzirkî zaman kärhanalaryň bäsdeşlige ukyplylygyny ýokarlandyrmagyň güýçli guraly boldy.

Bäsdeşleriň edip biljek hereketlerini kärhana ýüze çykarmalydyr. Bäsdeşleriň maksatlary, strategiýalary, gowşak we güýçli taraplary bilelikde bellibir derejede nyrlaryň peseldilmegi, mahabat işjeňliginiň ýokarlanmagy ýa-da bazara täze harytlaryň çykarylmagy ýaly hereketleriň kärhana özüni alyp barmaklygy hem bolup biljek täsirini çaklama etmäge mümkinçilik berýär. Eger-de marketing boýunça hünärmenler bäsdeş kärhananyň hereketlerini ýa-da täsirini öňünden biljek bolsalar, olar öz garşydaşlaryň filosofiýasyny düşünmegine dyrjaşmalydyr.

Hemme bäsdeşler özlerini dürli alyp barýarlar. Meselem, käbirler öz bäsdeşiniň hereketlerine işjeň we tiz täsir etmeyärler. Muny köp sebäpler bilen düşündirip bolýar. Meselem, olar öz alyjylarynyň bildirýän islegini ýa-da bu hereketleri derrew görüp

bilýärler. Olaryň şol wagtda hüjümi yzyna serpidirmäge mümkin ýeterlik serişdeleri bolmaz. Başgalar bolsa takyk hereketlere täsir edip, başga hereketlere üns bermezler. Käbir kärhanalar bolsa islendik hereketlere tiz we işjeň täsir edýärler. Meselem, *Procter&Gamble* kompaniýasy ýuwujy tozlary öndürýän hiç kärhana onuň satuw bazaryna aňsat çykmaga mümkinçilik bermez. Şol sebäpli kärhanalaryň köpüsi *Procter&Gamble* bilen göni bäsdeşlikden gaçýarlar we onuň esasy bähbitleriniň sferasyna degmejek bolýarlar. Olar bu ýagdaýda onuň berk täsir etjekdigini bilýärler.

Käbir pudaklarda kärhanalar odnositel sazlaşykda bilelikde işleýärler, başga pudaklarda kärhanalar hemişelik göreş ýagdaýynda bolýarlar. Esasy bäsdeşleriň bolup biljek täsirini bilip, kärhana hüjümiň ýa-da goragyň has netijeli usullaryny tapýar.

*Haýsy bäsdeşlere hüjüm etmeli, haýsylardan gaçmalydygy barada çözüdi kabul etmek*

Kärhana maksatly sarp edijileri, ýaýradýş ýollary we marketing toplumynyň gurluşyny kesgitläp, öz esasy bäsdeşlerini ýüze çykarýar. Bu çözümleriň esasynda bu kärhana haýsy strategiki toparlara deňişliligi ýüze çykarýar. Indi bolsa kärhananyň dolandyryş işgärleri kärhananyň haýsy öz bäsdeşlerine has berk garşy çykyş etmek barada çözügi kabul etmelidir.

Kärhana bäsdeşleriň bir ýa-da birnäçe toparlaryna jemlenmelidir. Kärhanalaryň köpüsi nyşana hökmünde gowşak bäsdeşleri saýlamaga ileri tutýarlar, sebäbi olar bilen göreş resurslaryň we wagtyň az çykdaýjalaryny talap edýär. Ýöne şular ýaly ýagdaýda netijeler hem azdyr. Ýagdaýy gowulandyrmak üçin kärhana güýçli bäsdeşlere garşy hereket etmelidir. Güýçli bäsdeşleriň hem gowşak taraplary barada olaryň üstündäki ýeňiş uly peýdany getirip bilýär.

Köp kärhanalar daşda duran bäsdeşleri, ýakyn duran bäsdeşlere görä, ýagny olar bilen meňzeşräk işleýän kärhanalary ileri tutýarlar. Meselem, *Chevrolet* kompaniýasy *Lexus*-a görä *Ford* bilen işjeň bäsleşýär. Şol wagt hem kärhana ýakyn bäsdeşi doly ýok etmekden gaçmalydyr. Meselem, 1970-nji ýylyň ahyryna *Boush&Lomb* çeyä galtaşykly linzalaryň başga öndürijilere garşy örän hyjuwly kompaniýany geçirdi, ol onuň doly ýeňşi bilen tamamlady. Ýöne

munuň özi şeýle ýagdaýa getirdi, ýagny gowşak bäsdeşleri *Schering-Plough* we *Johnson&Johnson* ýaly uly kompaniýalar satyn aldylar, şonuň üçin *Boush&Lomb* gös-göni has güýçli bäsdeş bilen ýüzbe-ýüz boldy. Bu ýagdaý birek-birege bellibir derejede täsir etdi. Meselem, *Johnson&Johnson Vistacon* kompaniýany satyn aldy, ol bazarda ýylda 20 mln amerikan dollar satuwy bolan kiçiräk nişany eýeleýärdi. *Johnson&Johnson*-ň maliýe goldawyndan peýdalanyň, kiçi ýöne edermen *Vistacon* özüniň täze bir gezeklik Acuvue linzalaryny işläp taýýarlady we bazara çykardy. 1992-nji ýyla *Vistacon* bir gezeklik linzalary öndürijileriniň arasynda birinji orny eýeläp, ABŞ-da galtaşykly linzalaryň bütin bazarynyň 25%-ni eýeledi, *Boush&Lomb* kompaniýasy bolsa yzda galdy. Görşümüz ýaly, bu ýagdaýda ýakyn bäsdeşiň garşysyna göreşde şowlulyk wagtyň geçmegi bilen has güýçli bäsdeşiň ýüze çykmagyna getirdi.

Islendik kärhana bäsdeşler gerek bolýar, sebäbi olaryň barlygy birnäçe strategiki peýdalary üpjün edýär. Bäsdeşler, köplenç, kärhananyň harytlaryna ýa-da hyzmatlaryna umumy islegi ýokarlandyrmaga kömek edýärler. Olar öz üstüne bazaryň çykdajylarynyň bir bölegini alyp bilýärler, harytlaryň täze görnüşleriniň işläp taýýarlanyşyna gatnaşýarlar we täze tilsimatlaryň girizilmegine ýardam berýärler. Bäsdeşler özüne çekiji bazar böleklerine hyzmat edip bilýärler ýa-da harytlaryň uludan ýöriteleşdirilişine ýardam edip bilýärler. Netijede, olar bileleşip bazar işini kadalaşdyrýan kärdeşler arkalaşygy ýa-da döwlet organlar bilen dürli ylalaşyklar baglaşylanda has güýçli orunlardan ýaly çykyş edip bilýärler. Meselem, kompýuter mikroshemalaryň nyrhalaryny emele getirmekte *Intel*-ň hyjuwly syýasaty *MD* we *3Com* ýaly kiçiräk bäsdeşleri gowşamaga mejbur etdi. Şonda-da *Intel* olary ýok edesi gelenok. Sebäbi ýyrtyjy bäsdeşlik kanuna laýyk däl hereket diýip hasaplanylýar.

Başga tarapdan, hiç bir kärhana hemme bäsdeşlerini peýdaly diýip hasap edip bilmeýär. Her pudakda örän edepli we «ýumrujy» bäsdeşler bar. Örän edepli bäsdeşler pudagyň tertip-düzgüni boýunça işleýärler. «Ýumrujy» bäsdeşler bolsa tertip-düzgüni bozýarlar. Olar bazaryň öz paýyny işläp gazanjak bolman, satyn aljak bolýarlar, köplenç, esassyz töwekgelçilige gidýärler, umuman pudagy

sarsdyrýarlar. Meselem, *American Airlines* awialiniýasy *Delta* we *United* kompaniýalary birek-birege hormat goýmak bilen sylanyşykly, habarly, tertip-düzgün boýunça işleýärler. Haçanda nyrhлары bellänlerinde başga kärhanalaryň nyrhлары bilen ugurdaş goýýarlar. *Continental* we *America West* awialiniýalary «ýumrujy»-lar bolup hasaplanýar, sebäbi olar hemişe ýeňillikler we garaşylmadyk maha-bat kompaniýalar bilen pudagy durnuksyz edýärler. Örän tertip-düzgünli kärhanalar pudakda diňe özleri ýaly bäsdeşleriň bolmagy üçin jan çekýärler. Olar şular ýaly tertip-düzgünli bäsdeşleri goldaýarlar we «ýumrujy» – bäsdeşleri ýigrenýärler. Meselem, käbir analitikler şeýle hasap edýärler, ýagny *American Airlines* wagtal-wagtal ýeňillikleri müşderilere hödürläp, «ýumrujy» – bäsdeşler özüni dogry alyp barmaga ýa-da olary işewürlikden aýyrmaga sapak berýär.

### ***Bäsdeşlik strategiýalary***

Öz esasy bäsdeşlerini ýüze çykarandan we baha berenden soňra kärhana marketingiň bäsdeşlik strategiýalaryny işläp taýýarlamaýy, olaryň kömegi bilen has ýokary sarp edijilik gymmatly harytlary hödürläp, bäsdeşlik artykmaçlygyny alyp bilýär. Kärhana haýsy giň möçberli marketing strategiýalary ulanyp bilýär? Olaryň haýsýsý takyk kärhana onuň aýratyn bölümleri we harytlary üçin laýyk gelýär?

Islendik kärhana laýyk gelýän uniwersal bäsdeşlik strategiýasy ýok. Her bir kärhana pudakda onuň ýagdaýyny, maksatlaryny, mümkinçiliklerini we resurslaryny hasaba alýan haýsy strategiýa gowy işlejekdigini kesgitlemeli. Kärhananyň içinde-de dürli bölümleri ýa-da harytlaryň dürli görnüşleri üçin dürli strategiýalar zerur bolup bilýär. Meselem, *Johnson&Johnson* durnukly bazarlarda özüniň öňdebaryjy markalar bilen işlände bir marketing strategiýany, şahsy gigiyenanyň serişdeleriň kategoriýasynda täze önümler üçin we şu ugur bilen meşgullanýan bölümler üçin – başga marketing strategiýasyny ulanýar.

### ***Esasy bäsdeşlik strategiýalary***

28 ýyl mundan ozal Maýkl Porter dört bäsdeşlik pozisionirlemegiň esasy üç sany utuşly we bir sany utulyşly strategiýalary hödürledi.

Üç sany utuşly strategiýalar şulary öz içine alýar:

– *Harajatlar boýunça hökmany artyklyk.* Bu ýagdaýda kärhana bäsdeşlere görä pes nyrlary bellejek we bazaryň uly paýyny eýelejek bolup önümçiligiň hem ýaýratmagyň minimal harajatlaryna ýetmegiň üstünde tutanýerlik bilen işleýär. Bu strategiýanyň iň belli tarapdarlary hökmünde *Texas Instrument, Dell Computer* we *Wal-Mart* kompaniýalary ýatlap geçip bolýar.

– *Ýöriteleşdiriş.* Bu ýagdaýda kärhana ýokary ýöriteleşdirilen haryt assortimentini we marketing maksatnamasyny döretmekde jemlenýär, şeýlelikde, harytlaryň şu kategoriýasynda pudakda öňdebaryjy bolup çykyş edýär. Sarp edijileriň köpüsi başga markalara görä, ýöne elbetde, onuň nyrhy ýokary bolmasa şu markany ileri tutarlar. *IBM* we *Caterpillar* kompaniýalary maglumat tilsimatlaryň we agyr gurluşyk tehnikanyň sferasynda önümleri we hyzmatlary öndürenlerinde şu strategiýany ulanýarlar.

– *Jemlenmek.* Bu ýagdaýda kärhana bütin bazara hyzmat etmekde däl-de, bazaryň birnäçe böleklerine hyzmat etmekde öz tagallalaryny jemleýär. Meselem, *RitzCarlton* myhmanhanalarynyň torý has peýdaly korporatiw we hususy müşderileriniň 5%-inde jemlendi. *AFG Industries* aýna öndüriji-kärhanasy örän berk we reňkli aýnanyň sarp edijilerinde ilki bilen jemlenýär. Ol 70% aýna mikrotolkunly peçleriň äpişgejikleri üçin we 75% duş otaglaryň gapylary üçin we köçe stoljagazlaryň üstüni ýapmak üçin aýnalary öndürýär.

Ýokarda görkezilen strategiýalaryň birini anyk berjaý edýän kärhanalar, köplenç, gowy netijeleri gazanýarlar; strategiýalaryň birini başgalara görä netijeli ulanýan kärhana, maksimal girdejileri alýar. Eger-de kärhana şu strategiýalaryň hiç haýsysyny ulanmasa, ol, köplenç, şowsuzlyga elter. Meselem, *Sears, Holiday Inn* we *International Harvester* öz wagtynda kyn döwürlerden geçdiler, sebäbi olaryň harytlary ýa-da hyzmatlary özüne düşýän pes gymmaty, ýokary kabul edilýän gymmaty, bazaryň islendik bölegine nogsansyz hyzmat bilen bellenmediler. Bir wagtda hemme strategiki ugurlardan ýetişjek bolýan kärhanalar iň soňunda hiç artyklyga ýetmeýärler.

Marketing boýunça maslahatçylar Maýkl Tresi we Fred Wirsema bäsdeşlik marketing ugurlaryň täze toparlara bölünişini hödürlediler. Olar şeýle hasap edýärler, ýagny kärhana öz sarp edijilerine ýokary

gymmatlygy hödürläp, öz pudagynda öňdebaryjy bolup bilýär. Munuň üçin kärhana üç strategiýadan birini saýlap bilýär, olar gymmatly dersler diýip atlandyrylýar.

– *Funksional artyklyk*. Kärhana öz pudagynda harydyň nyrhy we göwnejaýlygy boýunça öňdebaryjy bolup, ýokary gymmatlygy üpjün edýär. Ol harajatlary peseldip, sarp edijilik gymmatyny hödürlemegiň netijeli ulgamyny döredýär. Ygtybarly we ýokary hilli harytlary hem hyzmatlary zerur bolan sarp edijilerden kärhana garaşýar, ýöne sarp edijilere olary satyn almagy aýratyn tagallasyz şeýle-de pes nyrhlar boýunça satyn alaslary gelýär. Meselem, *Wal-Mart* we *Dell Computer* kompaniýalaryny görkezmek bolar.

– *Sarp edijiler bilen ýakyn gatnaşyklar*. Kärhana bazary gowy bölekläp we maksatly sarp edijileriň zerurlyklaryna takyk edip harytlary we hyzmatlary döredip, ýokary gymmatlygy üpjün edýär. Kärhana sarp edijiler bilen ýakyn gatnaşyklary gurup, olaryň şahsy ileri tutmalar we endikler barada jikme-jik maglumatlary ýygnaý, alyjylaryň seýrek duş gelýän zerurlyklaryny kanagatlandyrmakda ýöriteleşdirilýär. Ol bazary böleklemek we maksatly bazary saýlamak üçin sarp edijiler barada maglumatlaryň örän çuňňur binýadyny döredýär. Onuň marketing boýunça hünärmenleri sarp edijileriň zerurlyklarynyň we islegleriniň üýtgemegine tiz täsir edýär. Mundan başga-da gerek zatlary üçin azajyk galarak tölemäge-de taýýar adamlara hyzmat edýän we sarp edijileriň uzak wagtlaýyn islege ýetmek üçin hem, olar uzak wagtlaýyn gatnaşyklardan uly peýdalary almak üçin hem, hemme şertine taýýardyrlar, meselem *Nordstrom* uniwermaglaryň toruny, geýimleriň we galantereýa harytlaryň satuwy boýunça *Lands'End* bölek satuw söwda toruny hem *Kraft General Foods* azyk giganty görkezmek bolar.

– *Täze harytlar boýunça öňdebaryjy orun*. Kärhana täze harytlaryň ýa-da hyzmatlaryň hemişelik akymyny hödürläp, ýokary sarp edijilik gymmaty üpjün edýär, olar onuň özüniň hyzmatlaryny we bäsdeşleriň köne harytlaryny tiz «çykarýarlar». Olar täze esasy pikirleri işjeň kabul edýärler, meseleleriň täze çözümlerini hemişe gözleýärler, haryt bazara tiz çykar ýaly, onuň işläp taýýarlamagynyň

döwrüniň azalmagynyň üstünde işleýärler. Şular ýaly kärhanalar iň häzirki zaman harytlara we hyzmatlara zerurlyk bildirýän we onuň bahasy barada alada etmeýän, olary satyn almagyň rahatlygyny pikir etmeýän sarp edijilere hyzmat edýär. Meselem, *Intel*, *Motorola* we *Nike* kompaniýalary görkezmek bolar.

Käbir kärhanalar bir wagtda birden köp gymmatly dersleri ulanýarlar. Meselem, *Federal Express* hem funksional artyklygyň, hem sarp edijiler bilen ýakyn gatnaşyklaryň hasabyna utýar. Ýöne bu-lar ýaly mysallar azdyr. Az kärhanalar birnäçe ugurdan gowy netijelere ýetmäge ukyply. Kärhana, düzgün bolşy ýaly, hemme derslerde ýetişjek bolup, birinde-de hiç zada ýetip bilenok. M. Tresi we F. Wirsema öňdebaryjy-kärhanalaryň diňe bir gymmatly dersde jemlenip, şowly işleýändiklerini belläpdirler. Meselem, *Wal-Mart* täze harytlar boýunça öňdebaryjy orna we sarp edijiler bilen ýakyn gatnaşyklara ýetmäge – örän wajypdygyna gowy düşünýär. Başga ýeňillikli söwda edýän bölek-satuw söwda torlar bilen deňeşdireniň-de bu kompaniýa ýokary hilli hyzmat we harytlaryň giň assortimentini hödürleýär. Ýöne ony *Lands'End* we *Nordstrom* bilen deňeşdirseň, olar ilki bilen sarp edijiler bilen ýakyn gatnaşyklar dersini berjýä edýärler, onda *Wal-Mart*-yň hyzmat edişi has pes derejede, harytlaryň assortimenti bolsa az bolýar. *Wal-Mart* ilkinji nobatda funksional artyklygyň, ýagny harytlaryň özüne düşýän gymmatyny peseltmek we «sargyt-eltip bermeklik» hadysasyny tizleşdirmek strategiýasynda jemlenen, munuň özi gerek harytlary iň pes bahalar boýunça mümkinçiligi alyjylara üpjün edýär.

Gymmatly dersler ýörelgesi boýunça bäsdeşlik strategiýalaryň toparlara bölünişi – örän özüne çekiji ideýadyr. Ol harytlaryň we hyzmatlaryň ýokary sarp edijilik gymmatyny üpjün etmäge gönükdirilen marketing strategiýasyny kesgitleýär. Ol guramaçylygyň medeniýetinden başlap we guramaçylyk gurluşy önümçilik ulgamy hem dolandyryş hadysasy bilen gutarýança olaryň saýlan gymmatly dersine işiniň hemme jähtlerini kärhananyň ýolbaşçylygy «itmeliidiginde» esaslanan.

### 9.3. Bäsdeşleriň eýeleýän orunlary (pozisiýalary)

Islendik bazarda bäsleşýän kärhanalar öz arasynda maksatlary we resurslary bilen tapawutlanýarlar. Käbir kärhanalar uly, käbirleri kiçi bolýar. Käbirlerinde resurslar ýeterlik, başgalarda olar örän çäkli bolýar. Birnäçe kärhanalar köne we durnukly, käbirleri bolsa ýaş we täze bolýar. Käbir kärhanalar bazarda öz paýyny tiz köpeltmäge dyrjaşýarlar, başgalar bolsa uzak wagtlaýyn döwürde girdejileri ileri tutýarlar. Şeýlelikde, dürli kärhanalar maksatly bazarda dürli bäsdeşlik orunlary eýeleýärler.

Maksatly bazarda kärhanalaryň ýerine ýetirýän orunlarynda esaslandyrylan bäsdeşlik strategiýalara seretmäge hödürleýäris: bazarda öňdebaryjynyň orny, öňdebaryjylyga dalaşgär, öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy we bazar nişanyna hyzmat edýän kärhana. Her bir pudakda bazaryň öňdebaryjysy bar, ýagny bazaryň iň uly paýyny eýeleýän kärhana. Pudaklaryň köpüsünde öňdebaryjylyga bir-iki sany dalaşgär bar, olar bazardaky öz paýyny köpeltjek bolup gazaply göreşi alyp barýarlar. Öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanalary bazardaky öz paýyny artykmaç hyjuwsyz saklajak bolýarlar, şeýlelikde, pudakda rahatlygy saklaýarlar. Bazar nişasyna hyzmat edýän kärhanalar başga kärhanalar bilen bäsleşmän özüniň kiçiräk bazar böleklerinde işleýärler.

Indi bolsa ýokarda görkezilen rollary ýerine ýetirýän kärhanalaryň ulanýan takyk marketing strategiýalaryna seredip geçeliň. Bu klassifikasiýa umuman bütin kärhana, köplenç, degişli däl, diňe takyk pudakda onuň ornuna degişlidigini ýatdan çykarmaly däl. *IBM, Procter&Gamble, Microsoft* ýa-da *Disney* ýaly uly we diwersifisirlenen kompaniýalar bir pudaklarda öňdebaryjylar bolup bilýärler, başgalarda bolsa bazar nişasyna hyzmat edýärler. Meselem, *Procter&Gamble* köp bazaryň böleklerinde, meselem ýuwujy serişdeleriň, pampersleriň we şampunlaryň bazar böleginde gürrüňsiz öňdebaryjy bolup çykyş edýär, ýöne hajathana sabynynyň satuwy boýunça ol *Lever* bilen, kosmetiki salftkalaryň satuwy boýunça *Kimberly-Clark* bilen bäsleşýär. Şular ýaly kärhanalar bäsdeşlik ýagdaýa baglylykda dürli bölümler ýa-da harytlar üçin dürli strategiýalary ulanýarlar.



### *Bazaryň öndebaryjysynyň strategiýalary*

Pudaklaryň köpüsinde tanymlal öndebaryjy bolýar, ol bazaryň iň uly paýyny eýeleýär we nyrh üýtgemeler, bazara täze harytlary çykarmak hem satuwy höweslendirmäge çykdaýylar boýunça başga kärhanalardan önde barýar. Başga kärhanalar şu kärhana geň galýarlar, sylaýarlar ýa-da şolar ýaly özlerini alyp barماسalar, ahyrsoňy olar onuň bazarda öndebaryjynyň agdyklyk orny bilen ylalaşmaly bolýarlar. Bäsdeşler şol kärhana bilen işjeň göreşýärler, onuň hereketlerine öýkünýärler ýa-da onuň bilen ýüzbe-ýüz bolmajak bolýarlar. Dünýä bazarynda *General Motors* (awtomobiller), *IBM* (kompýuterler we maglumat tehnologiýalar), *Kodak* (fotoharytlar), *Caterpillar* (agyr gurluşyk tehnika), *Coca-Cola* (alkogolsyz içgiler), *Wal-Mart* (bölek-satuw söwdasy), *Subway* (tiz iýmitlenişniň tory), *Gillette* (päkiler we almaz päkiler), *Airbus* (awiagurluşyk) ýaly kompaniýalar iň öndebaryjylarydyr. Awtomobiller pudagy barada aýdanymyzda, *Ford* kompaniýasy 1931-nji ýyla çenli awtomobiller pudagynda öndebaryjylygy eýeleýärdi, *General Motors* kompaniýasy 1931-nji ýyldan 2008-nji ýyla çenli şu pudakda öndebaryjylygy eýeledi, 2008-nji ýylyň başynda *Toyota* kompaniýasy bütin dünýä boýunça şu pudakda öndebaryjy bolmagy başardy. 2011-nji ýylyň 1-nji ýarymynyň netijesi boýunça amerikanlaryň *GM* kompaniýasy ösüşi boýunça 1-nji orna geçipdir, ol awtoulaglaryň 4,536 millionyny ýerlemegi başarypdyr. Geçen döwrüň içinde ulaglaryň 4,12 millionyny ýerläň nemesleriň *Volkswagen* kompaniýasy sanawda 2-nji bolupdyr. Soňky ýyllaryň öndebaryjysy bolan Ýaponiýanyň *Toyota* kompaniýasy söwdasynyň az-kem peselmegi netijesinde 3-nji orna geçmeli bolupdyr, ol 3,71 million autoulagyny satypdyr. Päkiler we almaz päkiler pudagy barada aýdanymyzda *Gillette* kompaniýasy 1901-nji ýylda esaslanyp, şondan bäri alyjylaryň isleglerini öz öndürýän önümleri bilen kanagatlandyryp gelýär. Tiz iýmitlenişniň tory pudagy barada aýdanymyzda 1940-njy ýylda *ABŞ*-nyň Kaliforniýa ştatynyň San-Bernardino şäherinden *Dik* hem-de *Makdonalds* doganlary, esasan, sürüjiler üçin tiz hyzmat ediş 1-nji restoranyny açdylar, häzir bolsa, maýa goýumy 24 milliard amerikan dollara barabar bolan *Mc'Donalds* kompaniýasynda 400 müňe golaý adam zähmet çekýär. Onuň 32 müňden gowrak restoranlar toplumu dünýäniň 118 ýurdunda

halka hyzmat edýär. ABŞ-nyň *Subway* çalt garbanyşhanalar toplумы özüniň esasy bäsdeşi bolan *Mc 'Donalds*-dan dünýädäki restoranlaryň sany boýunça ilkinji gezek öňe geçdi. 2010-njy ýylyň dowamynda *Subway* kompaniýasynyň dünýädäki söwda nokatlarynyň 33 müň 744 sanysy hasaba alnan bolsa, onda *Mc 'Donalds* geçen ýylda söwda nokatlarynyň sany 32 müň 737-ä ýetiripdir. Awiagurluşyk pudagy barada aýdanymyzda Ýewropanyň iň iri awiakonserni bolan *Airbus* 2010-njy ýylyň dowamynda öz uçarlaryna 574 sany sargyt alyp, 530 sargyt bilen 2010-njy ýyly jemlän esasy bäsdeşi amerikanlaryň *Boeing*-ini geçmegi başardy. Fransiýanyň Tuluza şäherinde ýörite gurnalan metbugat ýygnağynda awiakompaniýanyň geçen döwründe 55,6 milliard ýewro möçberinde girdeji alandygy aýdyldy, *Boeing*-iň girdejisi bolsa 37 milliard ýewro deň bolupdyr. 40 ýyllyk taryhy *Airbus* umumylykda uçarlaryň 10 müňden gowragyny satypdyr. Şeýle-de, *Airbus* sargytlaryň sany boýunça *Boeing*-i yzda galdyrypdyr. Bölek-satuw söwdasy pudagy barada aýdanymyzda 1962-nji ýylda Sem Uolton öz dogany bilen ABŞ-nyň Arkanzas ştatynyň Rojers atly kiçiräk şäherinde peseldilen nyrhlar boýunça söwda edýän ilkinji *Wal-Mart* dükany açdylar. Özüniň birinji superdükany *Wal-Mart* 1988-nji ýylda açdy. Häzirki wagtda bolsa onuň 15 döwletde hereket edýän dükanyň sany 8 müňden geçýär (2003-nji ýylda 700 dükán). Olaryň arasynda gipermarketden başlap, uniwersallara çenli hereket edýär. Häzirki wagtda kompaniýada 2 milliondan gowrak adam zähmet çekýär. Şeýle mysallar başga-da köp.

Öňdebaryjynyň ýaşayşy aňsat däl. Ol hemişe bazara gözegçilik edip durmaly. Bäsdeşler hemişe ony artykmaçlyklardan mahrum etjek bolýarlar we onuň gowşak taraplaryny ulanjak bolýarlar. Öňdebaryjy hemişe bir wajyp zady gözden salyp bilýär we ilkinji ýa-da üçünji orna geçip bilýär. Öňdebaryjylar üçin ähmiýetli howpy dürlü tehnikî tazelikler ýetirip bilýärler (meselem, *Nokia* we *Ericsson* kompaniýalaryň telefonlary *Motorola* firmanyň analogly modellerinden öňdebaryjylygy aldylar). Öňdebaryjy rahatlanyp bäsdeşlere göwün ýetmezçilik edip, dynç alyp bilýär (meselem, *Sears* kompaniýasy pudakda öňdebaryjylygy ýitirip, ýerini *Wal-Mart*-a we başga täze bölek-satuw söwda torlara berdi). Köplenç, öňdebaryjy täze we has energiýaly we töwekgelçilikli bäsdeşler bilen

deňşdireniňde könelişen ýaly görnüp başlaýar. *Levi's* kompaniýasy has häzirkî zaman we stilli *Gap*, *Lees*, *Tommy Hilfiger*, *DKNY* ýa-da *Guess* ýüze çykanlarynda öňdebaryjylyk orny ýitirdi.

Öňdebaryjylyk orny saklamak üçin kärhana üç hereketleriň usullaryndan birini saýlap bilýär. Birinjiden, ol öz tagallalaryny jemi islegiň giňelmegine gönükdirip bilýär. Ikinjiden, ol bazaryň öz paýyny gowy gazanyp we hüjüm edip gorap bilýär. Üçünjiden, ol bazaryň ululygy üýtgemän galsa-da, bazaryň öz paýyny giňeltmäge dyrjaşyp bilýär.

### ***Umuman bazaryň paýyny giňeltmek***

Bazar giňelende umuman öňdebaryjy-kärhana köp utýar. Meselem, adamlar köp surata düşüp başlasalar, *Kodak* goşmaça girdejisiniň uly bölegini alar, sebäbi Türkmenistanda fotoplýonkalaryň köpüsini hödürleýär. Şeýlelikde, eger-de *Kodak* köp adamlary surata düşmäge ýa-da ýygy-ýygydan surata düşmäge ýa-da dürli ýagdaýlarda surata düşmäge ynandyrsa, ol ondan hem köp utar.

Öňdebaryjylar täze ulanyjylary özüne çekip, öz harytlarynyň ulanylyşynyň täze usullaryny oýlap we olaryň ulanylyşynyň ýygylýgyny ýokarlandyryp bazary giňeldip bilýärler. Täze ulanyjylary köp ýerlerde tapyp bolýar. Meselem, *Revlon* öz satuw bazarlarynda atyrlaryň täze sarp edijilerini, atyrlary ulanmaýan zenanlary ony sepiniň görmäge ynandyryp täze sarp edijileri özüne çekip bilýär. Täze demografiki bazar böleklerinde hem alyjylary tapyp bolýar, meselem: erkekler üçin atyr hödürleýip bolýar, täze geografiki bazar böleklerine çykyp bolýar, ýagny başga ýurtlarda atyrlary satyp bolýar.

Marketing boýunça hünärmenler, köplenç, satuw bazarlarynyň öz harydyny ulanmagyň täze mümkinçiliklerini tapyp, giňeldýärler. Meselem, *Intel* kompaniýasy täze kompýuter maksatnamalaryň işläp taýýarlanyşyna uly maýalary goýup, onuň göýberýän mikroprosessorlara bolan islegiň köpelmegine öz nobatynda hökman köpeljegini bilýärler. Kompaniýa täze kompýuter mikroshemalaryň önümçiligi boýunça işewürligiň 90%-ini aljakdygyny bilýär. Harydy ulanmagyň täze mümkinçiliklerini şowly gözleginde başga mysaly bolup – *Arm&Hammer* kompaniýanyň iýmit sodasyny görkezip bolýar. Bazara şu önüm çykarylandan soňra 125 ýyldan satuwyň möçberi ösmedi. Ýöne wagt geçenden soňra köp sarp edijiler sodany

sowadyjyda ýakymсыz ysy ýok etmek üçin ulanýandygy ýüze çykaryldy. Ol uly mahabat kompaniýany gurnap, sowadyja sodaly açyk gutyny goýup we birnäçe aýdan çalyşmaga ynandyrmaga ünsi nygtady. Indi kärhananyň **Web**-sahypasynda ([www.armandhammer.com](http://www.armandhammer.com)) sodany ulanmagyň täze usullary hemişe tekliп edilýär, ýagny dürli kosmetiki serişdelerden tegmilleri, hapa atylýan bedrelerde, hapa eşikler saklanýan sebetlerde we sowadyjylarda ýakymсыz yslyry aýyrmak, öz wannaňda oý «mineral çeşmäni» döretmek bolup çykyş edýär.

Öňdebaryjy-kärhanalar adamlary ýygy-ýygydan ýa-da bellibir ýagdaýda köp möçberde harytlary ulanmaga ynandyryp, öz harytlaryny ulanmagyň ýygylgyny ýokarlandyrmaga ýardam edip bilýärler. Meselem, *Campbell* kompaniýasy täze reseptleri we mugt telefon belgi (1-888-MMM-GOOD) hödürläp, çorba ýygy-ýygydan iýmäge ynandyrýar. Şu belgi boýunça adam jaň etse, eger-de ol bir tagam taýarlamak bolsa we oňa şu sorag boýunça maslahat gerek bolsa, ol hünärmenleriň maslahatyny alyp bilýär. *Gillette Mach 3* kompaniýasynyň täze päki ulgamy şu önümi has intensiw ulanmaga ýardam berýär, sebäbi ol kartridž köneldi diýip sarp edijä habar berýär. *Mach 3*-ň her bir kartridži açyk-gök indikator–zolagy bar, ol ulanylanda indikator haýal ýitýär. 10-12 gezek syrylandan soňra ol doly ýitýär, sebäbi syrylyşynyň hili ýokary bolar ýaly kartridži çalyşmaga zerur diýip habar berýär. Sarp ediji näçe köp kartridži çalyşsa, şonça-da köp *Gillette* kartridžleri satar.

### ***Bazaryň paýyny goramak***

Umuman bazaryň göwrümini giňeltjek bolup, öňdebaryjy-kärhana bäsdeşleriň hüjümlerinden hemişe goranmalydyr. *Coca-Cola* hemişe *PepsiCo*-dan goranýar; *Gillette* – *Bic*-den; *Kodak* – *Fuji*-den; *Subway McDonald's*-dan; *General Motors* – *Volkswagen*-den we ş.m.

Bazaryň öňdebaryjysy öz ornuny nähili gorap biler? Birinjiden, kärhana öz gowşak taraplaryna bäsdeşleriň hüjüminiň öňüni almaly ýa-da bäsdeşleriň hüjüm edip maksat edinen gowşak taraplaryny berkitmeli. Ol öz harytlarynyň özüne düşýän gymmatyny pes derejede saklamaga dyrjaşmaly, nyrhy bolsa onuň harytlarynda sarp edijileriň duýýan gymmatlylyga laýyklykda bellemeli. Bäsdeşler öňe çykmaz

ýaly öňdebaryjy-kärhana hemişe düzediş işleri geçirmeli. Ýöne, hemmelere belli bolşy ýaly, iň gowy goranmaklyk – hüjüm etmek bolup çykyş edýär. Diýmek, bazaryň öz paýyňy goramaklygyň iň gowy usuly bolup hemişe täzelikler çykyş edýär. Öňdebaryjy ýeten derejesinde durmaly däl, ol täze harytlara, hyzmatlara, satuwyň we çykdajylary azaltmagyň täze netijeli usullaryna pudagy alyp barýar. Öňdebaryjy-kärhana öz bäsdeşlik tärleriň netijeliligini we sarp edijiler üçin harytlaryň hem hyzmatlaryň gymmatyny hemişe ýokarlandyrýar.

*International Gaming Technology (IGT)* – bütin dünýäde satylýan oýun awtomatlarynyň öndüriji-kärhanasydyr. Ol bazaryň 75%-ni eýeleýär. Ol kazinolaryň eýeleri we öz bäsdeşleri bilen prinsipial täze abzallary döretmekde işjeň hyzmatdaşlyk edýär. *IGT* her ýyl täze oýunlary döretmek üçin 31 mln amerikan dollary sarp edip, ylmy barlaglara we oýlap tapyjylyga uly çykdajylary edýär. Şeýlelikde, *IGT* bäsdeşleriň gowşak taraplaryny bilýär.

### ***Bazaryň paýyny ulaltmak***

Bazaryň öňdebaryjysy bazaryň öz paýyny ulaldyp hem özi ösüp bilýär. Köp bazarlarda bazaryň paýynyň azajyk ulalyşy hem satuwyň möçberiniň uly köpelmegine getirip bilýär. Meselem, kofeniň bazarynda bazaryň paýy 1% köpelse, girdejiniň 48 mln amerikan dollary bolýar, alkogolsyz içgileriň bazarynda bolsa 500 mln amerikan dollar bolar. Marketing derňewleriň netijeleri şulary görkezdiler, ýagny bazaryň paýynyň ulalyşy kärhananyň girdejiliginiň köpelmegine getirýär. Şonuň üçin, köp kärhanalar bazaryň öz paýyny ulaltmaga we öz girdejiligini ýokarlandyrmaga jan edýärler. *General Electric*, meselem, öz wagtynda birinji, iň bolmanda ikinji orny satuw bazarlarynda eýelemäge ýetjek, başga ýagdaýda ol şu bazarlardan gitjek diýip belledi. Hakykatdan, ol kompýuterleri, kondisionerleri, kiçiräk durmuş enjamlary we telewizorlary öndürmesini goýdy, sebäbi şol pudaklarda ol öňdebaryjy bolup bilmedi.

Ýöne kärhanalar bazaryň paýynyň ulalmagy girdejiligi awtomatiki ýokarlandyrrar diýip pikir etmeli däl. Köp zat bazaryň paýyny ulaltmagyň strategiýasyna baglydyr. Ýöne köp kärhanalar bazaryň az paýly girdejiliginiň ýokary derejelisi bolup bilýär, köp kärhanalar bazaryň uly paýyny eýeläp, girdejililigi pes derejede bolup bilýändigini ýatdan çykmaly däl. Bazaryň uly paýyny «eýelemek»

üçin çykadjylar şu ädimden aljak girdejiden köp bolar. Bazaryň paýyny ulaldyp girdejiniň diňe şu ýagdaýda köpelmegine getirip bilýär, ýagny önümiň birligine harajatlar azalsa ýa-da kärhana has ýokary hilli harydy hödürlese we ýokary nyrhy bellese, şol nyrh hili ýokarlandyrmaga çykadjylary ýapýar.

### **Öňdebaryjylyga dalaşgärleriň strategiýalary**

Ikinji, üçünji we ondan aşaky orunlary eýeleýän kärhanalar uludyr. Meselem, *Colgate*, *Volkswagen*, *Kmart*, *Avis* we *PepsiCo* kompaniýalary görkezip bolýar. Şular ýaly firmalar iki bäsdeşlik strategiýasynyň birini ulanyp bilýärler, olar bazaryň uly paýyna öz hukuklaryny çözüş meýilli görkezip öňdebaryjy we başga bäsdeşlere garşy çykyp bilýärler (öňdebaryjylyga dalaşgär) ýa-da öz bäsdeşler bilen ädimme-ädim ýöremäge çözügüt kabul edýärler (öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanalary).

Öňdebaryjylyga dalaşgär birinji nobatda haýsy strategiýany saýlamaly we haýsy bäsdeşlere garşy çykyş etmelidigi barada çözügüt kabul etmelidir. Meselem, ol bazaryň öňdebaryjysyna hüjüm edip bilýär. Elbetde, ol örän howply, ýöne başga tarapdan, eger-de öňdebaryjy bazara gowy hyzmat etmese şular ýaly strategiýa gowy netijeleri berip bilýär. Şular ýaly hüjüm şowly bolar ýaly kärhananyň öňdebaryja görä durnukly bäsdeşlik artykmaçlygy bolmaly, ol has pes bahany bellemäge mümkinçilik berýän harydyň özüne düşýän pes gymmatynda esaslanan ýa-da ýokary nyrh boýunça satylýan has ýokary sarp edijilik gymmatly harytlaryň ýa-da hyzmatlaryň hödürlemeginde esaslanandyr. Eger-de kärhana öňdebaryja hüjüm etjek bolsa, onda onuň maksady bolup, bazaryň bellibir paýyny göreşip almak bolup durýar. Meselem, *Bic* kompaniýasy *Gillette* kompaniýany almaz päkiler bazaryndan çykarmajagyny bilýär; ýöne ol şu bazaryň uly paýyny almaga dyrjaşýar. Ýöne öňdebaryjylyga dalaşgär bazarda öňdebaryjy hem bolup bilýär. Meselem, *Wal-Mart* kompaniýasy ilki başda *ABŞ*-nyň Günorta-Günbatardan kiçiräk şäherçelerde işläp öz nişasyny eýeledi, ýöne tiz berkäp bazaryň öňdebaryjysy *Sears* kompaniýasyna garşy çykyş edip bildi we bölek satuw söwdada 25 ýylda öňdebaryjy bolup bildi.

Başga tarapdan, bazaryň öňdebaryjysy bilen göreşmän, onuň ýerine özüniň ululygyna gabat gelyän ýa-da ondan hem kiçi ölçegli ýerli ýa-da sebit derejeli kärhanalar bilen bäsleşip bilýär. Kiçiräk kärhanalara, köplenç, bazaryň öz paýyna gowy hyzmat etmäge serişdeler ýetmeýär. Meselem, piwäniň üstünlük gazanan öndürijileriň käbirleri, bazaryň öňdebaryjysy bilen bäsleşmän, kiçiräk ýerli we sebit derejeli bäsdeşleri satyn alyp gowy ösüşe ýetdiler. Eger-de kärhana kiçi ýerli kärhana garşy çykyş etse, onuň maksady bolup, köplenç, bazardan bäsdeşi çykarmaklyk çykyş edýär. Bir düzgüni ýatdan çykarmaly dældigi wajyp: öňdebaryjylyga-dalaşgär öz bäsdeşlerini üns bilen saýlamalydyr we öňünde anyk we hakyky maksatlary goýmalydyr.

Saýlap alnan bäsdeşe hüjümiň we goýlan strategiki maksatlara ýetmäge nähili usullar bar? Kärhana umumy maňlaýlaýyn hüjümi ulanyp bilýär, bäsdeşi bilen öndürýän harydyň hili we möçberi, mahabaty, nyrlary hem satuwy boýunça deň bolmaga dyrjaşýar. Şular ýaly hüjümde bäsdeşiň güýçli taraplaryna däl-de, gowşak taraplaryna uly üns berilýär. Netijesi bolsa haýsy kärhana güýçli we çydamly bolsa, şoňa baglydyr. Eger-de öňdebaryjylyga dalaşgär kärhanada onuň bäsdeşine görä resurslar az bolsa, maňlaýlaýyn hüjümi wajyp netije bermez. Meselem, öz wagtynda päkileriň braziliýa öňdebaryjysy, şu bazarda ikinji orny eýeläp, *Gillette* firmasynyň öňdebaryjy hüjüm etdi. Hüjüm eden firma ýönekeý sorag berildi: «*Gillette*-ň päkilerinden, onuň hödürleýän päkileri gowumy?» Jogap otrisatel boldy. Otrisatel jogap hem onuň önümlerine nyrlar pesmi, gaplary gowumy, netijeli mahabat kompaniýasy geçirildimi ýa-da dellallara hyzmatdaşlygyň peýdaly şertleri hödürlendimi diýen soraglara berildi. Iň soňunda: «Onda siz *Gillette* ýaly kompaniýadan bazaryň bellibir paýyny nähili aljak bolýarsyňyz?» diýen soňky sorag berildi. Ol kompaniýa: «Biziň biçak dogumlylygymyzyň hasabymyza» diýip jogap berdiler. Elbetde, şular ýaly hüjüm doly opuryldy. Kärhana uly we güýçli bolsa-da, gowy taýýar we akylly bäsdeşi ýeňmekde ol güwä geçip bilmeýär.

Töwekgelçilik etmän we gönüläp hereket etmän, dalaşgär bäsdeşiň gowşak taraplaryna ýa-da bazary eýelemekde eden

kemçiliklerine gapdallaýyn hüjüm edip bilýär. Meselem, *PepsiCo* kompaniýasyna bazaryň ykrar edilen öňdebaryja *Coca-Cola* garşy açyk hereket etmäge örän kyn bolýar. Şonuň üçin 1998-nji ýylda *PepsiCo* öz bäsdeşine gapdallaýyn hüjüm etmäge synanyşdy, ýagny miwe suwlaryny öndürýän *Tropicana* gigant-kompaniýany satyn aldy. Dünýäde miwe suwlaryny öndürýän *Tropicana* iň uly kompaniýa bolup, *PepsiCo* kompaniýasynyň elinde *Coca-Cola* garşy örän güýçli gural bolup çykyş etdi. Meselem, apelsin suwlaryň bazarynda (umumy gymmaty 3 mlrd amerikan dollar) 42% bolan bazaryň paýyny eýeleýän *Tropicana Minute-Maid* kompaniýany bazardan doly çykardy (onuň bazarynyň paýy 24%-di we ol *Coca-Cola* degişlidi). Şeýlelikde, bu satyn alyş *PepsiCo* kompaniýasyna öz esasy bäsdeşiniň önüne geçmegine azyndan bir usulyny berdi.

Edil şolar ýaly bäsdeşin harydyna öýkünmän we gymmat düşýän töwekgelli maňlaýllaýyn hüjümi ulanýan, dalaşgär-kärhana öz önümini diwersifisirläp bilýär, çünki düýbünden täze harytlary öndürüp ýa-da täze tilsimatlary ulanyp, bar bolan harytlary olar gowy harytlara çalşyp bäsdeşden öňe geçip bilýär. Meselem, *Minolta* kompaniýasy *Canon* kompaniýadan öňe geçip kadry awtomatiki tutýan öz tehnologiýa taýdan täze harydy Maxxum fotoapparaty bazara çykarmagyň netijesinde SLR 35 millimetrli fotoapparaty öňdebaryjy orundan çykardy. Netijede *Canon* bazarynyň paýy 20%-e çenli boldy, *Minolta* kompaniýasynyň paýy bolsa 30%-den geçdi. Täze tilsimaty girizmeklik *Canon* kompaniýasynyň üç ýylyny aldy. Bellemeli zat bolup, haçanda kärhananyň bäsdeşine görä az resurslary bolsa, gapdallaýyn hüjümiň usuly has netijeli bolýar.

### ***Öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanalarynyň strategiýalary***

Esasy öňdebaryjynyň göni barýan hemme kärhanalary oňa garşy açyk göreşmäge islemeýärler. Islendik hüjüm öňdebaryjynyň jogap hereketlerine getirýär. Meselem, eger-de kärhana has pes bahalar, gowy hyzmat ýa-da goşmaça harydyň funksionallygy bilen sarp edijileri özüne çekjek bolsa, öňdebaryjy bu ädimleri aňsat tiz gaýtalap, hüjümi yzyna gaýtaryp bilýär. Köplenç, öňdebaryjynyň sarp edijiniň üstünde häkimiýeti has durnukly bolar. Onda agyr göreş kärhanalaryň ikisine-de zyýan ýetirip biler. Şonuň üçin köp kärhanalar öňdebaryjy bilen bäsleşmän, onuň işini dowam edesleri gelýär.



Öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy köp artykmaçlyklary alýar. Bazaryň öňdebaryjysy täze harytlary we bazarlary işläp taýýarlamak, satuwy köpeltmek hem islegi emele getirmek üçin uly çykdajylary edýär. Öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy bolsa onuň harytlaryna we maksatnamalaryna öýkünip ýa-da olary kämilleşdirip, öňdebaryjynyň tejribesinde köp zatlary öwrenip bilýär. Öňdebaryja görä çykdajylar hem az bolýar. Öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasynyň öňdebaryjynyň öňüne geçmegiň mümkinçiligi az, ýöne ol duýup bolýan peýdany we artykmaçlyklary alýar. Muňa mysal bolup *Dial* kompaniýasy çykyş edýär: *Dial*, *Tone* we *Pure&Natural* ýaly hajathana sabynyň giňden belli markalaryny; *Armour-Star* konserwirlenen eti; *Purex* ýuwujy serişdesini we *Renuzit* howany täzeleýji serişdesini öndürýär. *Dial* kompaniýasy täze harytlary işläp taýýarlamayar, onuň harytlary barada alyjylar biler ýaly uly serişdeleri sarp etmeýär. Onuň ýerine *Dial* kompaniýasy *Procter&Gamble* ýaly güýçli bäsdeşiň zyzndan gitmäge ileri tutýar. Onuň assortimenti, esasan, öýküniji harytlardan we ikinji derejeli sebitdäki öndürijileriň markalaryndan ybarat. Marketing derňewlere, oýlap tapyjylyga ýa-da marketinge uly serişdeleri sarp etmän, *Dial* bu işi başgalara goýar. Mundan başga-da, beýleki kompaniýalar täze harytlaryň çykmagy barada sarp ediljilere maglumat berýärler. Meselem, 1990-njy ýylda *Procter&Gamble* kompaniýasy toz görnüşde konsentrirenen dezinfisirlýän ýuwujy serişdeleri bazara çykardy. Bir ýyldan *Dial* *Purex* meňzeş harydyny bazara çykardy, ol *P&G* kompaniýasynyň *Tide* tozundan üç esse arzandy. Şular ýaly ilkinji seredeniňde passiw ýagdaýa garamazdan, bu kompaniýa öz bazarlaryna gowy hyzmat edýär. Meselem, *ABŞ*-da *Dial* sabyny 1-nji belgili antibakterial sabyn hasaplanýlar, *Purex* ýuwujy toz bolsa ýuwujy serişdeleriň bazarynyň gymmatly böleginde öňdebaryjy bolupdyr. *Renuzit* howany täzeleýji serişdesi öz kategoriýasynda ikinji orunda durýar, *Armour-Star* konserwirlenen et bolsa, şu önümleriň hemme haryt nyşanlarynyň arasynda ikinji orny eýeleýär.

Ýöne şular ýaly, ýagny öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy ýaly orny saýlamaklyk passiw özünü alyp barşy ýa-da öňdebaryja anyk öýkünmeçlik ýaly düşünmeli däl. Öňdebaryjynyň dowam

ediji kärhanasy öz öňündäki ösüşiniň ugruny kesgitläp, bäsdeşlik ýagdaýy döretmeli däl. Öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy özüniň häzirki sarp edijilerini saklamaklygyň we täze sarp edijileri özüne çekmekligiň usullaryny bilmelidir. Ol öňdebaryjynyň sarp edijileriniň köpüsini özüne çekmegiň zerur balansyny tapmaly, ýöne öňdebaryjysy bilen ýumşaklyk, sypaýy äheňde gürleşmeli. Öňdebaryjynyň dowam ediji her bir kärhana öz maksatly bazaryna dürli sferalarda – öz kärhanalaryny ýerleşdirmekde, hyzmat ediş derejesinde, maliýeleşdirmegiň usullarynda we başga tapawutlanýan artykmaçlyklary getirmäge dyrjaşýar. Öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy hemişe öňdebaryjylyga dalaşgär kärhanalaryň esasy nyşanalary bolup durýar, şonuň üçin ol önümçilik harajatlaryny pes derejede, harytlaryň we hyzmat edilişiniň hilini bolsa ýokary derejede saklamalydyr.

### ***Aýratyn nişalara hyzmat edýän kärhanalaryň strategiýalary***

Her bir pudakda bazaryň aýratyn nişalaryna hyzmat etmekde ýöriteleşdirilen kärhanalar bar. Bütin bazara ýa-da uly bazar böleklerine ýüzlenmän, şular ýaly kärhanalar kiçi bazar böleklerine öz işini gönükdirýärler. Şular ýaly strategiýany çäkli resurslary kiçiräk kärhanalar saýlaýarlar, käwagt ony uly kärhanalaryň aýratyn bölümleri hem ulanýarlar. Kärhanalar nişalarda şowly işläp, bazaryň kiçiräk paýyny eýeläp, uly girdejini alyp bilýärler.

Haçanda tiz iýmitlenmegiň restoranlary barada gürrüň gidende ilki bilen biziň ýadymyza näme gelýär? Elbetde, şu pudakda bütin dünýäde iň belli kompaniýa *McDonald's* bolar. *McDonald's* tiz hyzmat edýän restoranlaryň bazarynyň 40%-ni eýeleýär, bu bolsa onuň ýakyn bäsdeşi bolan *BurgerKing*-ň paýyndan birnäçe esse artýar. Ol bütin dünýä boýunça öz işiniň sferasyny uly depginli giňeldýär. Şol soragy Filippinlerde berseniž jogap başga – *Jollibee* bolar. Umumy dünýä möçberinde *Jollibee Foods Corporation* kän bir belli däl, ýöne öz kiçi nişasynda, ýagny Filippinlerde ol burgerleriň satuwynyň bazarynda hakyky şa bolupdyr.

Ilki bilen seredeniňde *McDonald's*-ň we *Jollibee*-ň arasyndaky bäsdeşlik aýratyn ünsi çekmeýär. *McDonald's*-ň 118 ýurtda 32 müň restorany bar; diňe Aziýada olaryň sany 2735-dir. Bütin-

dünýä boýunça şu kompaniýanyň her ýylky satuwy 36 mlrd amerikan dollar bolýar. Deňşdirmek üçin, *Jollibee*-ň 250 restorany bar, olar her ýyl 350 mln amerikan dollar girdejini berýärler. Onuň hemme satuwy *McDonald's*-ň diňe *ABŞ*-da öz toruny mahabat etmek üçin her ýylky harajatlarynyň mlrd amerikan dollardan kiçi paýydyr. Ýöne şu dürli görkezijilere garamazdan Filippinlerde kiçijik *Jollibee* netijeli işläp, *McDonald's*-ň onuň hötdesinden gelmäge ýagdaýy ýok. *Jollibee* Filippinlerde gamburgerleri hödürleýän jemgyýetçilik iýmitiň kärhanalarynyň torlarynyň bazarynyň 75%-ni we tiz hyzmat etmegiň bütin bazarynyň 53%-ni eýeledi. Onuň satuwynyň möçberi tiz ösüp, oňa uly peýdany getirýär.

*Jollibee* takyk nişada netijeli işleýär. *McDonald's* bütin dünýä boýunça ýaýrap, öz müşderilerine ýokarystandartlaşdyrylan nygmatlary hödürleýär, *Jollibee* – ýerli häsiýetli kompaniýa bolup, filippin sarp edijileriň isleglerini we zerurlyklaryny kanagatlandyrmakda jemlendi. Köp ýagdaýlarda *Jollibee*-ň hereketleri *McDonald's*-ň hereketleriniň aýna serpikdirmesi bolup durýar. Kärhanalaryň ikinji arassaçylyga, tiz hyzmata we öz restoranlarynyň rahat ýerleşmegine bil baglaýarlar. *Jollibee*-ň restoranlaryndaky burgerler *McDonald's*-daky Big Mac gamburgerlerine laýyk, şetdalyly we mangoly gutaplar bolsa bäsdeşin alma huruşly gutaplaryna meňzeş. Ýöne bütin dünýäde gowy kabul edilen *McDonald's*-ň menýusyndan *Jollibee*-ň menýusy we tagamly häsiýetleri filippinleriň isleglerine takyk hasaplanan. Restoranlaryň ýerli torlary olaryň filippin alyjylaryna ýaraýan süýji we aýrak burgerleri, süýji sously spagetti bilen huruşlanan jüjeleri hem başgalary taýýarlaýarlar. Jaz hökmünde we fri kartoşkanyň deregine olar wermişel bilen tüwini berýärler.

Filippin sarp edijileriniň tagam isleglerine aýratyn ünsden başga *Jollibee* öz işinde Filippinleriň raýatlary üçin häsiýetli ruh, medeni we ýaşaýyş keşbini hasaba alýarlar. *Jollibee* çagalary dürli oýunlary bilen özüne çekýär, olar onuň restoranlarynda geçirilýär, olaryň öz ýatdan çykmajak gahrymanlary bar. Şu bäsleşikde *Jollibee*-ň başga-da artykmaçlyklary bar. Dünýä möçberinde bu kompaniýanyň ululygy *McDonald's*-a göre kiçi, ýöne onuň çäkli resurslary Filippinlerde jemlenen. Bu ýurtda *Jollibee* we *McDonald's* restoranlarynyň gatnaşygy – 2:1-e barabar. Mundan başga-da, Filippinlerde *Jollibee*

döwlet tarapyndan goralýar, ol *McDonald's*-ň we başga daşary ýurt bäsdeşleriň işini çäklendirýär. Ýöne *Jollibee*-ň esasy artykmaçlygy – ol başgalara görä filippinlileriň isleglerini gowy kanagatlandyrýar, ýagny olaryň isleýän zatlaryny takyk hödürleýär. Haçanda bazar akylly – başly böleklenende gatnaşyjy kiçi kärhanalar pudakdaky işleýän uly kärhanalar bilen netijeli bäsleşip bilýändigini *Jollibee* subut etdi.

*Jollibee*-ň nişasyny eýelejek bolup *McDonald's* Filippinlerde öz restoranlarynyň sanyny köpelti we menýusyna tüwili ajrak jüýjeleri, süýji spagetti hem örän hoşboý ysly burgerleri McDo diýip atlandyryp girzdi. Ýöne *Jollibee*-niň marketing boýunça hünärmenleri kän bir alada etmeýärler, sebäbi olar öz nişasyny gowy öwrenipdirler.

Nişalara hyzmat edilende girdejililik nämäniň hasabyna üpjün edilýär? Esasy sebäp bolup, sarp edijilere öz harytlaryny we hyzmatlaryny ýagdaýdan ýagdaýa hödürleýän kärhanalara görä aýratyn nişalarda işleýän kärhana öz maksatly sarp edijilerini gowy öwrenip, olaryň isleglerini gowy kanagatlandyrýar. Şular ýaly goşmaça gymmatlyga görä kärhana öz harytlarynyň özüne düşýän gymmaty bilen deňeşdireninde olaryň nyrlaryny ýokarlandyryp bilýärler. Şeýlelikde, köpçülikleýinlige bil baglaýan marketing boýunça hünärmen satuwyň uly möçberiniň hasabyna utýar, nişa hyzmat edýän kärhana bolsa girdejiň uly kadasyna görä peýda alýar.

Nişalarda işleýän kärhanalar bir ýa-da birnäçe howpsuz we peýdaly nişalary tapmaga dyrjaşýarlar. Idealda bazar nişasy peýda getirer ýaly uly we gelejekdäki ösüşiň potensialy bolmalydyr. Bu nişa kärhana netijeli hyzmat edip bilmelidir. mümkin, munuň in esasy şerti – bu nişa esasy bäsdeşleri gyzyklandyrmaly däl. Ösüşiň netijesinde nişa başga kärhanalar üçin özüne çekiji bolýar, şonuň üçin şol nişada işleýän kärhana özüni goramak üçin öz türgenligini ösdürmelidir we öz harytlaryna ýa-da hyzmatlaryna sarp edijileriň hoşamaý gatnaşyklaryny emele getirmelidir.

Bu strategiýany saýlap öňde baryjy kärhanalaryň mysallaryny hödürleýäris.

– *Logitech* kompaniýasy ulanyjylar üçin interfeýsiň elementlerini: kompýuter syçanjyklar, joýstikler, klawaturalar we başgalary öndürmekde jemlenip, uly şowlulyga ýetip 450 mln amerikan dolla-

ryny gazandy, ol syçanjyklaryň dürli modellerini öndürýär: saglakaý we çepbekeýler üçin; prowodsyz syçanjyklar, olar radiosignallarda işleýärler; çagalar üçin hakyky syçan görnüşde syçanjyklar; üçölçegli syçanjyklar, olar bilen işlenilende ulanyjy özüni ekranyň içinde duýýar. 2000-nji ýylda kärhananyň konweýerinden 200 millionly syçanjyk öndürildi. Kompýuter syçanjyklaryň satuwy boýunça nişa *Logitech* üçin şowly ideýa bolup, ol onda öňdebaryjynyň ornuny eýeläp, *Microsoft* kompaniýany ikinji orna süýşürdi.

– Keselhanalar üçin ýörite maskalary öndürmekde jemlenen *Tecnol Medical Products* kompaniýasy öz bazarynyň iki giganty – *Johnson&Johnson* we *3M* kompaniýalar bilen bäsleşýär. *Tecnol* yüz üçin adaty maskalary ýörite maskalaryň girdejili seriýasyna öwürdi, olar medisina işgärlerini dürli infeksiýalardan gorayarlar. Şu wagt bu öň az belli kompaniýa *Johnson&Johnson* we *3M* kompaniýalardan ozup, öz önüminiň *ABS*-nyň hassahanalaryna iň uly üpjün ediji bolupdyr.

– German Simon özüniň *Hidden Champions* («Gizlin çempionlar») atly kitabynda birnäçe nemes kompaniýalaryň sanawyny berýär, olar hiç kime belli däl, ýöne özüniň kiçi nişalarynda dünýä bazarynyň ýarysyny eýeläp, hemişe girdeji alýarlar. Meselem, *Tetra* balyklaryň ekzotiki sortlarynyň satuwynyň dünýä bazarynyň 80%-ini eýeleýär; *Hohner* kompaniýasy dodak garmonikleriniň satuwynyň bazarynyň 85%-ini eýeleýär; *Bechner* saýawanlaryň dünýä boýunça satuwynyň 50%-ini öndürýär; *Steiner-Optical* – harby dürbüleriniň 80%-ini öndürýär.

Aýratyn nişada işlemekligiň esasy taglymaty dar ýöriteleşdirilişde durýar. Şular ýaly strategiýany saýlap alan kärhana birnäçe bazardan birinde, bir sarp edijide, harytda ýa-da marketing toplumynda ýöriteleşdirilip bilýär. Ol soňky ulanyjynyň takyk görnüşine hyzmat etmekde ýöriteleşdiriş saýlap bilýär, meselem, hukuk firma kriminal, raýat ýa-da hojalyk hukukda ýöriteleşdirilip bilýär. Nişada işleýän kärhana bellibir ululykdaky sarp edijileriniň toparyna hyzmat etmekde ýöriteleşdirilip bilýär. Meselem, köp kärhanalar, şular ýaly strategiýany saýlap işjeň däl alyjylara hyzmat etmekde ýöriteleşdirilen. Olardan käbirleri bir ýa-da birnäçe takyk alyjylarda

jemlenýärler, ýagny bir kompaniýany, meselem, *Wal-Mart*-ň ýa-da *General Motors*-ň öndüren hemme önümlerini satýarlar. Käbir kärhanalar geografiki ýörelge boýunça ýöriteleşdirilen, olar harytlary bellibir ýerde, sebitde ýa-da çäkde satýarlar. Şular ýaly käbir kärhanalar öz işini «nyrh-hil» diýen gatnaşykda esaslandyrýarlar. Meselem, *Hewlett-Packard* kompaniýasy ýokary hilli kalkulýatorlary ýokary nyrhdan satuwyň bazarynda hödürleýär. Hyzmat edýän sferasynda kiçi nişany eýeleýän kärhanalar başga kärhanalardan alyp bolmaýan hyzmatlary hödürleýärler. Mysal hökmünde banky görkezip bolýar, onda ssudany bermek üçin sargyt telefon arkaly alnandan soňra, pul müşderä ýetirilýär.

Aýratyn nişada işlemeklik uly töwekgelçilik bilen baglydyr. Birinjiden, bazar nişasy ulalyp has uly we güýçli bäsdeşleri özüne çekip bilýär. Şonuň üçin kärhanalar birnäçe nişalara bir wagtda hyzmat etjek bolýarlar. Iki nişadan köp nişalary özleşdirse, kärhana saklanyp galmaga öz mümkinçiliklerini ulaldýar. Käbir has uly kompaniýalar hem umuman bazara hyzmat edenlerinde köp sanly nişalaryň strategiýasyny ileri tutýarlar. Meselem, *Alberto Culver* orta ululykdaky kompaniýa bolup, öz girdejisini köpeltjek bolup birnäçe nişa hyzmat edýär we bazaryň öňdebaryjysy bilen tersleşmä gapma-garşylyga gitmejek bolýar. Bu kompaniýa Alberto VO5 markaly saçlara seretmek üçin serişdesi bilen tanalýar, öz marketing tagallalaryny kiçiräk ýöne durnukly bazary eýelemek üçin jemledi. Onuň harytlarynyň arasynda aromatizatorlar Molly Mc Butter we Mrs. Dash, antistatik Static Guard we erkekleriň saçlary üçin Consort laky aýdyp geçip bolýar. Bu markalaryň her haýsysy öz haryt nişasynda birinji orny eýeleýär.

### ***Sarp edijä ýa-da bäsdeşe işi gönükdirmek?***

Kärhana öňdebaryjymy, öňdebaryjylyga dalaşgärmi, öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasymy ýa-da takyk nişa hyzmat etmekde ýöriteleşdirilen kärhanamy tapawudy bolman, ol öz bäsdeşlerine üns bilen gözegçilik edip, özi üçin has netijeli bäsdeşlik marketing strategiýasyny saýlamalydyr. Ol tiz üýtgeýän bäsdeşlik gurşawyna laýyklykda hem öz strategiýasyny hemişe düzetmelidir. Onuň bilen baglylykda täze sorag ýüze çykýar: «Kärhana köp wagty we

energiýany öz bäsdeşlerine syn edip sarp etse, netijede, öz sarp edijilerini hasap etmezlik edip bilermi?» Jogaby položitel bolar. Kärhana öz bäsdeşlerinde uludan jemlenip, sarp edijä bolan wajyp gönükdirmäni ýitirer.

**Bäsdeşlere işini gönükdirýän kärhana** – öz bäsdeşleriniň hereketlerine syn edýän, bazaryň haýsy paýyny eýeleýän, olara garşy durmaga mümkinçilik berýän strategiýalary tapmaga dyrjaşýan kärhanadyr. Bu ugruň gowy hem erbet taraplary bar. Gowy tarapy bolup, kärhana hemişe taýyn bolýar. Munuň özi diýmek, marketing boýunça hünärmenler seresap bolup, hem öz kärhanasynyň hem bäsdeşleriniň gowşak taraplaryny ýüze çykaryp bilýärler. Erbet tarapy bolup, kärhana işjeň bolmagyň ýerine reaktiw bolýar. Sarp edijä gönükdirilen öz strategiýasyny zygiderli geçirmän, kärhana öz hereketlerini bäsdeşleriň hereketlerinde esaslandyrýar. Bäsdeşlere bagly bolan şular ýaly hereketleriň netijesinde, kärhana öňünde goýan maksatlaryna ýetmek üçin öz meýilnamalary bilen işlemeýär. Bularyň hemmesi kärhana öz harytlarynyň we hyzmatlarynyň sarp edijilik gymmatyny ýokarlandyrmagyň prinsipial täze usullaryny gözlemän, onuň pudagyň başga kärhanalarynyň hereketleriniň öýkünmegine ýa-da onda ulanylýan tärlerini giňeltmegine getirip bilýär.

**Sarp edijilere işini gönükdirýän kärhana** – sarp edijileriň zerurlyklaryny kanagatlandyrmagyň strategiýalaryny işläp taýýarlamakda uly üns berýär. Sarp edijä işini gönükdirýän kärhanada täze perspektiwalary we uzak möhletleýin döwre hasaplanan netijeli strategiýalary kesgitlemäge mümkinçilikleri köp bolar. Sarp edijileriň islegleriniň üýtgeýşine syn edip, ol haýsy sarp edijilik toparlaryna we haýsy zerurlyklara hyzmat etmelidigini kesgitläp bilýär, soňra bolsa, sarp edijileriň şu kategoriýalary üçin harytlaryň ýa-da hyzmatlaryň gymmatyny ýokarlandyrmakda jemlenip bilýär. Häzirki wagtda kärhanalar hem öz sarp edijilerine, hem bäsdeşlerine syn edip bazara işini gönükdirmelidir. Bäsdeşlere bolan üns sarp edijiler bilen işlemekden olary doly ünsi sowdurmaga mümkinçilik bermeli däl.

**Bazara işini gönükdirýän kärhana** – marketing strategiýalaryny işläp taýýarlamakda hem bäsdeşlere, hem sarp edijilere deň ünsi

berýän kärhanadyr. Kärhana öz iş döwründe işini gönükdirmegiň dört tapgyryny geçýär. Birinji tapgyrda ol haryda işini gönükdirip, sarp edijilere we bäsdeşlere az üns berýär. Ikinji tapgyrda ol sarp edijilere işi gönükdirip, öz bäsdeşlerine hem üns berip başlaýar. Üçünji tapgyrda ol bäsdeşlerde jemlenýär. Häzirki wagtda kärhanalar umuman bazara işini gönükdirmeli, ýagny hem sarp edijilere, hem bäsdeşlere üns bermeli. Bäsdeşlere ýönekeý syn edip, olary işewürligi alyp barmagyň adaty usullar bilen ýeňmäge dyrjaşman, eýsem, olar sarp edijilere-de syn edip, bäsdeşlere öz harytlarynyň ýa-da hyzmatlarynyň sarp edijilik gymmatyny ýokarlandyrmagyň täzeçe usullaryny görkezmelidir.

## X B A P

# KÄRHANALARYŇ HALKARA SÖWDANY ULANYLYŞYNYŇ DERŇEWI

### 10.1. Halkara marketing gurşawy

«Öýdäki» marketing bilen meşgullanmak aňsat we howpsuz. Marketing boýunça hünärmenler daşary ýurt dilini öwrenmeli däl, nätanyş walýuta bilen iş salyşmaly däl, syýasy we hukuk taýdan näbelliliklere duş gelmeli däl, öwrenişmedik alyjylaryň isleglerini kanagatlandyrmak üçin harydy ýaramly etmäge zerurlygy ýok.

Kärhanalary halkara marketing bilen meşgullanmaga iki sany ýagdaý gönükdirýär:

1) içki bazarda marketing mümkinçilikleriniň gowşamagy ýa-da konýukturasynyň (bazaryň häzirki ýagdaýynyň) üýtgemegi. Onda jemi milli önümiň ösüşiniň depginleriniň haýallanmagy, hökümetiň telekeçilik syýasatyny geçirmegi, hetdenaşa salgyt zulumynyň girizilmegi, daşary söwda defisitini azaltmak we daşary ýurt walýutasynyň gelmegini köpeltmek maksady bilen telekeçileriň daşary ýurda çykmagyna ýol açmak ýaly mümkinçilikler bar;

2) başga ýurtlarda kärhananyň harytlary üçin açylyan mümkinçilikler. İçki bazardan çykman, olar özleri üçin hemme goşmaça harajatlara



we meselelere garamazdan (daşary ýurtdaky amallar bilen baglanyşyklykda), özüne çekiji daşky bazarlary tapyp bilýärler.

Uly başartjaňlykda halkara marketingi bilen meşgullanýan kärhanalary transmilli korporasiýalar diýip atlandyryp bolýar.

Halkara marketingi bilen meşgullanjak bolýan kärhana alty sany esasy çözüdi kabul etmelidir:

1. Halkara marketingiň gurşawyny öwrenmek.
- ↓
2. Daşky bazarlara çykmagyň amatlylygy barada çözüdi.
- ↓
3. Haýsy bazarlara çykmak barada çözüdi.
- ↓
4. Bazara çykmagyň usullary barada çözüdi.
- ↓
5. Marketing toplumynyň gurluşy barada çözüdi.
- ↓
6. Marketing gullugynyň gurluşy barada çözüdi.

**18-nji surat. Halkara marketing gurşawyndaky  
kabul edilýän esasy çözüdi**

*Halkara marketing gurşawyny öwrenmek.* Daşary ýurtda satuwy guramakdan öň köp zatlaryň öwrenilmegi zerur. Halkara marketing gurşawynyň aýratynlyklaryna jikme-jik düşünmeli. Ikinji jahan urşundan soňra bu gurşawda uly üýtgeşiklikler bolup geçdi. Täze mümkinçilikler hem-de täze meseleler ýüze çykdy. In uly üýtgeşiklikleriň arasynda:

**1)** dünýä ykdysadyýetiniň globallaşmagy – halkara söwda we daşary ýurda maýa goýmakda tiz ösüşde görkezilýär; **2)** ABŞ-nyň esaslanýan ýagdaýynyň az-azdan ýitmegi we onuň bilen baglanyşykly gowşak söwda balansynyň meseleleri hem-de dünýä bazarynda dollaryň gymmatynyň üýtgemegi; **3)** dünýä bazarynda Ýaponiýanyň ykdysady güýjüniň ösüşi; **4)** Halkara maliýe ulgamynyň emele gelmegi – bu walýutalaryň has azat konwertirlenmegini üpjün edýär; **5)** dünýä girdejileriniň nebit öndürýän kärhanalaryň peýdasyna süýşmegi;

6) daşary ýurt bäsleşiklerden içki bazarlary goramak üçin döredilýän söwda päsgelçilikleriniň sanynyň köpelişi; 7) ýuwaş-ýuwaş täze uly bazarlaryň, ýagny Hytaý, arab ýurtlary we beýlekileriň açylmagy.

### ***Halkara söwdanyň ulgamy***

Daşary ýurda öz işini dogrulan kärhana halkara söwdanyň ulgamyna mahsus çäklendirmelere, mümkinçiliklere düşünelidir. Başga ýurtda öz söwdasyny guramaklykdaky synanyşykda kärhana dürli söwda çäklendirmeleri bilen gapma-garşy gelýär. In ýaýran çäklendirme bolup gümrük tarifi durýar, ol salgyt bolup, ony daşary ýurt hökümeti onuň ýurduna getirilen käbir harytlara goýýar. Gümrük tarifi düşewüntleri köpeltmek maksatlaryny çalyşjak bolýar (fiskal tarif) ýa-da öz kärhanalarynyň bähbitlerini goramak üçin (proteksion tarif) görnüşlerde bolýar. Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedowyň «Türkmenistanyň ykdysady strategiýasy: halka daýanyş, halkyň hatyrasyna» diýen işinde şeýle bellendir, ýagny «Hereket edýän fiskal düzgüni işjeň ykdysady subýektleriň oňyn ösmegine, durmuş ýagdaýynyň ygtybarly bolmagyna ýardam edýär. Salgyt ulgamy ykdysadyýeti ösdürmäge gönükdirilen möhüm ugurlara ep-esli ýeňillikleri göz önünde tutýar».

Mundan başga-da, eksportýor kwota bilen duş gelip bilýär, ýagny ýurda getirmäge rugsat edilen bellibir derejeli harytlaryň sanly çägi. Kwotanyň maksatlary daşary ýurt walýutany saklamakdan, ýerli önümçiligi goramakdan we iş bilen meşgullanmagy goramakdan ybaratdyr. Kwotanyň çäkli formasy embargodyr, munda importyň käbir görnüşleri gadagan edilendir. Söwda üçin amatly däl bolup walýuta gözegçiligi durýar, şonuň esasynda daşary ýurt walýutada nagt puluň möçberini we başga walýutalara ony çalyşma kursuny tertibe salýarlar. Kärhana käbir tarif görnüşli däl päsgelçilikler bilen duş gelip bilýär, meselem, onuň teklipleriniň hukuklaryny kemsitmek we ýurduň harytlarynyň hukuklaryny kemsidýän önümçilik standartlarynyň barlygy. Meselem, Gollandiýanyň hökümeti sagatda 10 mil tizlik bilen ýöreyän traktorlary getirmegi gadagan edýär. Diýmek, Amerikan traktorlarynyň köpüsi gadagan, Ýaponiýa «unikallyk» nazaryýetini ulanýar, ýagny ýaponlaryň aşgazany, hamy, gary we başga-da zatlary unikal bolup, ýurda getirilýän narynjy-

lar, kosmetika harytlary, lyžalar we beýleki harytlar gowy barlanylmaly.

Dünýäde halkara söwdasyna ýardam berýän ykdysady bileleşikler döredildi, şolardan iň ähmiýetlisi şu aşakdakylardyr:

1. **GATT** (General Agreement on Tariffs and Trade, 1948 ý., 153 ýurt) – Tarifler we Söwda boýunça Baş Ylalaşyk, gepleşikleriň netijesinde öndürilýän harytlara ortaça dünýä tarifleri 45%-den 5%-e çenli peseldildi;

2. **WTO** (World Trade Organization, 1993 ý., 153 ýurt) – Bütindünýä Söwda Guramasy, ol GATT-nyň çäklerindäki Urugwaý raundynda döredildi, ol hyzmatlaryň söwdasynda, ýagny bank hyzmatlary, howpsuzlyk we ätiýaçlandyryş hyzmatlary boýunça Baş Ylalaşyga degişli gepleşikleri geçirmäge, intellektual eýeçiligiň hukuklaryna degişli ylalaşyklara gözegçilik etmäge, halkara jedeller ýüze çykanda araçynyň ornuny ýerine ýetirmäge çagyrylandyr;

3. **ÝeYB** – Ýewropanyň ykdysady bileleşigi (EÖC, 1957 ý., 27 ýurt, Umumy bazar – Germaniýa, Fransiýa, Italiýa, Niderlandlar, Belgiýa, Lýuksemburg we başgalar). ÝeB-ň agzalary bolup esasy günbatar Ýewropa ýurtlary çykyş edýär, bular bileleşigiň çäginde gümrük tarifleriniň we nyrlarynyň peselmegine, iş bilen meşgullanma we maýa goýumlarynyň köpelmegine jan edýärler. ÝeB döredilenden soňra başga ykdysady birleşikler hem döredi, şolaryň arasynda:

4. **NAFTA** (North American Free Trade Agreement, 1994 ý., üç sany yurt – ABŞ, Kanada we Meksika), öňümizdäki sekiz ýyllygyň içinde ähli söwda päsgelçilikleri maýa goýmak çäklendirmeleri üç ýurduň arasynda aýyrmaklyk meýilnamalaşdyrylýar;

5. **MERCOSUR** (Erkin söwdanyň Latynamerikan assosiasiyasy, dört sany yurt – Argentina, Braziliýa, Urugwaý we Paragwaý);

6. **ÝeYZ** – Ýewropanyň ykdysady zolagy (Norwegiýa, Şweýsariýa, Islandiýa, Lihtenşteýn, Makedoniýa, Ukraina, Horwatiýa);

7. **ACEAH** – Günorta–Gündogar Aziýada döwletleriň assosiasiyasy (Bruneý, Indoneziýa, Malaýziýa, Filippinler, Singapur, Taýland, Wýetnam, Kombodja, Laos, Mýanma);

8. **Andskiy umumy bazar** (Wenesuela, Kolumbiýa, Ekwador, Peru, Boliwiýa);

**9. IOACP** – Ösüş boýunça Günorta-afrikan bileleşigi (Angola, Botswana, Lesoto, Malawi, Mozambik, Günorta Afrika Respublikasy, Swazilend, Tanzaniýa, Zimbabwe);

**10. IOEMOA** – Günbatar-afrikan ykdysady we walýuta soýuzu (Pil Süňküniň adasy, Nigeriýa, Togo, Burkina-Faso, Senegal, Benin, Mali);

**11. IOAAPC** – Sebitleýin hyzmatdaşlyk boýunça Günorta Aziýa assosiasiiýasy (Hindistan, Pakistan, Şri-Lanka, Bangladeş, Maldiv adalary, Butan, Nepal);

**12. AIEK** – Aziat-Ýuwaş umman ykdysady hyzmatdaşlyk bileleşigi (Awstraliýa, Bruneý, Malaýziýa, Singapur, Taýland, Täze Zelandiýa, Papua Täze Gwineýa, Indoneziýa, Filippinler, Taýwan, Gonkong, Ýaponiýa, Günorta Koreýa, Hytaý, Kanada, ABŞ, Meksika, Çili).

Her bir ýurt özboluşlydyr, oňa düşünmek gerek. Dürli harytlaryň we hyzmatlaryň özleşdirilmegi ýurduň taýýarlygyna hem ony bazar hökmünde daşary ýurt kärhanalary üçin özüne çekijiligine, onda bar bolan ykdysady, syýasy-hukuk we medeni gurşawyna baglydyr.

### ***Ykdysady gurşaw***

Daşky bazarlara çykmaga meýilnamalaşdyrýan halkara marketing boýunça hünärmen özüni gzyklandyrýan her bir ýurduň ykdysadyýetini öwrenmelidir. Eksport bazary hökmünde ýurduň özüne çekijiligi iki sany häsiýet bilen kesgitlenilýär:

1) *hojalygyň gurluşy*. Ýurduň hojalyk gurluşy, onuň harytlarda we hyzmatlarda zerurlyklaryny, girdejeligiň hem iş bilen meşgullanmagaýy derejesini we ş.m. kesgitleýär. Hojalyk gurluşynyň dört sany görnüşi bar.

*Natural hojalyk görnüşli ykdysadyýetli ýurtlar*. Natural hojalyk görnüşli ykdysadyýetiň çäklerinde ilatyň köpüsi ýönekeý oba hojalyk önümçiligi bilen meşgullanýar. Öndürilýän önümleriniň uly bölegini olaryň özleri sarp edýärler, galanyny bolsa göni ýönekeý harytlara we hyzmatlara çalyşýarlar. Bu şertlerde eksportyör üçin az mümkinçilikler açylýar. Hojalygyň şular ýaly ulgamly ýurtlarynyň arasynda Bangladeşi we Efiopiýany görkezip bolýar.

*Çig maly eksport edýän ýurtlar.* Şular ýaly ýurtlar tebigy resurslaryň birine ýa-da birnäçesine baý bolýar. Olar serişdeleriň köp bölegini şu resurslaryň eksportynyň hasabyna alýarlar. Muňa mysal edip – Türkmenistan (nebit we gaz), Çili (galaýy we mis), Zair (kauçuk) we Saud Arabystan (nebit) çykyş edýärler. Şular ýaly ýurtlar gazyp çykarýan enjamlary, gurallary we kömekçi materiallary, ýükleýän-düşürýän abzallary, agyr ýük ulaglaryny hödürlemek üçin gowy bazarlar bolup durýarlar. Ýurtda hemişe ýaşayan daşary ýurtlularyň we baý ýerli häkimleriň we mülkdarlaryň sanyna baglylykda ol günbatar görnüşli sarp ediş harytlaryň, zynat zatlaryň satuw bazary bolup bilýär.

Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedow özüniň «Türkmenistanyň ykdysady strategiýasy: halka daýanyp, halkyň hatyrasyna» atly işinde şeýle belleýär, ýagny «Döwletiň daşary ykdysady syýasatynda esasy ileri tutulýan ugur Türkmenistany çig maly eksport edýän ýurtdan önüm öndürýän we ýokary tehnologiýaly taýýar harytlary eksport edýän ýurtlaryň hataryna kem-kemden geçirmekden ybaratdyr. Şonuň bilen birlikde, öňdebaryjy tehnologiýalaryň, enjamlaryň we stanoklaryň importy dürli usullar bilen höweslendirilýär. Soňky ýyllarda önümçilik tehnologiýa ähmiýetli önümleriň paýy importuň 70-80%-den gowragyna barabardyr. Russiýa, Hytaý, Türkiýe, ABŞ, BAE, Italiýa, Germaniýa, Ýaponiýa, Şweýsariýa, Fransiýa, Eýran ýaly ýurtlar we beýleki döwletler Türkmenistanyň esasy söwda hyzmatdaşlarydyr. Türkmenistanyň önümleri dünýä bazarlarynda mynasyp orny eýeleýär, olaryň hatarynda tebigy gaz, nebit we nebit önümleri, elektrik energiýasy, polipropilen, suwuklandyrylan gaz, pagta süýümi, nah ýüplükler, matalar, oba hojalyk önümleri we olary gaýtdan işlemekden alnan önümler hem-de beýleki önümler bar».

*Senagaty ösýän ýurtlar.* Senagaty ösýän ykdysadyýetiň çäklerinde işläp taýýarlanýan senagat ýurduň jemi milli önüminiň 10-20%-ne çenlisini berýär. Şular ýaly ýurtlaryň mysaly bolup, Türkmenistan, Müsür, Filippinler, Hindistan, Hytaý we Braziliýa çykyş edýärler. Şeýle-de Aziýa sebitiniň täze industrial ýurtlara Taýwan, Singapur, Günorta Koreýa we Malaýziýa degişli. İşläp taýýarlaýan senagatyň

ösüşine baglylykda şular ýaly ýurt dokma çig malynyň, poladyň we agyr maşyn gurluşyk önümleriniň importuna köp bil baglaýar we az möçberde – taýýar dokma önümleriniň, kagyz harytlarynyň we awtomobilleriň importuna bil baglaýar. Industrializasiýa baýlaryň täze synpyny we kiçiräk, ýöne hemişe ösýän orta synpyň ýüze çykmagyna çagyryýar, bulara täze görnüşli harytlar gerek, zerurlyklaryň käbir bölegini bolsa diňe importuň hasabyna kanagatlandyryp bolýar.

*Senagaty ösen ýurtlar.* Senagaty ösen ýurtlar senagat harytlarynyň esasy eksportýorlary bolup durýarlar. Bular öz arasynda senagat harytlarynyň söwdasyny edýärler we başga görnüşli hojalyk gurluşly ýurtlara bu harytlary çig mala hem ýarym taýýar önümlere çalyşmaga çykarýarlar. Önümçilik işleriniň uly möçberi we dürlüligi senagaty ösen ýurtlaryny öz täsirli orta synpy bilen dürli harytlar üçin baý satuw bazarlaryna öwürýärler. Senagaty ösen ýurtlara ABŞ we Günbatar Ýewropanyň ýurtlary degişli.

2) *ýurtda girdejileri paýlamagyň häsiýeti.* Girdejileri paýlamaklyga ýurduň diňe hojalyk gurluşynyň aýratynlyklary däl-de, eýsem, onuň syýasy ulgamynyň aýratynlyklary hem täsir edýär. Girdejileri paýlamak häsiýeti boýunça halkara marketing esasynda ýurtlary baş görnüşe bölüp bilýär:

- maşgala girdejisi örän pes derejeli ýurtlar;
- maşgala girdejisi, esasan, pes derejeli ýurtlar;
- maşgala girdejisi örän pes we örän ýokary derejeli ýurtlar;
- maşgala girdejisi pes, orta we ýokary derejeli ýurtlar;
- maşgala girdejisi, esasan, orta derejeli ýurtlar.

Mysal edip «Lamborgini» 455 müň amerikan dollarlyk bahasy bolan ulagyň bazaryny alaly. Birinji we ikinji görnüşli ýurtlarda ol örän kiçi bolar. Iň uly ýeke-täk bazar bu ulag üçin Portugaliýanyň bazary bolar (3-nji görnüşli ýurt), Ýewropada ykdysady taýdan entek doly ösmedik ýurt, ýöne onda öz jemgyýetçilik ýagdaýy we maşgalanyň abraýy barada alada-pikir edýän, şular ýaly ulagy satyn almaga ukyply köp gurply adamlar ýaşaýarlar.

### ***Syýasy-hukuk gurşaw***

Dürli ýurtlar özünüň syýasy-hukuk gurşawy bilen biri-birinden güýçli tapawutlanýarlar. Islendik ýurt bilen işçi gatnaşyklaryny kesgitlemegiň meselesi çözlende dört sany ýagdaýy hasaba almaly.

### *1. Daşary ýurtdan satyn alyşlara garaýyş.*

Käbir ýurtlar şular ýaly satyn alyşlara hoşniýetli, höwesli bolýar, käbiri bolsa otrisatel pikirli bolýar. Hoşniýetli garaýyşly ýurduň mysaly hökmünde Türkmenistany, Meksikany görkezip bolýar, olar birnäçe ýylyň dowamynda özüne daşary ýurtdan maýa goýumlary çekip, goýumçylara kärhanalary ýerleşdirmäge ýer saýlanda ýeňillikleri we hyzmatlary hödürleýärler. Başga tarapdan Hindistan eksportýorlardan import kwotalaryň berjaý edilişini talap edýär, käbir walýutalaryň ösmegine päsgel berýär, döredilýän kärhanalaryň ýolbaşçylygyna köp sanda öz raýatlaryny girizmek ýaly şertleri goýýar we başgalar. Şular ýaly päsgelçilikler üçin hindi bazaryndan *IBM* we *Coca-Cola* korporasiýalar gaýtdy.

### *2. Syýasy durnuklylyk.*

Ýurduň durnuklylygy geljekde ýene bir mesele bolup durýar. Hökümetler tiz-tizden çalyşýarlar we käwagt kursuň üýtgemegi örän güýçli bolup bilýär. Ýöne hökümet çalyşmasa-da ýurduň içindäki üýtgeşiklere ýurduň düzgüni jogap berip bilýär. Daşary ýurt kärhanasynyň eýeçiligini konfiskasiýa edip bilýär, walýuta rezerwi blokirläp, import kwotalary ýa-da täze salgytlary goýup bilýär. Halkara marketing boýunça hünärmenler gowşak, syýasy durnuksyz ýurtda telekeçilik işi bilen peýdaly meşgullanyp bilýärler. Ýöne bar bolan ýagdaý olaryň maliýe we işçi soraglarynyň ugruny häsiýetlerine täsir edip biler.

### *3. Walýuta çäklendirmeler.*

Üçünji ýagdaý walýuta çalyşygy bilen baglanyşykly çäklendirmelere ýa-da meselelere degişlidir. Käwagt hökümet öz walýutasyny blokirläp bilýär ýa-da ony başga walýutalara geçirmegi gadagan edýär. Satyjynyň, esasan, ulanyp biläýjek walýutasynda girdeji alasy gelýär. Gowy ýagdaýda ol öz ýurdunyň walýutasynda onuň bilen hasaplaşyp bilýär. Oňa mümkinçilik bolmasa, satyjy blokirlenen walýutany kabul eder, ýöne onuň walýuta satyp biljek harydy satyn alasy geler. Erbet ýagdaýda blokirlenen walýuta bilen iş salyşan satyjy onuň kärhanasynyň işleýän yerinden öz puluny alyp gaýtmaly bolýar ýa-da özüne çykdaýy edip, başga yerde satyp bilse, geçmeýän harytlar görnüşinde tölegi alyp bilýär. Walýuta

çäklendirmelerinden başga daşary ýurt bazarlarynda satyjy üçin walýutalaryň çalyşma kurslarynyň üýtgemegi bilen baglanyşykly mesele uly howp bolup biler.

Düzgün bolşy ýaly, halkara söwda nagt hasaplaşyga geleşikler bilen baglanyşykly bolýar. Ýöne ýurtlaryň köpüsinde başga ýurtlarda satyn alnan zatlar tölemek üçin gaty walýutanyň ýetmezçiligi ýüze çykýar. Käwagt olara pul bilen däl-de, başga zatlar bilen hasaplaşmaga aňsat düşýär, munuň özi ylalaşykly söwdanyň giňden ýaýramagyna getirdi. Ylalaşykly söwdanyň birnäçe görnüşi ýüze çykýar. Barter harytlaryň ýa-da hyzmatlaryň göni çalşygy bilen baglanyşykly. Öwezini dolmak usulynda satyjy başga ýurda kärhana, enjam ýa-da tehnologiýa satyp, tölegini şolarda öndürilýän önümler bilen alýar. Ylalaşykly satyn alyş usulynda satyjy tölegi nagt görnüşde alyp, şonuň bellibir bölegini şol ýurtda bellibir wagtda sowmaga ylalaşýar.

#### *4. Döwlet ulgamy.*

Dördünji ýagdaý bolup kabul edýän döwlet tarapyndan daşary ýurt kärhanalaryna kömek ulgamynyň netijeliliginiň derejesi çykyş edýär, ýagny ýurtda netijeli gümrük gullugynyň barlygy, telekeçileriň işlerine amatly, ýeterlik, doly bazar maglumatlarynyň elýeterliligi we başga ýagdaýlaryň barlygy bolup bilýär.

#### ***Medeni gursaw***

Her ýurduň öz döp-dessurlary, öz düzgünleri, öz gadagan edilen zatlary bolýar. Marketing maksatnamasyny işläp taýýarlamakdan öň daşary ýurt sarp edijisi dürli harytlaryň nähili kabul edýändigini we olaryň nähili ulanylýandygyny aýdyňlaşdyrmaly. Sarp edijä bazaryň görkezip biljek birnäçe garaşylmadyk ýagdaýlary şulardyr:

- ortaça hasap boýunça fransuz erkek kişisi kosmetikany we hajathana esbaplaryny zenanlara garanynda iki esse köp ulanýar;
- italyanlylara görä nemesler we fransuzlar çekilip gaplanan markaly unaş önümlerini köp sarp edýärler;
- italyan çagalary ýeňil garbanalga hökmünde iki bölek çöregiň arasynda şokoladyň plitkasyny goýup iýmegi gowy görýärler;
- Tanzaniýada çagalar kel ýa-da çaga dogurmaýan bolmaz ýaly ata-eneleri olara ýumurtga iýdirmeýärler.



Medeni gurşawy bilmezlik kärhananyň şowlulyga bolan mümkinçiliklerini peseldýär. Käbir güýçli amerikan marketing boýunça hünärmenler daşary ýurda çykanlarynda şowsuzlyga duş geldiler. *Kentukki frade chicken* firmasy Gonkongda 11 sany öz kärhanasyny açdy. Emma iki ýyldan olaryň hemmesi köýdi. Mümkin, Gonkongyň ýaşajylary gowrulan jüýjäni el bilen ýmegi birahat görendirler. *Mc'Donalds* firmasy Ýewropada özüniň birinji kärhanasyny Amsterdam şäheriniň eteginde açdy, emma satuwyň möçberinden tamasy çykmady. Firma şeýle ýagdaýy göz önünde tutmady, ýagny Ýewropada şäherlileriň köpüsi şäheriň merkezinde ýaşap, amerikalara görä hereketi az edýärler.

Ýurtlar biri-birinden işewürlük dünýäsinde-de olarda kabul edilen kadalar bilen hem tapawutlanýarlar. Başga ýurtda gepleşikleri geçirmekden öň şu aýratynlyklar barada maslahat almalydyr. Dürli ýurtlarda işde özüni alyp barmagyň birnäçe mysallary:

– latyn amerikanlylar iş gepleşiklerini gürründeşe ýakyn oturyp geçirmegi öwrenen;

– ýapon işewürleri ýüzbe-ýüz gürrüň geçirende hiç haçan diýen ýaly «Ýok» diýmeýärler;

– Fransiýada lomaý söwdagärler harytlaryň söwdasyny höweslendirmeýärler. Olar bölek-satuw söwdagärlerden olara gerek zatlaryny sorap, zerur haryt bilen üpjün edýärler.

Her ýurtda (ýurduň içindäki her sebitde hem) öz medeni dämp-dessurlaryny ileri tutýan we gadagan edýän zatlar bolýar – bularyň hemmesini halkara marketingi boýunça hünärmen öwrenmelidir.

## **10.2. Halkara bazara çykmagyň maksadalaýyklygy**

Kärhanalar halkara marketingi boýunça işe iki ýol bilen çekilýär:

– daşary ýurtda söwdany guramak boýunça haýyş bilen ýüzlenmek, meselem, başga ýerli eksportýor, daşary ýurt importýory ýa-da daşary ýurt hökümeti;

– kärhananyň özi daşary ýurda çykmak barada pikir edip başlaýar. Mümkin onuň önümçilik kuwwaty ýerli bazaryň zerurlyklaryndan

ýokary, mümkin ol daşary ýurtda amatly marketing mümkinçiliklerini görýändir.

Daşary ýurda çykmakdan öň kärhana öz halkara marketinginiň meselelerini we syýasy görkezmeleri anyk kesgitlemelidir:

1) daşky bazarlarda ol öz satuwynyň umumy möçberiniň haýsy %-ini amala aşyrmaga dyrjaşýar? Daşary ýurda çykyan kärhanalaryň köpüsi az-azdan başlaýarlar. Käbirleri şu ýörelgäni soňra hem saklaýarlar, ýagny daşary ýurt amallaryna öz telekeçilik işiniň az bölegi diýip seredýärler. Başgalar has uly meýilnamalary goýýarlar, ýagny daşary ýurt bazarlary ýerli bazarlar bilen deň ýa-da bulardan hem ähmiýeti boýunça uly diýip seredýärler.

2) kärhana näçe ýurtda marketing bilen meşgullanjagyny çözmeli. Sagat öndürýän kompaniýa *Bulova Watch* birnäçe (ýüzden köp) ýurtda öz işine başlady. Öz tagallalaryny ýáýradyp, ol diňe iki sany ýurtda özüne girdeji üpjün edip bildi we 40 mln amerikan dollarlyk çykdajyny ýitirdi.

3) kärhana haýsy görnüşli ýurtlarda işlejekdigini çözmeli. Ýurduň özüne çekijiligi hödür edýän harydyna, geografiki ýagdaýlara, girdejileriň derejesine, ilatyň düzümine we sanyna, syýasy ýagdaýa hem başga aýratynlyklara baglydyr. Satyjy ýurtlaryň bellibir toparlaryna ýa-da dünýäniň bellibir sebitlerine gowy niýetli bolup bilýär.

### ***Haýsy bazarlara çykmak barada çözügüt***

Kärhana bolup biljek daşary ýurt bazarlarynyň sanawyny düzüp, olary saýlamaly we tertipleşdirmeli. Meselem, *KMK* firmanyň geçiren derňewleri boýunça onuň üçin kompýuterleri satmagyň ähmiýetli bazarlary bolup, Angliýany, Fransiýany, Germaniýany we Italiýany ýüze çykardy. Angliýanyň, Fransiýanyň hem Germaniýanyň bazarlary möçberi boýunça deňräk, italýan bazarynyň potensialy bolsa olaryň her haýsysynyň 2/3 bölegini düzýär diýlen netije çykaryldy. Hemme ýagdaýlary hasaba alandan soň Angliýa ornaşmaly diýlen çözügüt kabul edilýär, sebäbi firmanyň harytlaryna degişlilikde, onuň bazary başgalaryňky ýaly uly, şol ýurduň dili we kanunlary onuňka meňzeş. Elbetde, Angliýada tapawutlar köp bolsa-da, onuň işçi gurşawy amerikan gurşawyna meňzeş hasaplanylýdy.

*Bazary saýlamak* – ýönekeý we çylşyrymly däl iş ýaly görünýär. Ýöne Angliýa saýlananda diňe dil we din boýunça meňzeşlik ýagdaýlaryna esaslanymalmy? Dalaşgär ýurtlary birnäçe talaplar boýunça toparlara bölüp bolýar:

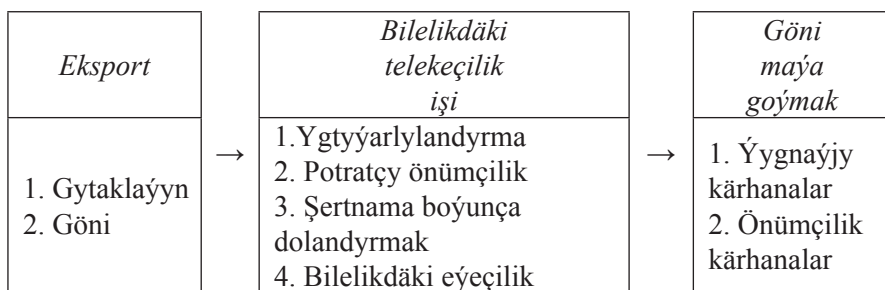
- 1) bazaryň ululygy;
- 2) bazaryň ösüşiniň dinamikasy;
- 3) işleri alyp barmak boýunça harajatlar;
- 4) bäsdeşlik artykmaçlyklary;
- 5) töwekgelçiligiň derejesi.

Tertipleşdirmegiň maksady kärhananyň goýlan maýalara uzak wagtly girdejini haýsy bazaryň üpjün etjekdigini kesgitlemek bolup durýar.

### 10.3. Halkara bazara çykmagyň usullary

Islendik ýurtda satuwy ýola goýjak bolsaň, kärhana saýlanan bazaryna çykmagyň iň gowy usulyny oýlap tapmaly.

Ol eksport, bilelikdäki telekeçilik işi we daşary ýurtda göni maýa goýmak bolup bilýär. Her bir soňky strategiki ugur özüne borçlaryň uly möçberini we uly töwekgelçiligi kabul etmegi talap edýär, ýöne has uly girdejini wada edýär. Daşary ýurt bazaryna çykmagyň hemme strategiýalary, her bir takyk ýagdaýda bolup biljek hereketleriň görnüşleri 19-njy suratda görkezilen:



19-njy surat. Daşary ýurt bazarlaryna çykmagyň strategiýalary

## ***Eksport***

Daşary ýurt bazarda işe girmegiň iň ýönekeý usuly bolup eksport çykyş edýär. Wagtly-wagtyndaky däl eksport – daşky bazara girmegiň gowşak derejesidir, onda kärhana käwagt öz artykmaç önümlerini eksportirleýär we harytlaryny daşary ýurt firmalarynyň görkezýän ýerli lomaý guramalaryna satýar. Işjeň eksport – takyk bazarda öz eksport amallaryny köpeltmek maksadyny goýan kärhanalar ýagdaýynda bolýar. Iki ýagdaýda-da kärhana hemme harytlaryny öz ýurdunda öndürýär. Eksporta olary şekili üýtgedilen we üýtgedilmelik görnüşinde hödürläp bilýär. Strategiýalaryň üç sany bolup biljek görnüşlerinden eksport kärhanalarynyň haryt assortimentine, onuň gurluşyna, kapital çykdaýlaryna we işleriň maksatnamasyna minimal üýtgemeleri girizmegini talap edýär.

Kärhana öz harydyny iki usul bilen eksport edip bilýär. Garaşsyz halkara marketing dellallarynyň hyzmatlaryny ulanyp bolýar (gytaklaýyn eksport) ýa-da eksport amallaryny özbaşdak (göni eksport) geçirip bilýär. Gytaklaýyn eksport – öz eksport işini ýaňy başlan kärhanalaryň arasynda has ýaýran: 1) ol az maýa goýumlary talap edýär. Kärhananyň daşary ýurtda öz söwda apparatyny edinmegi ýa-da şertnamalaryň toruny döretmegi hökman däl; 2) ol kiçi töwekgelçilik bilen baglanyşykly. Halkara dellallar – ýerli alyjy-eksportýorlar, ýerli eksport boýunça agentler ýa-da kooperativ guramalar şu işe özboluşly professional bilimlerini, hyzmatlaryny we başarnyklaryny goşýarlar, şonuň üçin, düzgün bolşy ýaly, satyjy ýalňyşlary az edýär.

### ***Bilelikdäki telekeçilik işi***

Daşary ýurt bazaryna çykmagyň ýene bir umumy ugry hyzmatdaşlykdyr – ýurduň täjirçilik kärhanalary bilen tagallalary birleşdirmekdir, maksady – önümçilik we marketing kuwwatlyklary döretmek bolup durýar. Bilelikdäki telekeçilik işinde eksportdan tapawutlylykda hyzmatdaşlyk emele gelýär, onuň netijesinde daşary ýurtda dürli önümçilik kuwwatlyklary döredilýär. Göni inwestirlemekden tapawutlylykda hyzmatdaş-ýurtda ýerli gurama bilen birleşik emele gelýär. Bilelikdäki kärhanalaryň dört görnüşi bar.

*Ygtyýarlylandyrma.* Halkara marketinge öndürijini çekmegiň has ýönekeý ýollarynyň biridir. Lisenziar (ygtyýarnamany berýän ýurt) lisenziat (ygtyýarnamany alýan ýurt) bilen daşary ýurt bazarynda ylalaşyga girip, önümçilik hadysasyna, haryt nyşanyna, patente, söwda syra ýa-da haýsam bolsa bir gymmat zady ulanmaga hukuk berilýär, onuň ýerine gonorar ýa-da ygtyýarnama hödürlenilýär. Lisenziar bazara minimal töwekgelçilik bilen çykýar, lisenziat bolsa noldan başlamaýar, sebäbi ol önümçilik tejribäni, gowy belli harydy ýa-da ady alýar. Ygtyýarnama amallarynyň kömegi bilen *Coca-Cola* firmasy halkara marketingi boýunça öz işini ýerine ýetirýär – dünýäniň dürli ýerlerinde dürli kärhanalara ygtyýarnamalary hödürleýär ýa-da aýratyn söwda hukuklaryny berýär, ýagny içgini öndürmek üçin gerek konsentraty firmanyň özi berýär. *TASA*-nyň *Coca-Cola Bottlers LTD* Bilelikdäki kärhanasy şonuň bir mysalydyr. *Gerber* firmasy ýapon bazaryna çagalar iýmiti üçin öz önümlerini çykardy. Ygtyýarlylandyrmagyň bolup biljek ýetmezçilikleri – özüniň döreden kärhanasyna görä lisenziata az gözegçilik edýär. Mundan başga-da, lisenziat gowy ýetişse, şertnamanyň möhleti gutaranda kärhana özüne bäsdeşi döredendigini ýüze çykaryp bilýär.

*Potratçy önümçilik.* İşleriň ýene bir görnüşi bolup, ýerli öndürijiler bilen haryt öndürmäge şertnama baglaşmagyň bir görnüşidir. *Sears* firmasy bu usuly Meksikada we Ispaniýada uniwermaglary açmak üçin ulandy, ýagny öz satýan harytlarynyň köpüsini öndürüp bilýän ýerli kwalifisirlenen öndürijileri tapdy.

Potratçy önümçiligiň ýetmezçiligi – önümçilik hadysasyna kärhananyň az gözegçiligi hem-de şonuň bilen baglanyşykda bolup biljek girdejileriň ýitgisi hasaplanylýar. Şol wagt hem ol kärhana işini çalt açmaga, az howp bilen we ýerli öndüriji bilen hyzmatdaşlyga geljekde içgin girişmäge ya-da onuň kärhanasyny satyn almaga mümkinçilik berýär.

*Şertnama boýunça dolandyrmak.* Kärhana harydy eksport etmän, dolandyryjy hyzmatlary eksport edýär. Bu usuly *Hilton Hotels Corporation* kompaniýasy dünýäniň dürli böleklerinde myhmanhanalaryň işini guramak üçin ulanýar. Kompaniýa dünýäniň 80-den gowrak ýurdunda 2800 sany myhmanhanalar degişlidir.

Şertnama boýunça dolandyrmak – daşary ýurt bazaryna az töwekgelçilik bilen çykmagyň we işiň başyndan girdeji almagyň usulydyr. Ýöne eger-de kärhananyň kwalifisirlenen dolandyryjylarynyň şaty çäkli bolsa we olary kärhananyň özi üçin uly peýda bilen ulanyp bolýan bolsa, ýa-da kärhananyň özbaşdak işleşşi has uly girdejileri getirip bilýän bolsa, bu usuly ulanmak amatly däl. Mundan başga-da, şertnama boýunça dolandyryş kärhanany birnäçe wagtlap ösdürmek mümkinçiliginden galdyrýar. 2010-njy ýylyň 22-nji maýynda kabul edilen Türkmenistanyň halkara şertnamalary hakynda Türkmenistanyň kanuny Türkmenistanyň halkara şertnamalaryny baglaşmagyň, ýerine ýetirmeginiň we güýjüni ýatyrmagyň tertibini kesgitleýär hem-de Türkmenistanyň Konstitusiyasynda ygylan edilen we berkidilen Türkmenistanyň daşary syýasatynyň maksatlarynyň we ýörelgeleriniň amala aşyrylmagyna ýardam etmäge niýetlenendir.

*Bilelikdäki eýeçilikdäki kärhanalar.* Bilelikdäki eýeçilikdäki kärhanalar – bu daşary ýurt we ýerli maýa goýumçylarynyň tagallalarynyň birleşigidir, onuň maksady ýerli täjirçilik kärhanasyny gurmakdan hem ony eýeläp, bilelikde dolandyrmaklykdan ybarat. Daşary ýurt investory ýerli kärhananyň paýyny özüne satyn alyp bilýär, ýerli kärhana daşary ýurt kompaniýasynyň bar bolan ýerli kärhanasynyň paýyny özüne satyn alyp bilýär ýa-da iki tarap hem bilelikdäki tagallalar bilen täze kärhana gurup bilýärler.

Bilelikdäki eýeçilikdäki kärhana syýasy ýa-da ykdysady pikirler boýunça zerur ýa-da bile işlenilýän zada gönükdirilýär. Kärhananyň taslamany ýekelikde amala aşyrmak üçin maliýe, fiziki ýa-da dolandyryş resursalarynyň ýetmezçiligi ýüze çykýar. Daşary ýurt hökümeti bilelikdäki eýeçiligi öz ýurdunyň bazaryna çykmaga ygtyýaryň şerti diýip hem şertleşip biler.

Bilelikdäki eýeçiligiň tejribesiniň bellibir ýetmezçilikleri bolýar. Hyzmatdaşlaryň maýa goýumlar, marketing we işleriň beýleki ýörelgeleri boýunça pikirleri bölünip bilner. Maýa goýýan kärhanalaryň köpüsi gazanan serişdeleriniň köpüsini öz işiniň çäginde giňeltmekde investiremäni gaýtalamak üçin ulanýarlar, ýerli kärhanalar bolsa aýlanyşykdan bu serişdeleri almagy ileri tutýarlar. Maýa goýýan kärhanalar uly orny marketinge berýän bolsalar, ýerli

maýa goýumçylar ony diňe satuwyň guralyşyna ynanýarlar. Mundan başga-da, bilelikdäki eýeçilik transmilli kompaniýasy bütindünýä möçberinde önümçilik we marketing gurşawynda takyk syýasy görkezmeleri durmuşa geçirmegi kynlaşdyryp bilýär.

### ***Göni maýa goýmak***

Bu – daşary ýurt bazaryna işe çekmegiň has doly görnüşi bolup, daşary ýurtda öz ýygnaýjy ýa-da önümçilik kärhanalaryny gurmaga maýa goýmak bolup durýar. Kärhananyň eksport işi ýygandygyça we daşary ýurt bazarynyň göwrüminiň ulaldygyça, daşary ýurtda önümçilik kärhanalary şu aşakdaky mese-mälim peýdany wada berýär:

1. Kärhana has arzan işçi güýjüniň hem has arzan çig malyň hasabyna puly tygşytlap bilýär – daşary ýurt hökümetleriniň daşary ýurt maýa goýumçylara hödürleýän ýeňillikleriniň hasabyna, ulag çykdajylaryny azaltmagyň hasabyna we ş.m. puly tygşytlap bilýär;

2. Kärhana iş orunlaryny döredip, özüne we hyzmatdaş ýurduna has amatly şekili üpjün edýär;

3. Kärhananyň kabul edýän ýurduň döwlet organlary, müşderileri, üpjün edijileri we distribýutorlary bilen has çuňňur gatnaşyklary emele gelýär, bu bolsa ýerli marketing gurşawyna öz harytlarynyň gowy hem ýaramly bolmagyna mümkinçilik berýär;

4. Kärhana öz maýa goýumlaryna doly gözegçilik edýär, şeýlelikde, önümçilik we marketing pudagynda syýasy görkezmeleri işläp taýýarlap, olaryň halkara möçberindäki uzak wagtlyk meselelerine jogap berip bilerler.

Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedow «Türkmenistanyň ykdysady strategiýasy: halka daýanyp, halkyň hatyrasyna» atly işinde şeýle belläp geçdi, ýagny «Daşary ýurt kompaniýalary tarapyndan önümçilik we durmuş-medeni ulgamda dürli desgalaryň gurluşygy giň gerime eýe boldy. 2010-njy ýylyň 1-nji ýanwaryndaky ýagdaýa görä, ýurdumyzda maýa goýumlarynyň özleşdirilmegine dünýäniň 25 ýurdundan daşary ýurt kompaniýalarynyň 117-si gatnaşdy. Şu senä çenli daşary ýurt kompaniýalary tarapyndan umumy bahasy 11,7 milliard amerikan dollaryna barabar bolan gurluşyklaryň 530-sy alnyp barylýardy».

### ***Marketing toplumynyň gurluşy hakda çözügüt***

Bir ýa-da birnäçe daşary ýurt bazarlaryna çykýan kärhana öz marketing toplumyny ýerli şertlere uýgunlaşdyrmalydygy barada pikirlenmeli. Sebäbi bir tarapdan, hemme ýerde standartlaşdyrylan marketing toplumyny ulanýan kärhanalar bolýar. Harydyň mahabatynyň, ýaýradýş ýollarynyň we marketing toplumynyň beýleki elementleriniň standartizasiýasy az harajatlary wada edýär, sebäbi bu elementlere uly üýtgeşikler girizilenok. Bu ýörelge *Coca-Cola* firmasynyň ideýasynyň esasynda dur, ýagny onuň içgisiniň tagamy dünýäniň dürli ýerlerinde bir bolmaly we *Ford* firmanyň niýetinde dur, ýagny dünýäniň ýurtlarynyň köpüsünde sarp edijileriň köpüsiniň isleglerine jogap berýän awtomobili döretmek, beýleki tarapdan bolsa uýgunlaşdyrylan marketing toplumynyň ýörelgesi bar, onda öndüriji toplumyň elementleri her bir aýratyn maksatly bazaryň özboluşlylygyna ýörite uýgunlaşdyrylýar, goşmaça harajatlary edip, özi üçin bazaryň has ýokary paýyny eýelejek bolup, has ýokary girdejini aljak bolýar. Meselem, *Nestle* firmasy ýurtdan ýurda öz haryt assortimentini we öz mahabatyny üýtgedýär. Bu iki polýusyň arasynda köp dürli görnüşler bar. Meselem, *Levy Strauss* firmasy bir görnüşli jinsilerini satyp, dürli ýurtlarda öz mahabatynyň esasy temasyny üýtgedýär.

Aşakda kärhananyň daşary ýurt bazaryna çykanda harydyny höweslendirmeginiň nyrhynyň we ýaýradýş ýollarynyň uýgunlaşdyrylyşynyň bolup biljek görnüşleri görkezilýär.

#### ***Haryt***

Suratda harydy höweslendirmegiň we onuň daşary ýurt bazaryna uýgunlaşdyrmagyň baş strategiýasy görkezilýär (*20-nji surat*).

*Üýtgedilmedik görnüşinde ýaýratmak* – bu daşary ýurt bazarlaryna haryt çykarylanda oňa hiç hili üýtgeşiklikler girizilmeýänligidir. Ýolbaşçylar şular ýaly ýagdaýda marketing hünärmenlerine şeýle görkezmäni berýärler: «Harydy bolşy ýaly alyň we oňa sargytçylary tapyň». Ýöne ilki bilen daşary ýurt sargytçylary haýsy harydy ulanýandygyny aýdyňlaşdyrmaly. Meselem, erkekleriň arasynda dezodorantlary ulanmagyň derejesi ABŞ-da 80%, Şwesiýada – 55%, Italiýada – 28%, Filippinlerde – 8%. Ispanlaryň köpüsi mesge we peýnir önümlerini iýmeýärler.



	<i>Harydy üýtgetmän saklamak</i>	<i>Harydy uýgunlaş- dyrmak</i>	<i>Täze harydy işläp taýýarlamak</i>
<i>Höweslendirmek strategiýasyny üýtgetmän saklamak</i>	1. Üýtgedilmedik görnüşinde ýaýratmak	3. Harydy uýgunlaşdyrmak	5. Täzeçilligi oýlap tapmak
<i>Höweslendirmek strategiýasyny uýgunlaşdyrmak</i>	2. Aragatnaşyk kommunikasiýany uýgunlaşdyrmak	4. Goşa uýgunlaşdyrmak	

**20-nji surat. Daşky bazara harydy uýgunlaşdyrmagyň  
we höweslendirmegiň baş strategiýasy**

Üýtgedilmedik görnüşinde ýaýratmak bir ýagdaýda şowly, başga ýagdaýda şowsuz bolup bilýär. *General Foods* firmasy britan bazaryna «Jello» desertini adaty poroşok görnüşde goýberende, britan sarp edijileri ony briket ýa-da köke görnüşinde satyn almagy ileri tutýan ekenler. Üýtgedilmedik görnüşinde ýaýratmak – oýlap-tapyjylar (*HIOKP*) bölümi üçin goşmaça çykdaýlary, önümçiligi abzallaşdyrmagy ýa-da höweslendirmek tejribesine üýtgemeleri girizmegi talap etmeýär. Ýöne uzak wagtlaýyn bolanda ol gymmat iş bolup bilýär.

*Harydy uýgunlaşdyrmak* – bu haryda ýerli şertlere laýyklykda üýtgeşmeleri girizmekligi çak etmeklikdir. *Hayns* firmasy çagalaryň iýmiti üçin öz önümlerini bazara görä üýtgedýär. Meselem, Awstraliýada ol goýnuň beýnisinden üwmeç, Niderlandlarda – reňkli noýbadan üwmeç hödürleýär. *General Foods* firmasy dürli kofe garyndylaryny: angliýalylar üçin süýtli (bular kofäni süýt bilen içýärler), fransuzlar üçin goşundysyz (gara kofe içýärler) we latyn amerikalylary üçin sikoriý goşup (sikoriýiň tagamyny gowy görýärler) taýýarlaýar.

*Täzeçilligi oýlap tapmak* – täze zady döretmekden ybarat bolup durýar. Bu hadysa iki görnüşde bolup bilýär:

*Regressiw oýlap tapmak* – ýurduň zerurlyklaryny kanagatlandyrmak üçin gowy amatlylygy bolan, öň bar bolan görnüşlerde harydyň goýberilişini täzedan barlamak. Meselem, *National Cash Register (NCR)* firmasy herekete getiriji ruçkaly kassa enjamlarynyň önümçiligine täzedan başlady, bulary häzirkizaman enjamlaryna görä iki esse arzan satyp bolýardy we köp mukdarda olary Gündogar, Latyn Amerikasynyň ýurtlarynda we Ispaniýada satyp başlady. Bu mysal harydyň halkara ýaşaýyş döwrüniň bardygyny duýdurýar, sebäbi dürli ýurtlar şol bir wagtda bellibir harytlary özleşdirmäge taýýarlygynyň dürli derejesinde bolýarlar.

*Progressiw oýlap tapmak* – beýleki ýurtlarda bar bolan zerurlygy kanagatlandyrmak üçin täze harydy işläp taýýarlamak. Meselem, ykdysadyýeti pes ösen ýurtlarda belogynyň köp mukdary bolan arzan iýmit önümlerine uly zerurlyklar bar. *Quaker Oats, Swift* we *Monsanto* ýaly firmalar bu ýurtlaryň iýmit zerurlyklaryny öwrenýärler, täze iýmit önümlerini we täze mahabat kompaniýalaryny işläp taýýarlaýarlar, täze harytlaryň synagly ulanylyşyny we özleşdirilişini üpjün etjek bolýarlar. Täzeçilligi oýlap tapmak peýdasyz iş bolup görünýär, ýöne gowy netije hem berip bilýär.

**Höweslendirmek** – kärhana ýerli bazarlarda ulanýan höweslendirmek strategiýasyny hemme ýerde ulanyp bilýär ýa-da şu strategiýany her bir ýerli bazara laýyklykda üýtgedip bilýär.

Meselem, köp transmilli kompaniýalar mahabatyň bir standart temasyny dünýäniň ähli ýurtlarynda ulanýarlar. Mahabaty ownuk zatlarda, meselem, reňkde üýtgedýärler. Latyn Amerikasynyň ýurtlarynyň köpüsünde goýy gyzyl reňki ölüm bilen baglanyşdyrýarlar; Ýaponiýada ak reňk – ýas reňki hasaplanylýar; Malaýziýada – ýaşyl reňki tropiki ysytma bilen baglanyşdyrýarlar. Käwagt atlary hem üýtgetmeli bolýar. Meselem, Germaniýada ümür aňladýan söz inlisçe ders diýen manyny berýär, ýelmeşýän skoç lentasy gymmatlyk manysyny berýär. Ispaniýada *Chevrolet* firmanyň bir ulagynyň ady «Nowa» – ol «Bu bolmaz» diýlen söz düzümi hökmünde kabul edilýär. Şwesiýada *Elen Kertis* firmasy «Agsamky» şampunynyň adyny «Gündizki» ada üýtgetmeli boldy, sebäbi şwedler saçlaryny irden ýuwyarlar.

Käbir kärhanalar öz halkara işinde mahabatynyň temalaryny üýtgedýärler. Tigr öndürýän *Shwinn* firmasy ABŞ-daky mahabatynda lezzet temasyny, Skandinawiýa ýurtlaryndaky mahabatynda bolsa howpsuzlyk temasyny peýdalanýar.

Mahabat serişdeleriniň hem halkara möçberinde uýgunlaşdyrylmagy talap edilýär, sebäbi olaryň elýeterlilik ýurtdan-ýurda üýtgeýär. Germaniýada täjirçilik mahabaty agşam jemi bir sagat berilýär, mahabat berijiler teleýaýlymlardan birnäçe aý önünden wagty satyn almaly bolýarlar.

Şwesiýada teleýaýlymlarda täjirçilik mahabata wagt berilmeyär. Fransiýada we Skandinawiýa ýurtlarynda radiomahabat ýok. Italiýada žurnallar mahabatyň esasy serişdesi bolup hasaplanylýar, emma ol Awstriýada az ähmiýetli orny eýeleýär. Birleşen Korollykda gazetler – umumymilli mahabatyň serişdesi, Ispaniýada – ýerli mahabatyň serişdesi hasaplanylýar.

**Nyrh** – öndürijiler, köplenç, daşary ýurt bazarlarynda öz harytlaryna has pes baha soraýarlar. Girdeji, mümkin, pes bolar, ýöne pes baha harydyň satuwyny guramak üçin gerek. Öndüriji bazaryň paýyny eýelemek üçin pes baha belläp bilýär. Mümkin onuň öz ýurtda bazary ýok bolan harytlary önümiň düşýän bahasyndan pes bahadan hödürläsi gelýändir. Daşary ýurt bazarlarynda ýerli bazara görä, haryt pes bahadan hödürlenilýän ýagdaýyna demping diýilýär. *Zenit* firmasy ýapon öndürijilerine garşy olar ABŞ-da telewizorlaryň dempingini ulanýarlar diýip günäkärleýär. Demping ýagdaýy ýüze çykarylanda ABŞ-nyň gümrük býurosy harydyň dempingine garşy paç goýup bilýär.

**Ýaýradys ýollary** – halkara bazaryna çykýan kärhana, ol öz harytlaryny soňky sarp edijilere çenli eltmegiň meselelerine toplumlaýyn seredýär. 21-nji suratda satyjynyň we soňky alyjynyň arasyndaky üç sany esasy baglaşdyryjy bölekler görkezilýär.

Satyjy	→	Halkara marketingiň gullugy satyjynyň ştabkwartirasynda	→	Döwletara ýollar	→	Döwletiň içindäki ýollar	→	Soňky ulanyjylar ýa-da alyjylar
--------	---	---	---	------------------	---	--------------------------	---	---------------------------------

**21-nji surat. Halkara marketinginde ýaýradys ýolunyň umumy gurluşy**

Birinji bölek – satyjynyň guramasynyň ştabkwartirasy, ol ýaýradys ýollarynyň işine gözegçilik edýär we şol bir wagtda ýaýradys ýollarynyň bir bölegi bolup durýar. Ikinji bölek – döwletara ýollar – daşary ýurtlaryň serhetlerine çenli harytlary eltmegi üpjün edýär. Üçünji bölek – döwletiň içindäki ýollar – daşary ýurt serhedini kesip geçýän nokatlaryndan soňky sarp edijilere çenli harytlary eltmegi üpjün edýär. Öndürijileriň köpüsi haryt olaryň elinden çykandan soňra öz işlerini gutardy diýip hasap edýärler. Emma olar daşary ýurt döwletiň içinde harydyň hereket hadysasyna üns bilen seretmelidirler.

Dürli ýurtlarda harytlary ýaýratmak döwletiň içindäki ýollary biri-birinden tapawutlanýarlar. Her bir aýry-aýry daşary ýurt bazarynda hyzmat edýän dellalaryň sanynda we görnüşlerinde uly tapawutlar bar. Ýaponiýanyň bazaryna sabyn eltjek bolsa *Procter&Gamble* korporasiýasy dünýäde iň kyn ýaýradys ulgamy bilen iş salyşmaly bolýar. Korporasiýa harydy giň garyşyk assortimentli lomaý alyja satmaly, ol öz gezeginde harytlaryň şu assortiment topary boýunça ýöriteleşdirilen lomaý alyja, ol ýöriteleşdirilen kiçi lomaý alyja, ol sebit derejesindäki lomaý alyja, ol ýerli lomaý alyja, ol soňra bölek-satuw söwdagärlerine satýar. Haryt hereketiniň ulgamynda şeýle hemme derejeleriň barlygy sebäpli sarp ediji üçin harydyň satuw nyrhynyň birinji importýor üçin nyrhy bilen deňeşdireniňde 2-3 esse ýokary bolup biler. Şol sabyn tropiki ýurtlarda satylanda korporasiýa ony lomaý alyjy–importýora satýar, ol soňra uly satyja, soňra ownuk satyjylara, olar bolsa aýlanyp satýarlar.

Ýene bir tapawut daşary ýurtda bölek-satuw kärhanalarynyň ululygyna we häsiýetlerine baglylygydyr. ABŞ-da uly möçberli bölek-satuw torlar bar, beýleki ýurtlarda bölek-satuw söwdanyň uly bölegi ownuk garaşsyz söwdagärleriň sanynyň köplüğine degişli. Hindistanda millionlarça bölek-satuw söwdagärler bar, olar harytlaryny kiçi dükanlarda ýa-da bazarlarda oturyp satýarlar. Olar ýokary goýumlary belleýärler, ýöne harydyň soralýan bahasyny söwdalaşyp, ony peseldip bolýar. Bahalary peseltmäge uniwersamlar ýardam edip bilýärler, ýöne ykdysady we medeni häsiýetli päsgelçilikler sebäpli olary açmak kyndyr.

### ***Marketing gullugynyň gurluşy hakynda çözügüt***

Kärhanalar halkara marketingi boýunça öz işiniň dolandyrylyşyny azyndan üç dürli usul bilen guraýarlar. Köpüsi ilki bilen özünde eksport bölümi, soňra halkara filialy döredýärler, soňundan transmilli kompaniýalara öwrülýärler.

*Eksport bölümi* – kärhana öz harytlaryny daşary ýurda iberip başlanda adaty marketinge çekilýär. Eger-de daşary ýurt söwdasy ösýän bolsa, kärhana özünde eksport bölümini döredýär, ol satuw gullugynyň dolandyryjysyndan we birnäçe kömekçiden ybarat bolýar. Satuwyň soňky ösüşine görä eksport bölümi hem ulalýar, onuň düzümine dürli marketing gulluklar goşulýar, bu bolsa işleri has gazaply alyp barmaga mümkinçilik berýär. Eger-de kärhana bilelikdäki kärhanalary gurup ýa-da göni maýa goýmak bilen meşgullanyp başlasa, bir sany eksport bölüm az bolýar.

*Halkara filial* – kärhanalaryň köpüsi birnäçe halkara bazarlaryna we birnäçe bilelikdäki kärhana çekilen bolýarlar. Bir ýurtda kärhana eksport bilen meşgullanyp bilýär, beýleki ýurtda – ygtyýarlylandyryma, üçünjisinde – bilelikdäki eýeçilikdäki kärhanalar bilen, dördünjisinde – öz bölünip aýrylan kompaniýasyny açyp bilýär. Bu halkara işe gözegçilik etmek üçin kärhana ir-u-giç halkara filialy ýa-da ýörite bölünip aýrylan kompaniýasyny döretmeli bolýar. Halkara filialyň başynda öz Prezidenti bolmaly, ol bu filialyň maksatlaryny, býujetini kesgitlemeli we dünýä bazarynda kärhananyň işini giňeldilmegine jogap bermeli.

*Transmilli kompaniýa* – käbir kärhanalar halkara şahamçanyň derejesinde işleriň möçberlerinden geçip, birnäçe milli guramalar bolýarlar. Olar ýaly kärhana özi barada käwagt daşary ýurtda telekeçilik bilen meşgullanýan milli bazaryň işgäri diýip pikir etmän, eýsem, dünýä bazarynyň işgäri diýip pikir etmeli bolýar. Şular ýaly kärhananyň ýokary we işjeň ýolbaşçylary bütin dünýä möçberinde önümçiligiň, marketing syýasatynyň, pul serişdeleriniň hereketiniň we maddy-enjamy üpjünçiligiň ulgamyny meýilnamalaşdyrmaga çekilýär. Bütindünýä möçberinde işler bilen meşgullanýan bölümler halkara filialyň ýolbaşçysyna boýun bolman, umumy kärhananyň direktor – ýolbaşçy ediji ýa-da ýerine ýetiriji komitetine boýun

bolýarlar. Şular ýaly kärhananyň ýolbaşçy işgärlerini ýöne ýerli ýa-da halkara bazarynda işe taýýarlamak däl-de, dünýä möçberinde işe taýýarlaýarlar. Ýolbaşçylary köp ýurtlaryň wekillerinden düzýärler; ýygnaýjy detallary we kömekçi materiallary arzan durýan ýerlerden alýarlar, bu işler maýa goýumlary uludan gaýtarylyp berilse, şol ýerde hem edilýär.

Soňra öz ösüşi bilen gyzyklanýan firmalar transmilli kompaniýalara köpräk öwrülmelidirler. Öz daşary ýurt amallaryny ikinji ýerde duran zat diýip seredýän etnosentriki firmalardan olar bütin dünýäni bir bazar hasap edýän geosentriki kompaniýalara transformirlenmelidirler.

## **XI BAP**

### **MARKETING BILEN JEMGYÝETIŇ ARAGATNAŞYKLARYNYŇ DERŇEWI**

Marketing boýunça hünärmenler alyjylaryň zerurlyklaryna düşünişip, olara laýyk nyrhlar boýunça harytlary hödürleýärler, bu harytlaryň alyjylar üçin satyn alnyşynyň peýdalylygyny we satyjylar üçin girdeji almagyny üpjün edýärler. Marketing konsepsiýasy – bu hyzmat etmegiň we özara peýda almagyň ylmy ulgamydyr. Onuň ulanylyşy millionlarça sarp edijileriň hemişe üýtgäp durýan zerurlyklaryny kanagatlandyrmaga ykdysadyýeti ugrukdyrýar.

Ýöne hemme marketing tejribesi bu nazaryýet görkezmeler bilen ýöremeýär. Käbir aýry-áýry şahsyýetler we kärhanalar şübheli marketing usullaryny ulanýarlar. Käbir hususy marketing şertleşikleri köp şahsyýetler üçin çuňňur netijeleri bilen baglanyşyklydyr. Meselem, çilimleriň söwdasyny alsak, kärhanalaryň çilimi satmaga, çilim çekýänleriň – olary päsgelsiz satyn almaga haky bar. Bu hususy şertleşikler umumy jemgyýet tarapyndan gyzyklandyrylýar:

1. Çilim çekýän öz ömrüni azaldýar;
2. Çilimi satyn almak – çilim çekýäniň maşgalasy we umuman jemgyýet üçin goşmaça zulum bolup durýar;

3. Çilim çekýäniň ýanyndakylar tüssäni özüne çekip, öz saglygyna zyýan ýetirýärler.

Bu çilimi gadagan etmek diýmek däl. Bu mysal hususy şertleşikleriň jemgyýet durmuşynyň meselelerine degýändigini görkezýär.

## 11.1. Jemgyýet tarapyndan marketinge tankyt

Käbir tankytçylar marketingi individual sarp edijileri umuman jemgyýete we başga täjirçilik kärhanalara zyýan ýetirýärler diýip tassyklaýarlar.

*Individual sarp edijilere marketingiň täsiri*

Tankytçylar marketingiň ulgamyny şu aşakdakylaryň hasabyna sarp edijilere zyýan ýetirýärler diýip günäkärleýärler:

- 1) ýokary nyrhlar;
- 2) ýalňyşdyrma usullaryny ulanmak;
- 3) harytlary mejbur edip satmak usullaryny ulanmak;
- 4) pes hili we ulanylyşda howply harytlary satmak;
- 5) harytlary meýilnamalaşdyryp köneltmek tejribesini ulanmak;
- 6) garyp düşen sarp edijilere pes derejede hyzmat etmek.

*Ýokary nyrhlar.* Tankytçylaryň köpüsi marketing ulgamyny – nyrhlaryň ýokary derejesine ýardam edýärler diýip günäkärleýärler. Onda üç ýagdaýy görkezilýär.

Harytlary ýaýratmagyň ýokary harajatlary. Betnebis dellallar hyzmatlaryň bahasyndan ýokary goýumlary belleýärler diýip öňden aýdylýar. Ýaýratmagyň harajatlarynyň iň esasly derňewleriniň biri «Harytlary ýaýratmak better gymmat düşýän däldir-ä?» diýen işde çap edilen. Derňewler – satuwyň we ýaýradlyşynyň guralyşy boýunça harajatlaryň paýy umumy harajatlaryň jemine gatnaşykda 1850-nji ýylda 20%-den 1920-nji ýylda 50%-e çenli ösendigini görkezdi. Awtorlar harytlary ýaýratmagyň harajatlary hetdenaşa ýokary diýip netijä geldiler – olar söwda tagallalarynyň gaýtalanýşy, söwda nokatlarynyň örän köp sany, hyzmatlaryň örän uly möçberi, söwda markalarynyň we gerekmejek mahabatyň örän köp mukdary diýip bellediler. Nädogry maglumatlaryň esasynda sarp edijileriň harytlary

satyn alşy distribýutorlaryň arasynda – harajatlar barada hakyky bilimleriniň ýoklugy, dolandyryşyň we meýilnamalaşdyryşyň pes derejesi, nyrhlaryň akylsyz syýasatynyň esasynda ulanylyşy diýlip belenildi.

Bu günlere bölek-satuw söwdagärler şeýle delilleri görkezýärler:

– dellallar öndürijileriň ýa-da sarp edijileriň ýerine ýetirýän etmeli işlerini edýärler;

– goýumlaryň ösüşi sarp edijilere gerek hyzmatlaryň kämilleşdirilişini görkezýär: uly rahatlygy üpjün etmek, has giň assortimentli we uzak iş wagtly uly dükanlary açmak, harytlary yzyna tabşyrmagyň has peýdaly şertleri we ş.m.;

– dükanlary saklamak üçin harajatlar ösýär, bu bolsa bölek söwdagärlere bahalary ýokary galdyrmagy mejbur edýär;

– bölek-satuw söwdada bäsdeşlik güýçli, şonuň üçin söwdagärleriň arassa girdejisi pes bolýar. Meselem, salgytlar tölenensoň uniwersamlaryň torlarynyň girdejisi satuwyň jeminden 1% bolýar.

Mahabat we satuwy höweslendirmäge uly çykdajylar. Şol bir wagtyň özünde hem häzirki zaman marketingi intensiw mahabat we satuwy intensiw höweslendirilişi üçin bahalary ösdürýär diýip günäkärleýärler. Meselem, aspirin tabletkalarynyň gowy belli markasynyň 12-siniň hem-de az belli markaly tabletkalaryň 100-üsiniň bahasy deň bolýar. Tankytçylar şeýle pikir edýärler: eger-de sarp ediş harytlary köp mukdarda satylan bolsa, olaryň nyrhлары pes bolardy. Differensirlenen harytlaryň, ýagny kosmetika, ýuwujy serişdeler we hajathanada ulanylýan zatlaryň satuw bahasyna gaplamagyň we höweslendirmekligiň harajatlary goşulýar, olar bölek söwdagär üçin öndürijiniň üpjün eden harydynyň bahasyndan 40% ýokary bolup bilýär. Gaplamagyň we höweslendirmegiň köpüsi haryda funksional gymmatlygy däl-de, goşmaça psihologiki gymmatlygy berýär. Bölek-satuw nyrhlar ýokary bolýar hem-de şu sebäpli – bölek söwdagärleriň özleri goşmaça satuwy höweslendirip, mahabat berýärler, ýeňillik talonlaryny hödürleýärler, dürli oýunlary guraýarlar we ş.m.

Telekeçiler bu meselä şeýle jogap berýärler:

– sarp edijileri harydyň diňe funksional jähtleri gyzyklandyrmayar. Olar özüni baý, owadan, beýlekilere meňzeş bolmadyk haryt-



lary satyn alanlarynda, şol bir wagtyň özünde ideýalary satyn alýarlar. Öndüriji bazar ideýalaryny dördenden soň, sarp ediji olara tölemäge taýyn bolýar. Düzgün bolşy ýaly, sarp ediji islese, harydyň funksional görnüşini hem pes bahadan satyn alyp bilýär;

– alyjylara ynamlylygy siňdirmek üçin harytlara markaly atlary bermegiň tejribesi ulanylýar. Markaly at hiliň bellibir derejesini görkezýär we sarp edijiler azrak gymmat bolsa-da, gowy hem belli markalaryň harytlaryny satyn almaga taýyn;

– intensiw mahabat – millionlarça bolup biljek alyjylary markaly harydyň barlygy we onuň gowulygy barada maglumat bermegiň aýdyň we peýdaly usulydyr. Eger-de sarp edijiler bazarda nämäniň bardygyny bilesleri gelse, olar öndürijilerden mahabat edilen uly çykdajylaryna garaşmaly bolýar;

– intensiw mahabat we satuwy höweslendirmek kärhana üçin hökman bolmaly, sebäbi ol bäsdeşler bilen işleýär. Aýry-áýry kärhana bäsdeşlere görä az çykdajy etse, bazaryň eýeleýän paýyny ýitirip bilýär. Şol wagt hem kärhanalar satuwy höweslendirmäge edilýän çykdajylara üns bilen seredýärler, serişdelerini rejeli ulanýarlar;

– wagtly-wagtyndaky satuwyň intensiw höweslendirilmegi gerek, sebäbi köpçülikleýin önümçilik şertlerinde harytlary öňünden öndürüp, islegiň başlangyç tapgyrynda haryt gorlaryny satmak üçin alyjylara bellibir gyzyklandyryjy sebäpleri hödürlemeli.

Has ýokary goýumlar. Tankytçylar senagatyň käbir pudaklary öz harytlaryna ýokary goýumlary bellemek bilen günä gazanýarlar diýip belleýärler. Meselem, derman senagatyny görkezýärler. Bir dermanyň öndürilişine 5 teňňe harajat edilen bolsa, ol sarp edijä 40 teňňä düşýär. Telewizorlary we ulaglary bejermekde bar bolan ýokary goýumlary görkezýärler.

Telekeçiler bu meselä şeýle jogap berýärler:

– hakykatdan sarp edijilerden peýda görýän wyždansyz peýda çapýanlara duş gelinýär, sarp edijileriň bähbitlerini goraýan dürli guramalar şular ýaly täjirleriň hereketleri barada habar bermeli;

– täjirleriň köpüsi özüni wyždanly alyp baryp, sarp edijiler tarapyndan ýene-de sargytlara garaşýarlar;

– sarp edijiler ýokary goýumlaryň hakyky sebäplerine düşümeýärler. Derman serişdelerine ýokary goýumlar – satyn almaga, satuwy höweslendirmäge we bar bolan dermanlaryň ýaýradylýşyny guramaga, täze, has netijeli derman serişdelerini döretmek we işläp taýýarlamak boýunça derňewleri geçirmäge uly çykdajylary ýapmak üçin gerek.

*Ýalňyşdyrma usullaryny ulanmak.* Telekeçileri ýalňyşdyrma usullaryny ulanýarlar diýip ýygy-ýygydan günäkärleýärler, şonuň netijesinde sarp ediji has ähimýetli gymmatlygy alyandygyna ynanýar. İşleriň käbir pudaklarynda bulara edilýän arz-şikaýatlaryň sany orta derejäniň görkezijilerinden ýokary. Has betpäl bozujylar bolup daşary ýurt ätiýaçlandyryş kompaniýalar (polýuslar awtomatiki tüzelenýär ýa-da döwlet tarapyndan güwä geçilen diýip nygtaýarlar), neşirýatlar (taslanan bahana bilen abunaçylar şertleşige girýärler), ýaşayan jaýlary täzelemek boýunça potratçy guramalar (ýityän aldawajyň taktikasyny ulanýarlar), ulaglary bejermek boýunça ussahanalar – pes bahalary mahabat edip, soňra uly bejeriş işleriň zerurlygyny ýüze çykarýarlar, pes temperaturaly öý sowadyjlary bejermek boýunça potratçylar (tygşylylygyň jemleri barada ýalan maglumatlary berýärler), gaýybana okuw jaýlary (öz uçurymlary üçin işe ýerleşdirmek mümkinçiliklerini ulaldýarlar), söwda awtomatларыnyň firmalary (öz awtomatларыnyň iň amatly ýerlerde ýerleşýändigini barada ýalan güwäleri berýärler), tans mekdepleri (okuwa garrylary kabul edýärler, okuw bolsa olaryň orta ýaşayşynyň möhletleriniň çäklerinden uzak), lukmançylyk enjamlary satýan firmalar (öz önümleriniň bejeriş häsiýetlerini ulaldýarlar) çykýş edýärler.

Mahabatyň azatlygynyň tarapdarlary üç sany delili öňe sürýärler:

– telekeçileriň köpüsi ýalan hereketleri we usullary ulanmakdan gaçýarlar, sebäbi geljekde bu olaryň işewürligine ýaramaz täsir edip biler. Sarp ediji garaşan zadyny almasa, has ynam bildirýän telekeçilere öwrülýär;

– sarp edijileriň köpüsi mahabatyň ýalandygyndan we harytlary satyn alanlarynda sagdyn ynanmasyzlykdan (skeptisizmden) ugur alýarlar;

– bellibir çäkde mahabaty öwüp, arşa çykarmak hökman we zerur hasaplanylýar.

*Harytlary mejbur etmek usullaryny ulanmak.* İşleriň käbir pudaklaryndaky söwda agentleri mejbur ediş satuw usullaryny ulanmakda adamlaryň pikir etmedik harytlaryny mejbur edip satyn aldyrýarlar diýlip günäkärlenilýärler. Ensiklopediýalary, ätiýaçlandyryşy, gozgalmaýan emläk we zergärlik önümlerini satyn almaýarlar – olary satýarlar diýip belleýärler. Kommiwoýažorlary (gezme söwda agenti) gowy işlenilen (öwredilen), ýat tutulan, delillendirilen gürrüň geçirmek üçin sarp edijileri özüne çekdirip, harytlary satyn aldyrýarlar. Olar «güýçli satuwyň» usullaryny ulanýarlar, sebäbi satuwyň iň ýokary görkezijilerini üpjün edip bilen satyjylara söwda bäsleşikleri uly sowgatlary wada berýär.

Telekeçiler sarp edijini gerek bolmadyk harydyny satyn almaga yryp bolýandygyny boýun alýarlar. Kommiwoýažorlar iş saparynyň maksady – harydy satmak diýip pikir edýär. Alyja üç gün berlip, onuň dowamynda ol pikir edip, şertleşigi ýatyryp bilýär. Mundan başga-da, mejbur edip satuw geçirilen bolsa, ol arz-şikaýat bilen ýüz tutup bilýär.

*Pes hilli ýa-da howply harytlary satmak.* Ýene bir tankydy bellik – harytlarda zerur bolan häsiýetleriň ýoklugydyr:

- harytlar gowy taýýarlanmady diýlip arz edilýär. Eger-de sarp ediji ýetmeýän knopkaly, ruçkaly, tarkyladaýan harydy almakdan ýüz öwren bolsa, şol harydyň ýygirtly, ululygy nädogry, detallary gowşak, ýagy akyp duran, jygyldaýan bolaýmagy mümkin. Ulaglar barada şikaýatlaryň sany orta derejeden ýokary. ABŞ-nyň Sarp edijiler soýuzy garaşsyz seljeriş guramadyr. Sarp edijiler üçin hasabatlary çap edip, 32 sany awtomobili synagdan geçirip, her haýsynda dürli ýetmezçilikleri ýüze çykardy. Mundan başga-da, jaýlary we ulaglary, dürli elektro-durmuş enjamlaryny we taýýar eşikleri bejermek boýunça hem köp arz-şikaýat gelýär,

– käbir harytlara hiç hili sarp edijilik peýdalary edilenok diýlip arz-şikaýat edilýär. Sarp edijiler – ertirlik üçin dänelerden taýýarlanan gury tagamlaryň iýmitlik gymmatynyň ýoklugyny bilip, haýran galýarlar,

– harytlara goýlan howply häsiýetleri: elektro-durmuş enjamlarynyň elektrik howpy barada, durmuş gyzdyryjylaryndan tutujy

gaz bilen zäherlenmek, gazonlary arassalaýan enjamlardan barmaklary zaýalamagyň howpy, ulaglaryň dolandyryş ulgamlarynyň ygtybarsyzlygy barada arz-şikaýat edilýär. Senagatyň käbir pudaklarynda döreýän harytlaryň hil meselelerini birnäçe sebäpler boýunça – öndürijiniň perwasyzlyk gatnaşygy, harytlaryň çylşyrymlylygy, işgärleriň pes taýýarlylygy, hiline pes gözegçiligi bilen düşündirip bolýar.

Beýleki tarapdan birnäçe ýagdaýlar öndürijileri öz harytlarynyň hili barada alada etmäge mejbur edýär:

1. Iri öndürijiler öz abraýy barada pikir edýär. Kärhananyň bir harydyndan garaşýan netijesi çykmadyk sarp ediji onuň beýleki önümlerini satyn alman biler;

2. Uly bölek-satuw söwdagärler ýokary hilli önümleriň satyjysy diýlen abraýy gazanjak bolup, umumy-milli ýaýradylýşynyň markalaryny we öz hususy markalaryny saýlamaly bolýarlar;

3. Sarp edijileriň dürli birleşikleri pes hilli ýa-da howply harytlaryň çykmagyna gözegçilik edýärler.

*Harytlaryň meýilleşdirilenden soňky könelmeginiň tejribesini ulanmak.* Senagatyň käbir pudaklarynda öndürijiler harytlary hakyatdan-da çalyşmaga zerurlyk döreýänçä olary düşüňjeli köneler ýaly edýärler diýip tankytçylar nygtaýarlar. Könelmegiň üç görnüşi bar.

Daşky görnüşiniň meýilleşdirilen könelmesi – harytlaryň daşky görnüşiniň ýaramazlygy barada ulanyjylaryň pikirini üýtgetmek maksady bilen öndürijileriň ulanýan ugry. Şular ýaly günä ýüklemeleri zenanlaryň we erkekleriň eşikleriniň, ulaglaryň, mebeleriň öndürijilerine we jaý gurýanlaryň garşysyna çykarýarlar. Ýene bir mysal – *Detrote* korporasiýasynyň öndürýän ulaglarynyň stilli bezelişiniň her ýylky üýtgeşikleri bolup biler.

Meýilleşdirilen funksional könelme. Harytdan hakyatdan hem özüne çekiji häsiýetlerini aýyrmak, olaryň edil şol wagt ýoklugy we soňra olaryň goşulyşy onuň ir çalyşyrlmagyna ýardam etjek syýasatyny öndürijileriň ulanýan usulydyr. Mysal hökmünde ulag öndürijileriň hereketlerini görkezip bolýar – olar ulaglarda birnäçe kämillikleri, ýagny olaryň howpsuzlygyny güýçlendirmäge degişli,

zyýanly maddalaryň çykyşyny peseltmek we benzini tygşytlamak ýaly zatlary ulanmaýarlar.

Konstruksion materiallaryň meýilleşdirilen könelmesi – öndürijiler tiz döwürlän, tiz zaýa bolýan ýa-da poslaýan, tiz könelýän materiallary we komplekt önümleri saýlaýarlar. Meselem, penjire tutularyny öndürijileriň köpüsi onuň düzümine wiskoza (emeli ýüpek) süýümini goşýar, ol berk bolýar, bahasy hem pes bolýar. Tankytçylar bolsa wiskozanyň barlygy sebäpli tutular 4 gezegiň deregine 2 gezek himiki arassalaýjyda ýuwlup, dargaýar diýip nygtaýarlar.

Telekeçiler bu mesele barada şeýle jogap berýärler:

– sarp edijiler harytlaryň daşky bezelişini tiz çalyşmagy gowy görýärler, şol bir zatlar olaryň ýüreklerine düşýär. Adamlaryň islegleri ulaglaryň täze formalaryna we täze daşky görnüşlerine gönükdirilýär. Diňe täze bezelişi üçin harytlary satyn almaga hiç kim mejbur etmeýär. Adamlaryň köp isleglerine laýyk gelmese, ol düýp tutup bilmeýär;

– kärhanalar harydyň täze funksional häsiýetleri barlanlymasa, ol sarp edijileriň tölemäge taýýar derejesinden ýokary (gymmat) bolsa we beýleki düýpli sebäpler boýunça haryda girizilmeýär;

– kärhanalar önümçilik harajatlaryny we öz harajatlarynyň bahalaryny peseltmek üçin täze materiallary ýygy-ýygydan ulanýarlar. Olar öz harytlarynyň zaýalanmagyny islemeýärler, sebäbi müşderileri ýitirip bilerler, olar başga markalara geçip bilerler;

– meýilleşdirilen könelmegiň esasy möçberini bazar jemgyýetinde bäsdeşligiň dinamiki ýagdaýlarynyň we tehniki progressiň hereketleri bilen düşündirip bolýar, şoňa görä harytlar hem hyzmatlar hemişe kämilleşdirilýär.

*Garyp düşen sarp edijilere hyzmat edilişiniň pes derejesi*

Marketing ulgamyny «Garyp düşen sarp edijilere hyzmaty pes derejede edýärler» diýip günäkärleýärler. «Garyp düşenler köp töleýärler» diýen kitabyň awtory Dewid Kaplowişiň pikiri boýunça şäheriň garyp düşenleri, köplenç, pes hilli harytlary satýan kiçi dükanlarda olary uly bahalar boýunça satyn alýarlar. ABŞ-nyň Kolumbiýa okrugynyň territoriýasynda geçirilen derňewleriň netijeleri boýunça girdejileriň pes derejeli etraplarynda ýerleşýän Waşington dükanlarynda elektro-durmuş harytlaryna we mebellere garyp

düşenler köp töleg töleyärler. Lomaý satyjyda 100 amerikan dollara durýan harytlar, girdejileriň pes derejeli etraplarynyň dükanlarynda 125 amerikan dollara durýar, garyşyk assortimentli adaty dükanlarda olar 159 amerikan dollary bolýar. Garyp düşenlere harytlar satylanda esasy marketing usuly (guraly) bolup, möhletlere bölüp, karzyna bermeklik ulanylýar. Käbir bölek söwdagärler girdejileriň pes derejeli etraplarynda karz berenleri üçin ýylda 33% alýarlar.

Emma bu söwdagärleriň girdejileri uly däl.

Ykdysady derňewleriň netijeleri girdejileriň pes derejeli etraplarynda uzak möhletleýin harytlary ýaýratmagyň marketing ulgamy gymmada düşýär diýen pikire gelýärler. Şular ýaly etraplarda bölek söwdagärleriň harajatlarynyň bahalary ýokary bolýar, sebäbi möhleti geçen ssudalar zerarly, esasan, satuwy guramak boýunça ýokary harajatlar, iş haky we dellallara has ýokary tölegleri etmeli bolýar. Bu harajatlarda harytlary öýlere aýlap, görkezip satmak tertibini has giňden ulanmak we möhletlere bölmek boýunça tölegleri almak we geçirmek boýunça çykdaýylar görkezilýär. Şeýlelikde, garyşyk assortimentli adaty dükanlarda goýumlary 2-3 esse ýokary goýumlara seretmezden, girdejileri pes derejeli etraplarda bölek söwdagärler uly girdeji alyp bilmeýärler.

Girdejileriň pes derejeli etraplary üçin marketing hünärmenleri kämilleşdirilen ulgamlary döretmeli, şular ýaly etraplaryň ýaşajylaryny bolsa sarp edijiler ýaly goramaly. Söwda komissiýalary hakykatdan gymmatlygy laýyk gelmeýän harytlaryny mahabat edýän, köne harytlaryny täze diýip satýan, karz bereni üçin köp sorýan söwdagärlere garşy çäre görmeli. Ýene-de şular ýaly ýagdaýdan bolup biljek çykalga – girdejileriň pes derejeli etraplarynda uly bölek söwda dükanlaryny açmaga höweslendirmek bolup durýar.

### ***Marketingiň jemgyýete täsiri***

Marketingiň ulgamyny jemgyýetiň şular ýaly «erbetlikleri», ýagny has ýokary merkantilizm (öz peýdaña çapyjylyk – söwda kapitalynyň peýdasyny şöhlelendirýän XV-XVII asyrlardaky söwda buržuaziasynyň ykdysady syýasaty), emeli islegler, zerur harytlaryň ýetmezçiligi, medeniýetiň bozulmagy, işewürligiň has uly syýasy täsiri, ýaly «erbetlikleriň ýaýramagyna ýardam edýär» diýip günäkärleýärler.

Has ýokary merkantilizm (birinji ykdysady mekdep bolup, ol söwda buržuaziasynyň bähbitlerini görkezýärdi we proteksionizmiň ykdysady syýasatyny esaslandyrýardy – XV-XVI asyrlar, Günbatar Ýewropa). Tankytçylaryň belleýşi boýunça telekeçilik ulgamy harsydünýälige uly gyzyklanmany höweslendirýär. Adamlar barada diňe onuň bar zadyna seredip pikir edýärler. Adamy eger-de onuň şäher töwereginde jaýy, iki ulagy, moda eşikleri we täze elektrik-durmuş enjamlary bolmasa, öňe giden diýip hasap etmeýärler.

Ýöne käbir zatlar mümkin boldugyndan durmuşy üýtgedip başlaýar. Käbir adamlar zähmete hyjuwy ýitirip başladylar. Olar dynç alşa, oýunlara köp wagty sarp edýärler, az zat bilen oňjak bolýarlar. Bu hereket «Azajyk – bu saglyk» we «Näçe az bolsa, şonça köpdür» şygary öňe sürýär. Köp ünsi zatlara kowalaşman, ýakyn adamkärçilik gatnaşyklaryň we ýönekeý adam begenjiniň guralmagyna we ösmegine sarp edýärler.

*Emeli islegler.* Zatlara bolan höwese adamyň tebigy höwesi ýaly seredilmän, mahabatyň döredýän ymtylyşy ýaly seredýärler. Işewürlik mahabaty ulanyp, adamlaryň harytlara bolan hyjuwyny höweslendirýärler. Harsydünýälik esasynda gowy ýaşaýşyň nusgalyklaryny guramak üçin mahabatyň dürli serişdeleri ulanylýar. Käbirleriniň göz-görtele sarp edişi beýlekileriň bahyllygyny ýüze çykarýar. Gerek pullary gazanmak üçin adamlar özlerine zor salyp işläp başlaýarlar. Olaryň satyn alýan zatlary önümleriň goýberilişiniň ösüşine we senagatyň önümçilik kuwwatynyň ösüşine ýardam edýär. Öz nobatynda senagatyň hemme öndürýän zatlaryny almak, islegleri höweslendirmek üçin mahabat hyzmatlary giňden ulanylýar. Şonuň üçin adamlara önümçiligi we sarp edilişini baglaşdyrýan bölek hökmünde seredýärler. Zerurlyklar häzirki wagtda öndürilýän zatlar bilen kesgitlenilip başlanýar.

Kadaly durmuş şertlerinde adamlar ýaşaýşyň biri-birine garşy birnäçe keşpler bilen duş gelýärler we özleri üçin şolaryň haýsam bolsa birini saýlaýarlar. Mundan başga-da, adamlara köpçülikleýin habar beriş serişdeleriniň täsir etmegine garşy, ýagny ünsüň, duýgurlygynyň, ýoýmanyň we ýatda saklamagyň seçijiliginiň täsir etmegine garşy tebigy gorag täsirleri has ýokary bolýar, ýöne olar täze zerurlyklary döretmäge synanyşmaýarlar. Mundan başga-da, adamlar diňe bir

maglumatyň çeşmelerine esaslanmaýarlar, olar has uly möçbere häsiýetli bolan satyn alyşlara degişli maglumatlary gözleýärler. Ownuk zatlar satyn alnanda-da, ýagny mahabat ýüzlenmeleriň täsirinde ol alnanda, harydyň ulanylyş häsiýetleri sarp edijiniň umytlaryny ödese, olar muny ikinji gezek satyn alýarlar. Soňundan bazarda täze harytlaryň şowsuzlygynyň ýokary göterimi kärhanalaryň islegini gözegçilikde saklap bilýänliginiň ukyplylygy barada pikirlere garşy durýar.

Çuňrak seretseňiz, biziň zerurlyklarymyza we gymmatlylyk barada düşüňjelerimize diňe marketing boýunça hünärmenler däl-de, eýsem, maşgala, gatnaşýan adamlarymyz, dinimiz, etnik (bir halka degişli bolan) gelip çykyşymyz we bilim derejämiz täsir edýär.

Eger-de adamlar has merkantil bolsa, ol diňe olaryň saklanýan gymmatlylyk ulgamy jemgyýetiniň emele gelmeginiň fundamental proseslerinde düzülýär, olar ähmiýetlilik boýunça telekeçilik ulgamynyň we köpçülikleýin serişdeleriniň täsiriniň netijelerinden has çuňňurdyr.

*Zerur harytlaryň ýetmezçiligi.* Işewürligi individual sarp ediş harytlara (meselem, awtomobil) islegi has köp höweslendirip, jemgyýetçilik bähbitlerine zeled edip (şu awtomobilleriň gatnaýan ýollary) işleýärler diýip günäkärleýärler. Sarp ediş harytlarynyň ýaýradlyşy jemgyýet häsiýetli hyzmatlaryň bellibir möçberiniň barlygyny talap edýär, olar bolsa hemişe ýetenok. Ykdysatçy Jon Kennet Gelbreýtiň pikiri boýunça: «Awtomobilleriň sarp edilişiniň ösüşi onuň ösüşine ýardam berýän köçeleriň, uly ýollaryň (awtostradalaryň), ýol hereketini kadalaşdyrýan gulluklaryň we awtoduralgalaryň tekliplerini talap edýär. Polisiýa tarapyndan hem saklaýyş-goraýyş görnüşli, ýol patrullarynyň hyzmatlary we hassahanalaryň hyzmatlary hem gerek. Şu ulgamda deňagramlylygy saklamak üçin zerurlygyň doly aýdyňlygyna seretmezden, awtomobilleri ulanmakda biziň derejämiz wagtal-wagtal onuň bilen baglanyşykly jemgyýet gulluklarynyň teklipleriniň derejesinden ýokary bolýar. Netijede, ýollarda howply dyknyşyklar, heläkçilikler we başgalar bolýar».

Individual sarp edişi Gelbreýt şeýle görýär: ol «jemgyýetde disbalansa» we «durmuş harajatlaryna» eltýär, bular üçin bolsa



öndürijiler hem, sarp edijiler hem töläsleri gelmeýär. Indiwiđual sarp edilişiniň we jemgyýet bähbitleriniň arasynda jemgyýet balansynyň dikelmeginiň usulyny tapmaly. Öndüriji kärhanalardan, olaryň işleri bilen baglanyşykly hemme durmuş harajatlarynyň öwezini doldurmagyny talap etmeli. Şular ýaly ugurda olar öz harytlarynyň nyrhларында şu harajatlaryň hemmesini hasaba alyp bilerdiler. Eger-de sarp ediji indiwiđual sarp edilişiniň harydy onuň soralyan nyrhyna degmeýär diýip hasap etse, onda kärhana ýapylar, boşan resurslaryň bolsa indiwiđual we durmuş harajatlarynyň öwezini dolduryşyny üpjün edýän ulanylyşy tapylar.

*Medeniýetiň bozulmagy.* Tankytçylar marketingiň ulgamy özi bilen medeniýetiň bozulmagyna getirýär diýip tassyklaýarlar. Adamyň duýuş synalary mahabat tarapyndan hemişe hüjüme sezewar bolýarlar. Mahabatyň goşulmagy bilen agras telegepeşikleriň arasy bölünýär, çap edilen maglumatlar mahabat zolaklarynyň arasynda ýitýär, owadan landşaft mahabat şitleri bilen görkünü ýitirýär. Mahabatyň çozup girmegi adamlaryň aňyna abraý, höküm we beýleki pikirleri girizýär.

Şular ýaly günälenmelere telekeçiler şeýle jogap berýärler:

1) olaryň mahabat ýüzlenmeleri ilki bilen maksatly bazara baryp ýetýär. Köpçülikleýin kommunikasiýa ýollarynyň ulanylyşy bilen baglanyşyklylykda käbir bildirişler şu haryt bilen gyzyklanmaýan adamlara ýetýär, şonuň üçin olar mahabatdan tukatlyk we gahar ýaly duýgulary alýarlar. Eger-de olaryň bähbitlerine niýetlenen žurnallar satyn alynsa, bildirişler barada arzlar seýrek edilýär, sebäbi olarda alyjylary gyzyklandyrýan harytlar mahabat edilýär.

2) bildirişleriň täjirçilik radio we teleýaýlymlardaky maglumatlary ýaýratmak serişdeleriniň ornunda azatlygy üpjün edýär we žurnallaryň, gazetleriň baha kesmekde ösuşi saklanýar. Ilatyň köpüsi telegepeşiklere mahabat bildirişleriniň goşulmagyny şularyň hemmesi örän ujypsyz töleg diýip hasap etmäge getirýär.

*Işewürligiň has uly syýasy täsiri.* Tankydyň ýene bir ugry işewürligiň uly syýasy güýjüniň bolmagydyr. Nebit-gaz, temmäki we ulag pudaklary jemgyýetiň bähbitlerine zeled edip, işleriň takyk pudaklarynyň bähbitlerini goraýarlar. İşewürligiň köpçülikleýin ha-

bar beriş serişdelerine uly täsiri bolup, olar wakalary garaşsyz we hakyky beýan etmekde azatlygy çäklendirýärler diýip günäkärlenilýär.

Ralf Neýder ulag öndürijilere olaryň konstruksiýasyna köpräk howpsuzlyk elementlerini goşmagyny talap edýän kanuny çykar-magyň ruhlandyryjysy bolup çykyş etdi. ABŞ-nyň baş lukmanynyň görkezmesi boýunça temmäki öndürýän kompaniýalar çilimiň gaplarynda saglyk üçin onuň zyýany barada duýduryş bermäge borçly edildi.

### ***Marketingiň beýleki telekeçilere täsiri***

Tankytçylar kärhanalaryň köpüsi beýleki kärhanalaryň hukuk-laryny kemsidýärler diýip belleýärler. Bu ýerde gürrüň üç sany mesele – bäsdeşligi daraldýan birleşmeler barada, täze kärhanalaryň bazara çykmak üçin emeli päsgelçilikler barada we wagşy (ynsapsyz, ýyrtyjy) bäsdeşlik barada gidýär.

Bäsdeşligi daraldýan satyn alyşly zatlar. Wagtal-wagtal käbir kärhanalar täze we bazara zerur harytlary özbaşdak işläp taýýarlaman, başga kärhanalary satyn alyp giňelýärler (ulalýarlar). Meselem, *Procter&Gamble* korporasiýasy suwuk durmuş agardyjy serişdäniň uly öndürijisini – *Kloroks* firmany satyn aldy.

Kärhanalary satyn almak – çylşyrymly sorag. Olar diňe şu aşakdaky ýagdaýda jemgyýet üçin peýdaly bolup bilerler:

1) alyjy-kärhananyň harytlary has tygşytly usul bilen haryt öndürmäge ýagdaýy bar bolsa, bu ýagdaý harajatlaryň azalmagyna we bahalaryň peselmegine getirer;

2) dolandyryşyň gowy ulgamy bolan kärhana dolandyryşyň kanagatlanarly däl ulgamly kärhanasyny satyn alyp, onuň işiniň netijeliligini ýokarlandyrrar;

3) kärhanalary satyn almagyň netijesinde bäsdeşlige ukyplylygy bilen tapawutlanmaýan pudak bäsdeşlige ukyplylygy bilen tapawutlanýan bolup biler. Kärhanalary satyn almaklyk, has hem ýaş energiýaly bäsdeş satyn alnanda we pudagyň çäklerinde agalyk edýän kärhanalaryň sany azalanda zyýan hem ýetirip bilýär.

### ***Täze kärhanalara bazara çykmak üçin päsgelçilikler***

Tankytçylar marketing işini täze kärhanalara bazara çykmak üçin goşmaça päsgelçilikleri döredýärler diýip tassyklaýarlar: päsgelçilikli-

patent görmüşde, höweslendirmäge uly çykdaýlaryň zerurlygy, belli üpjün edijiler ýa-da dilerler bilen aragatnaşygy düzmegiň zerurlygy we beýlekiler. Treste (trest – kapitalistik monopoliýalaryň formalaryndan biri) garşy kanunçylyk bilen meşgullanýan hünärmenler – käbir päsgelçilikler ykdysady artykmaçlyklar bilen baglanyşykly diýip ykrar edýärler, bu artykmaçlyklar uly kärhanalarda bar bolan we täze kanunlaryň kömegi bilen olary aýyrmaga tagallalary edip bilýär. Meselem, tankytçylaryň käbirleri mahabat çykdaýlaryna ösýän salgydy girizmeli diýip teklip edýärler, sebäbi ol bazara çykмага päsgelçilik döredýär – esasy päsgelçilikleriň biri bolan satuwyň harajatlarynyň ornuny gowşadýar.

*Ynsapsyz (ýyrtyjy) bäsdeşlik.* Käbir kärhanalar başga bir kärhanalara zyýan ýetirmäge niýetlenen ýa-da onuň doly ýok bolmagyna niýetlenen bäsdeşlik usullaryny ulanýarlar. Şular ýaly kärhanalar öz harytlaryna özüne düşýän gymmatyndan pes bahalary goýup bilýärler, işçi gatnaşyklaryny bes edip, üpjün edijilere haýbat edip bilýärler ýa-da bäsdeşleriň harytlaryny garalap bilýärler.

*Procter&Gamble* we *Unilever* kompaniýalary Ýewrosoýuzyň sekiz ýurdunda 2002-nji ýyldan bäri bellenen (fiksirlenen) nyrhлары ulanypdyrlar diýip yglan etdiler we jerime saldylar. Bu barada *Henkel* kompaniýasy habar berip, özi jerimeden gorandy. *Procter&Gamble* we *Unilever* kompaniýalar bu mesele boýunça tassyklaýan resminamalary görkezip, jerimeleriň möçberini azaltmaga mümkinçilik aldylar.

Ýyrtyjy bäsdeşligiň bolmazlygyna ýörite kabul edilen kanunlar ýardam edýärler. Onda 2009-njy ýylyň 22-nji awgustynda kabul edilen «Kiçi we orta telekeçiligi döwlet tarapyndan goldamak hakynda» Türkmenistanyň kanunyny bellemek zerur. Onuň «Bäsleşigiň ösdürilmegi we monopoliýa garşy iş» diýen 17-nji maddasynda şeýle bellenen: «Döwlet, häkimiýet we dolandyryş hem-de ýerli öz-özünü dolandyryş edaralaryna şu aşakdakylar gadagan edilýär:

1) Türkmenistanyň kanunçylygynda göz önünde tutulanlardan başga halatlarda kiçi we orta telekeçiligiň subýektleriniň hukuklaryny hem kanuny bähbitlerini çäklendirýän namalary kabul etmek we (ýa-da) hereketleri amala aşyrmak;

2) şu aşakdakylary, ýagny:

a) bahalaryň (tarifleriň) ynsapsyz bäsdeşlige getirýän ýokarlanmagyna ýa-da öňki derejesinde saklanyp galmagyna;

b) bazaryň çäk ýörelgesi boýunça, satylyş ýa-da satyn alnyş möçberini boýunça, satylyan harytlaryň (işleriň, hyzmatlaryň) görnüşleri boýunça ýa satyjylaryň ýa-da alyjylaryň (sargytçylaryň) toparlary boýunça bölünmegine;

ç) kiçi we orta telekeçiligiň subýektleriniň harytlarynyň (işleriniň, hyzmatlarynyň) bazara çykarylmagynyň çäklendirilmegine ýa-da olaryň bazara goýberilmezligine,

d) getirýän ýa-da getirip biljek ylalaşyklary baglaşmak ýa-da ylalaşykly hereketleri amala aşyrmak».

Ýöne hyýalyň ýa-da hereketiň häsiýetiniň ýyrtyjymy ýa-da dældiginiň hakykatlygyny kesgitlemek kyn bolýar. Meselem, bölek-satuw söwda dükanlarynyň tory kiçi bakaleýa-gastronomiýa dükanlaryna görä pes bahalary goýup bildi. Bu ýerde ýyrtyjy bäsdeşlikmi ýa-da has öndürijilikli bölek-satuw söwda guramasy tarapyndan öndürijilikli däl gurama bolan gatnaşykda sagdyn bäsdeşligiň görkezmesimi diýen sorag ýüze çykýar.

## **11.2. Marketingi kadalaşdyrmaga gönükdirilen hereketler**

Käbir adamlar işewürligi köp ykdysady we durmuş zelelleriň çeşmesi diýip hasaplaýarlar, wagtal-wagtal onuň jylawyny dartmak üçin köpçülikleýin jemgyýetçilik hereketler döredilýär. Telekeçilige garşy iki sany esasy hereket bolup konsýumerizm (*consumer* iňlisçe – sarp ediji) we inwaýronmentalizm (*environment* iňlisçe – daşky gurşaw) çykyş edýär.

*Konsýumerizm.* Sarp edijileriň birinji hereketi XX asyryň başynda döredi we ol ABŞ-da et senagatyndaky we lukmançylykdaky ýagdaýlara degişli boldy. Sarp edijileriň hereketiniň ikinji tolkunynyň sebäplerine ABŞ-da 1930-njy ýyllarda bölek-satuw nyrlarynyň ösmegi we derman serişdeleri bilen baglanyşykly ýagdaýlar degişli boldy. Konsýumerizmiň üçünji tolkuny ABŞ-da 1960-njy ýyllarda galdy. Şol wagt sarp edijiler has düşüňjeli boldy, harytlar has

çylşyrymly we howply bolup, hemme ýerlerde närazyçylygy emele getirdi.

Jon Kennet Gelbreýt, Wens Pokkord we Reýçel Korson öz kitaplarynda işewürligi bisarpalykda hem hilelikde günäkärleýärler, olaryň bu zatlar baradaky kitaplary jemgyýetçiligiň aňyna uly täsir ýetirdi.

Şol wagtdan bäri köp konsýumerist toparlar döredi, sarp edijileriň bähbitlerini goraýan birnäçe kanun kabul edildi. Biziň ýurdumyzda 1993-nji ýylda «Alyjylaryň hukuklaryny goramak hakynda» Türkmenistanyň Kanuny kabul edildi.

Sarp edijileriň hereketi halkara möçberinde ýaýrady, ol Skandinawiýada we Benilýuks ýurtlarynda aýratyn güýç tapdy.

Konsýumerizm – satyjylara bolan gatnaşykda alyjylaryň hukuklarynyň we täsiriniň giňelmegine raýatlaryň hem döwlet organlaryň guramaçylykly hereketidir.

*Satyjynyň adaty hukuklarynyň arasynda:*

1. Saglyga ýa-da howpsuzlyga hemle bolmadyk, howp bolan ýagdaýda ony öňünden duýduryp we gözegçiligi gerekli çäreler bilen hödürlemek şerti bilen dürli ululykda we daşy bezelen harytlary hödürlemäge haky bar.

2. Alyjylaryň meňzeş kategoriýalarynyň arasynda hukuklaryny kemsitme şertinde haryda dürli derejede bahalary bellemäge hukugy bar.

3. Wyždansyz bäsdeşligiň kesgitlemesine düşmeýän hereketler şertlerinde harytlary herekete getirmegiň serişdeleriniň islendik jemini ulanmaga hukugy bar.

4. Ýalan ýa-da ýalňyşlyga eltmeyän ýagdaýda haryt barada islendik mahabat ýüzlenmesini ulanmaga hukugy bar.

5. Höweslendirmegiň islendik maksatnamalaryny hödür etmäge hukugy bar.

*Alyjynyň adaty hukuklarynyň arasynda:*

1. Hödürlenýän harydy almazlyga hukugy bar;

2. Haryt ulanylyşynda howpsuz hasaplamağa diýip garaşylýan netijä hukugy bar;

3. Satyjynyň tassyklamasy boýunça haryt doly laýyklykda işläp diýip garaşylýan netijä hukugy bar.

Şu hukuklaryň sanawy deňeşdirilende güýç satyjynyň elinde jemlenen diýip netije çykaryp bolýar. Alyjy satyn almakdan ýüz dönderip biler. Emma tankytçylaryň pikiri boýunça alyjynyň doly maglumatlary ýok, harytlary satyn almak barada uly tejribesi ýok, ol doly goralanok, has ökde satyjylar bilen iş salyşsa esasyly çözügütleri akylly-başly kabul etmäge onuň mümkinçiligi bolmaýar.

Sarp edijileriň bähbitleriniň goraýjylary sarp edijilere aşakdaky goşmaça hukuklary hödürleýär:

1. Harydyň has ähmiýetli jähtleri barada doly maglumatlara hukugy;

2. Şübheli harytlardan we şübheli marketing tärlerden (usullardan, ýollardan) goraga hukugy;

3. Harytlara we marketing tärlere täsir etmäge hukugy – «ýaşayşyň hilini» ýokarlandyrmaga goşandy ulaltmak tarapa täsir etmäge hukugy bermegi talap edýärler.

Sarp edijileriň diňe hukuklary däl-de, eýsem, özüni hiç kime tabşyрман, goranmaga borçlary bar. Satyjylar özlerini wyždansyz alyp bardylar diýip hasap edýän sarp ediji adalaty birnäçe usul bilen dikeldip bilýär, şolaryň içinde kärhananyň ýolbaşçysyna ýa-da köpçülikleýin habar beriş serişdelerine, ýerli guramalara, kazyýete ýüzlenip bilýär.

2010-njy ýylyň 20-nji maýynda kabul edilen Türkmenistanyň Jenaýat Kodeksinde sarp edijileri aldamak üçin jogapkärçilige aýratyn üns berilýär.

*Daşky gurşawy goramaga gönükdirilen hereket.* Konsýumeristler sarp edijileriň isleglerini kanagatlandyrmak işinde marketing ulgamynyň netijeliligine seretseler, tebigaty goramak üçin hereketiň gatnaşyjylary öz ünsüni daşky gurşawa marketingiň täsirli meselelerine we şol islegleri kanagatlandyrmak bilen baglanyşykda harajatlara üns berýärler. 1962-nji ýylda Reýçel Karson dokumental materiallaryň esasynda «Sessiz bahar-ýazy» diýen kitaby ýazyp, onda tebigatyň pestisidler (zäherli himikatlar) bilen zäherlenendigini görkezdi. Diňe bir tebigy resurslaryň dargatmagynda däl-de, eýsem, adamyň ýaşap biljekdigi barada mesele ýüze çykdy. 1970-nji ýylda «ekokatastrofa» diýen adalga ýüze çykýar, ýagny daşky gurşawa telekeçilik işiniň käbir görnüşleriniň zyýanly netijelerini bellemek

üçin 1972-nji ýylda Medonzlar «Ösüşiň çäkleri» diýen kitaby çap etdiler, onda olar gözegçiliksiz ilatyň ösüşi, daşky gurşawyň öte hapalanmagy, tebigy resurslaryň dowam edip ulanmagy, ýaşaýşynyň hiliniň pese gaçmagyny hökman çagyrrar diýip bellediler. Şu sebäpleriň hemmesi daşky gurşawy goramak üçin hereketiň esasyny düzýär.

Daşky gurşawy goramak üçin hereket (inwaýronmentalizm) – ýaşaýş gurşawyny gowulandyrmaga gönükdirilen aladalary edýän raýatlaryň we döwlet organlarynyň guramaçylykly hereketidir.

Tebigaty goramak üçin goraýjylary açyk dag işlenilip taýýarlanmalarynyň, tokaý resurslarynyň azalmagynyň, zawodlaryň tüseleri, mahabat şitler we hapalar barada meselelerini gozgaýarlar, bular tebigatda işjeň dynç almak we ýerleri dikeltmek mümkinçiliklerinden aýyrýar. Bulary saglygy goramak meseleleri hem biynjalyk edýär, olar howanyň we suwuň hapalanmagy bilen, iýmite himiki maddalar bilen işlenilen önümleriň sarp edilmegi bilen baglanyşykda güýjeýär.

Tebigaty goramagyň tarapdarlary marketinge we sarp edilişe garşy däl, olar şu işler ekologiki (howpsuzlyk) zyýansyzlyk ýörelgelerinde amala aşyrylmagy üçin çýkyş edýärler. Olar marketing ulgamynyň maksady sarp edilişiniň maksimal ösüşi däl-de, sarp ediş saýlawynyň giňelmegi we sarp edişi kanagatlandyrmagyň üpjün edilmegi däl-de, ýaşaýşynyň hiliniň maksimal ösüşi diýip hasap edýärler, sebäbi ýaşaýşynyň hiline köp ýokary hilli harytlaryň hem hyzmatlaryň degişli bolmagyndan başga-da daşky gurşawyň ýokary hilini saklamagy degişlidir.

Daşky gurşawy goramak üçin hereket senagatyň käbir pudaklaryna çynlakaý täsir etdi. ABŞ-da polat guýýan kompaniýalar we kommunal gulluklar arassalaýjy enjamlary we ýangynyň has gymmat sortlaryny satyn almaga milliardlap amerikan dollaryny çykarmaly boldular. Awtomobil öndürjiler ulaglary tüsse çykarylyşyna gözegçilik edýän gymmat ulgamlar bilen enjamlaşdyrmaly boldular. Sabyň gaýnadýan senagat – fosfatlaryň az mukdaryny saklaýan ýuwuýj serişdeleri döretmeli boldular. Gaplaýjy senagat biohimiki dargamagyna ýeňil mümkin bolýan gaplaýjy materiallary döretmeli boldular. Benzin senagaty gurşunyň az mukdaryny düzüminde saklaýan ýa-da düýbünden gurşuny saklamaýan benziniň täze sortlaryny döretmeli boldular. Bu pudaklar daşky gurşawy goramak

boýunça buýruklary girizmäge, has hem bu buýruklar tiz girizilip, kärhanalara ýagdaýlaryny düzetmäge laýyk çäreleri kabul etmäge wagt berilmese, muňa garşy çykýarlar. Bu kärhanalaryň hemmesi köp çykdaýlary edýärler, soňra olary alyjylara geçirýärler.

Bütin dünýäde ekologiki kadalaşdyrylyşa, ygtyýarlylandyryma, ekologiki ekspertiza, döwlet tarapyndan ekologiki gözegçilige, ekologiki auditine, ekologiki sertifikasiýa uly üns berilýär. ECO-Label, LIFE (ýaşaýyş), EMAS (ekologiki menejment we audit), «Name, shame and fame» (ady, masgaraçylygy we şöhrady) strategiýasy, «meýletin pikirler» ýaly ekologiki sertifikasiýanyň ulgamlary haryt öndürijileriň ekologiki ugruny güýçlendirmäge gönükdirilen, olaryň maksady ekologiki talaplaryny berjaý edip, öndürilen önümlerini bazarda herekete getirmeklik bolup durýar. Türkmenbaşynyň nebiti gaýtadan işleýän zawodlar toplumynda gurşuny saklamaýan ýokary oktanly benziniň öndürilişi diňe bir zawodyň çäginde däl-de, eýsem, ýurduň şäherlerinde we etraplarynda ekologiki ýagdaýy gowulandyrmaga mümkinçilik berdi. Toplumyň öndürýän motor ýaglary hili boýunça ISO-9001-2002 halkara standartlaryna we ekologiki talaplaryna doly laýyk gelýär, ekologiki arassa dizel ýangyjy ÝeWRO-5 standartynyň talaplaryna laýyk gelýär. *Toyota* kompaniýasynyň ylmy laboratoriyasy atmosferadan azotyň oksidini we ýylylygyň artygyny özüne çekmäge iki täze reňki hödürledi.

Greenpeace atly Halkara ekologiki guramanyň ekologlary «ýaşyl» elektronikanyň öndürijileriniň 15-nji global reýtingini hödürlediler. Ondan öňki reýting Las-Wegasda geçýän CES-2010 serginiň çäginde jemlendi. Soňky reýting boýunça elektronikanyň dünýä öndürijileriniň iň ekologiki kompaniýalary bolup, *Nokia* we *Sony Ericsson* görkezildi, soňra elektronikanyň ýewropa öndürijisi *Philips* dur, dördünji orunda *Motorola*, başinji bolup *Apple* durýar, altynjy orny *Panasonic* we *Sony* paýlaşdylar, soňra *Hewlett-Packard*, *Sharp* we *Dell* gelýär, bularyň yzyndan Koreýanyň *LG Electronics* we *Samsung* kompaniýalary dur, soňky orunlarda bolsa *Microsoft*, *Lenovo* we *Nintendo* kompaniýalary paýlaşdylar. Ýapon *Toshiba* kompaniýasy üçünji ýerden ondördünji ýere geçdi. Bu kompaniýalar adama zyýanly poliwinilhloridň ulanmagyny ret edip bilmediler. Poliwinilhlorid daşky gurşaw we adam üçin zyýanly bolup, ol



öndürilende, ulanylanda hem ýakylanda toksinleriň iň howply görnüşini bölüp çykarýar.

Daşky gurşawy goramagyň bütin dünýä möçberindäki aladalaryň biridigi barada aýdanymyzda her ýylyň 5-nji iýunynda Daşky gurşawy goramagyň bütindünýä gününüň belleniş geçilýändigini hem şaýatlyk edýär. Täze Galkynyş zamanamyzda bu baýramçylyk Türkmenistanda hem milli senenamamyzdaky baýramlaryň we belli seneleriň sanawyna goşuldy.

### ***Marketingi döwlet tarapyndan kadalaşdyrmagyň çäreleri***

Marketing tejribesiniň anyk usullarynyň garşysyna raýatlaryň edýän çykyşlary köpçüligi söhbetdeşlige çagyryp, täze kanunlary kabul etmegiň zerurlygy barada teklipleriň ýüze çykmagyna getirýärler. Kanunyň taslamalary ara alnyp maslahatlaşylyp, olaryň köpüsi yzyna gaýtarylýar. Käbir kanunlaryň görnüşü üýtgedilýär, käbir kanunlar hakykatdan täsirli görnüşinde çykýar.

Marketinge degişli kanunlaryň käbirisi 3-nji, 4-nji bablarda seredilýär. Kanunlary marketing ýolbaşçylaryna düşnükli dile geçirilmeli, sebäbi olar harytlara, nyrlara, höweslendirmäge we ýaýratmak ýollaryna degişli meseleler boýunça hem bäsdeşlik gatnaşyklarynyň pudagynda çözümleri kabul edýärler.

8-nji tablisada marketing gullugynyň ýolbaşçylarynyň önünde çözümleri kabul edýän prosesinde esasy soraglaryň sanawy görkezilýär.

*8-nji tablica*

### **Marketing tejribesiniň görnüşleri**

<i>1. Bäsdeşler bilen gatnaşyklar</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bäsdeşligi daraldýan kärhanalary satyn almaly däl;</li> <li>2. Bäsdeşler bazara girmezlige gönükdirilen hereketleri etmeli däl;</li> <li>3. Nyrlary emeli peseltmeli däl.</li> </ol>
<i>2. Haryt syýasaty</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harydy (assortimentden) kanuna garşy aýyrmak ýa-da goşmak bolmaýar;</li> <li>2. Patent hukuklaryny bozmaly däl;</li> <li>3. Hil we howpsuzlyk standartlardan gýşarmaly däl;</li> <li>4. Kepil borçlaryny çäklendirmeli däl.</li> </ol>

<i>3. Harytlary gaplamak</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harytlaryň gaplanylyşy we belgilenilişi laýyk bolmaly;</li> <li>2. Gaplaryň bahalary örän gymmat bolmaly däl;</li> <li>3. Gaplarda tygşylylyk etmeli däl;</li> <li>4. Gaplaýjy materiallar bilen daşky gurşawy hapalamaly däl.</li> </ol>
<i>4. Nyrh emele getirmek</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bellibir derejede nyrhlary emeli saklamaly däl;</li> <li>2. Nyrhlary emeli peseltmeli däl (bazardan bäsdeşi çykarmak üçin);</li> <li>3. Minimal goýberilýän derejede nyrhlary bellemeli däl;</li> <li>4. Nyrhlary ýokarlandyrmaly däl;</li> <li>5. Nyrhlary aldap ýokarlandyrmaly däl.</li> </ol>
<i>5. Harytlary ýaýratmak</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Satuwa aýratyn hukukly dillerçilik etmeli däl;</li> <li>2. Bellibir territoriýada harydy ýaýratmaly däl;</li> <li>3. Mejbur assortimentli satuw barada ylalaşyk baglaşmaly däl;</li> <li>4. Dileriň hukuklaryny kemsitmeli däl.</li> </ol>
<i>6. Satuw</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Para bermeli däl;</li> <li>2. Senagat içalylygyny ulanmaly däl;</li> <li>3. Sarp edijileri aldamaly däl;</li> <li>4. Sarp edijileriň hukuklaryny kemsitmeli däl;</li> <li>5. Sarp edijileriň hukuklaryny bilkastlaýyn kemsitmeli däl.</li> </ol>
<i>7. Mahabat</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ýalan mahabaty ulanmaly däl;</li> <li>2. «Ýityän aldawaçly» mahabaty ulanmaly däl;</li> <li>3. Satuwy höweslendirmek çäreleriniň hasabyna ýeňillikleri hödürlemeli däl.</li> </ol>

2010-njy ýylyň 20-nji maýynda kabul edilen Türkmenistanyň Jenaýat Kodeksinde görnetin ýalan mahabat üçin jogapkärçilige aýratyn üns berilýär.

*Durmuş taýdan jogapkär marketingiň emele gelmeğinde telekeçileriň hereketleri*

Häzir kärhanalaryň köpüsinde sarp edijileriň eýeleýän täze hukuklarynyň närazyçylyklary – sarp edijilerde bar bolan meseleleri gowy usul bilen çözüp bolmaýan kanun çykarylyjylygyň käbir takyk düzgünleri boýunça döräp bilýär. Ýöne dürli ýagdaýlarda maglumatlary almaga we sarp edijileriň hukuklaryny goramagy kärhanalar boýun alýarlar.

### ***Marketing gurşawyndaky üýtgetmelere işewürligiň döredijilik we jogapkär täsirleri***

Ösen (siwilizowannyý) marketing kärhanadan marketing işini marketing ulgamynyň has amatly bütin geljegi üçin işlemeli diýip talap edýär. Ösen marketing özüne baş sany esasy ýörelgeleri birleşdirýär:

***Sarp edijä gönükdirilen marketing.*** Kärhana öz marketing işine sarp edijiler nukdaýnazaryndan seretmeli we gurnamaly. Ol müşderileriniň bellibir toparynyň isleglerine hyzmat etmäge we kanagatlandyrmaga dyrjaşmaly.

Meselem, kollej özüniň güýçli we gowşak taraplaryny açyk ýazyp görkezip bilýär, ýagny matematika boýunça aýratyn zehinli okuwçylar başga kolleji saýlap bilýärler, uniwersitetiň maksatnamasynda doly öwrenilýän hemme ýöriteleşdirilen dersler doly hödürlenilmeýär, kitaphana fondy kiçi kollej üçin ýeterlik we ş.m. görkezip bilýär. Şular ýaly dalaşgärleriň gürrüňsiz netijesi bolan kollejden garaşýan zatlaryny biljekdigine ynamy berkeýär we kollej öz gymmatlylyk ähmiýetliligiň sarp edijiler üçin mümkin boldugyça ýokarlandyrmaga dyrjaşar diýlen pikire üns berilýär.

***Täzeçillikli (innovation) marketing.*** Kärhana hemişe hakykatdan zerur harytlaryň gözlegi we öz marketinginiň kämilleşmegi bilen meşgullanmaly. Işi täzeçe gowy alyp barmaga mümkinçilikleri ýitirýän kärhana soňundan has rejeli ýoly tapan kärhana tarapyndan howp salynýar. Marketing gurşawynda täzeçilligiň bir güýçli täsir edýän mysaly bolup, *Hasar* hususy kärhanasy çykyş edýär. Ol dürli görnüşli giň assortimentde täze süýji-köke önümleriniň öndürilişi bilen hemişe meşgullanyp, alyjylaryň isleglerini kanagatlandyrýar.

***Gymmat artykmaçlyklaryň marketingi.*** Kärhana harytlarynyň gymmat ähmiýetliligini ýokarlandyran gymmat artykmaçlyklaryň marketingini geçirmäge öz resurslarynyň esasy bölegini çykarmaly.

Käbir marketing usullar, meselem, bir gezeklik satuwy höweslendirme boýunça çäreler, gaplara azajyk üýtgeşme girizmek, mahabatda öwüp, arşa çykarmagy ulanmaklyk – satuwyň az wagtlyk ösüşini çagyryp biler we harydyň hil häsiýetlerine hem rahatlyk görkezijilerine görä gymmat ähmiýetli ösüşine az täsir edip biler.

**Jemgyýetçilik wekilçiligini aňlap, marketingi geçirmek.** Kärhana öz maksatnamasyny kiçi haryt ugru nukdaýnazaryndan däl-de, eýsem, giň durmuş ugrunyň çäklerinde görkezmeli. Haçanda kärhana öz jemgyýetçilik wekilçiligini kesgitlände, onuň işgärleri işden uly kanagatlanma alýar we öz işiniň ugruny anyk görýär. Meselem, «Türkmenhimiýa» döwlet konserni mineral dökünleri we himiýa önümlerini öndürmek bilen öz ösüşiniň sferasyny – oba hojalygyň önümliligini üpjün etmek diýip görkezmeli. Şu günki günde we geljekde ösümlikleri ösdürip ýetişdirmek nämä bagly bolsa, bizi şol hem gyzyklandyrýar diýip görkezilse, jemgyýetçilik wekilçilikli marketing ýol alar.

**Durmuş-etiki marketing.** Progressiw kärhana marketing çözgütlerini sarp edijileriň isleglerini, öz zerurlyklaryny, sarp edijileriň uzak wagtlaýyn bähbitlerini we jemgyýetiň uzak wagtlaýyn bähbitlerini hasaba alyp, marketing çözgütlerini kabul etmeli. Kärhana soňky iki düşüňjeleri hasap etmese, onuň sarp edijilere-de, jemgyýete-de erbet hyzmat edýändigini aňladar.

Durmuşy etika bilen mälim bolan marketing boýunça hünärmen diňe ýakymly-ýaraýan harytlar däl-de, haýyrly-sagdyn harytlary döretmäge dyrjaşýar. Harytlaryň görnüşlerinde tapawutlar 22-nji suratda görkezilen.

		<b>Gysga wagtlaýyn kanagatlandyrmak</b>	
		<i>Pes</i>	<i>Ýokary</i>
<b>Sarp edijiniň uzak wagtlaýyn peýdasy</b>	<i>Ýokary</i>	Peýdaly haryt	Islenilýän haryt
	<i>Pes</i>	Kämilleşdirilmedik haryt	Özüne çekiji haryt

**22-nji surat. Jemgyýet we sarp edijiler üçin harytlaryň peýdalylygy nukdaýnazaryndan toparlara bölünişi.**

Kärhananyň öndürýän harytlaryny sarp edijileriň şol wagtky kanagatlanýş derejesi boýunça we şol harytlaryň alyjylar üçin uzak wagtlyk haýyrlylygy boýunça toparlara bölüp bolýar. *Islenilýän harytlar* tagamly iýmit önümleri ýaly, özüne şol wagt kanagatlanarlylygy we uzak wagtly haýyrlylygyň ýokary derejesini birleşdirýär. *Özüne çekiji harytlar* temmäki ýaly harytlar bolup, şol wagt kanagatlanarlylygyň ýokary derejesini üpjün edip, uzak wagtky meýilnamada sarp edijä zyýan ýetirip bilýärler. *Peýdaly harytlar* fosfatlaryň az mukdaryny saklaýan ýuwujy serişdeler ýaly harytlar bolup, şol wagt pes özüne çekijiligi bilen häsiýetlenlip, sarp edijiler üçin uzak wagtly meýilnamada has haýyrly bolýar. *Kämilleşdirilmedik harytlar* erbet tagamly patentlenen dermanlar ýaly harytlar bolup, şol wagtky özüne çekijiligi hem ýok, uzak wagtlaýyn haýyrly häsiýetleri hem ýok. Özüne çekiji harytlaryň çylşyrymly ýagdaýy – bazarda gowy geçse-de, olar sarp edijilere zyýan ýetirip bilýärler. Şeýlelikde, haryt gözleg işi bolup, haryda haýyrly-sagdyn häsiýetleri berip, onuň ýakymly-ýaramly häsiýetlerini peseltmeli däl.

### 11. 3. Marketingde etika

Marketing boýunça aňly-pikirli edepli hünärmenler ahlakly dilemmalar (mümkin bolan iki kararyň birini saýlap almagyň zerurlyk ýagdaýy) bilen duş gelýärler. Köplenç, näme edeniňde oňat netije berjegi belli däl diýen sorag ýüze çykýar. Ýolbaşçy öz işgärleriniň hemmesinde ýokary derejede ösen ahlak jogapkärçiliginiň duýgusyny nähili derejede bilmeýänligi sebäpli, kärhananyň resmi marketing syýasatyny işläp taýýarlamaly. Syýasat – anyk kesgitlenen umumy ýörelgeleriň sanawydyr, olary guramanyň hemme işgärleri hökman berjaý etmelidir. Bu esas goýujy bellikler distribýutorlar bilen aragatnaşygyň meselelerini, mahabat tejribesiniň kadalaryny berjaý etmegiň we sarp edijilere hyzmat etmegiň, nyrh emele getirmegiň meselelerini, harytlary işläp taýýarlamagyň we umumy-etiki häsiýetli ýörelgeleri öz içine alýar. Aşakda ahlaklylyk nukdaýnazaryndan 14 sany kyn ýagdaýlar görkezilýär, olara marketing boýunça hünärmen öz işiniň dowamynda duş gelip bilýär. Eger-de 14 sany

ýagdaýda marketing boýunça hünärmen şol wagtky söwda netijäni berýän hereketlerde dursa, onuň özüni alyp barşyny bidedep ýa-da ahlaksyz hasap edip bolýar. Eger-de ol şolar ýaly hereketleriň birinem saýlamasa, ol marketing boýunça dolandyryjy ýaly ynamly bolman görnüp biler we hemişe içki ahlak dartgynlylygyň agyr duýgularyny başdan geçirer. Dolandyryjynyň ýörelgeler toplumynyň bolmagy aýdyň, olar her bir ýagdaýyň çynlakaýdygyny bilmeli we meseleleri çözmegi ahlak taýdan bahalamakda kömek etmeli, edepliligiň kadalaryndan geçmän, nirä çenli gidip bolýandygyny görkezmeli.

Her bir marketing boýunça hünärmen özüni edepli alyp barmanyň esas goýujy ýörelgelerini işläp taýýarlamaly. Ahlaklylygyň islendik ulgamy gowy ýaşawyş babatyna we özüniň doly üpjünçiliginiň başgalaryň doly üpjünçiligi bilen arabaglanyşygyna esaslanýar. Marketing boýunça hünärmen özi üçin anyk ýörelgeleri işläp taýýarlanyndan soň, onuň marketing pudagynda we adamlaryň işiniň beýleki sferalarynda hem döreýän çylşyrymly köp meseleleri çözmäge ýagdaýy bolar.

Häzirki wagtyň marketing boýunça hünärmenleriň öňünde köp sanly çylşyrymly meseleler dur. Olaryň öňünde gün energiýasyny ulanmakda ylmy-tehniki progresse zerurlyk, öý kompýuterleriniň we robotlaryň döredilmegi, kabelli telewideniýäniň, häzirki zaman lukmançylygyň, ulaglaryň täze (ekologiýa zyýansyz) görnüşleriniň, dynç almagyň täze görnüşleriniň, aragatnaşygyň täze serişdeleriniň döredilmegi bilen köp marketing mümkinçilikleri açylýar. Şol wagt hem durmuş-ykdysady gurşawyň çäklerinde marketing işi we uly çäklendirmeleri goýýan güýçler hereket edýär. Kärhanalar täze gymmatlyklary döretmegi başarmaly hem jemgyýetiň öňünde ahlak jogapkärçiligine ýetirýän marketingi geçirmeli.

### ***Marketingde ýüze çykýan edepliligiň kyn ýagdaýlary***

1. Siz temmäki kompaniýasynda işläp başlanyňyzdan soň, şu wagta çenli çilim çekmekligiň erbet keseli döredýändigine ynanmazykdyňyz. Täzelikde Siz derňewleriň hasabaty bilen tanyş bolup, çilim çekmegiň erbet keseller bilen aragatnaşygynyň bardygynyň jedelsizligini gördüňiz. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

2. Siziň ylmy-barlag bölümiňiz kärhananyň öndürýän harytlarynyň birini kämilleşdirdi. Hakykatdan bolsa, ol haryt kämilleşdiril-

medi, emma gaplardaky we mahabatdaky şular ýaly pikirler onuň satuwyny ýokarlandyrlar. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**3.** Size öz haryt assortimentiniň «arzan» bölegini ýönekeý görnüş (model) bilen doldurmagy haýyş etdiler, alyjylary özüňe çekmek üçin ony mahabat edip bolýar. Kämilleşdirilmedik haryt gowy bolmaz, ýöne kommiwoýažorlar alyjylary has gymmat modifikasiýalary satyn almaga yrarlar diýip umyt edýärler. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**4.** Siz bäsdeş kärhanaňyzdaky haryt boýunça dolandyryjy bolup öň işlän zenan-maşgala bilen söhbetdeşlikden soňra ony işe almaly diýen netijä geldiňiz. Ol bäsdeşiň indiki ýyla boljak hemme meýilnamalary barada aýdýar. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**5.** Ähmiýetli satuw çäkde işleýän Siziň dilerleriňiziň biriniň maşgalasynda bulaşyklyk başlandy we satuwyň görkezijileri pese düşdi. Öň ol kärhananyň in ýokary öndürijilikli satyjysy hasaplanýardy. Onuň maşgala ýagdaýynyň haçan kadaly boljagy belli däl, emma satuwyň köp mukdary ýitirilýär. Şu dilere berlen söwda-da onuň aýratyn hukugyny ýok etmek we işgäri çalyşmak üçin hukuk mümkinçiligiňiz bar. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**6.** Özüňiz we umuman kärhana üçin köp ähmiýetli boljak uly müşderini özüňize çekmäge mümkinçilik bar. Onuň satuw boýunça agenti «sowgat» kömek eder diýip duýdurdy. Siziň kömekçiňiz şol agentiň öýüne telewizory ibermegi maslahat berýär. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**7.** Bäsdeş kärhana öz harydynyň satuwyna uly täsir edip biljek häsiýetleri berendigini Siz bildiňiz. Her ýylky ýöriteleşdirilen sergide şu kärhananyň ofisinde myhmanlar we öz dilerleri üçin kabul edişligiň birinde kärhananyň başlygy harydyň şol täze häsiýetleri barada aýdyp berer. Siz şol kabul edişlige öz işgärleriňiziň birini iberip, täzelik barada bilip bilersiňiz. Şondan soň Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**8.** Siz ähli güýç bilen uly şertnamany baglaşmaga dyrjaşýarsyňyz we gepleşiklerde alyjynyň wekiliniň özüne has peýdaly işi gözleýändigini öwrendiňiz. Siziň ony işe almak niýetiňiz ýok, ýöne şu mümkinçilik barada oňa duýdursañyz, ol siziň kärhanaňyza sargyt eder. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**9.** Siz üç sany mahabat bildirişinden birini saýlap almaly, ol Siziň täze harydyňyz üçin mahabat agentligi tarapyndan işlenilip taýýarlanylady. Birinji bildiriş (*A*) hakyky maglumatlardan we «ýumşak satuw» ýörelgelerinden gurlan. Ikinji bildiriş (*B*) duýguly sebäpleri ulanyp, harydyň peýdasyny köpeldýär. Üçünji bildiriş (*Ç*) çylşyrymly, gyjyndyrýan görnüşde bolup, auditoriýanyň ünsüni özüne çekip biler. Öňünden geçirilen testleriň netijeleri boýunça bildirişler *Ç*, *B*, *A* zygiderlilikde durýarlar. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**10.** Piwo gaýnadýan kärhananyň marketing bölüminiň başlygy bolup, Siz resmi taýdan rugsat edilen spirtli içgileri sarp etmegiň ýaşyny 18 ýaşdan 21 ýaşa çenli galdyryljakdygyny bildiňiz. Size başga piwo gaýnadyjylara birleşmegi teklip etdiler, olar kanun-taslamanyň garşysyna lobbi gurnaýarlar we mundan başga-da bellibir pul tölegini etmegi hödürleýärler. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**11.** Siz bäsdeşň harydyna bolan pikirler barada sarp edijileriň saýlawy esasynda sowal-jogap geçiresiňiz gelyär. Bu sowal-jogaby hamana hereket edýän «Marketing derňewleri boýunça edaranyň» adyndan geçirilýär diýip teklip edilýär. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**12.** Siz saçlarda goňagyň emele gelmegine päsgel berýän we bir gezek ulanylanda netijeli şampuny öndürýärsiňiz. Siziň kömekçiňiz görkezmede etiketkada şampuny iki gezek ulanmaly diýip görkezmeği maslahat berýär, şonda ol satuwa gowy täsir eder diýip belleýär. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**13.** Siz işe ukyply zenan-maşgala bilen söhbetdeşlik geçirdiňiz, ol Size söwda agenti bolup işe girmeli. Onuň hünär derejesi Siziň söhbetdeşlik geçiren erkek kişileriň derejesine görä ýokary. Emma ol işe kabul edilse, bar bolan söwda agentleriň käbirleriniň tarapyndan ýaramaz garaýyş dörejek we bu kärhananyň käbir ähmiýetli müşderilerini gynandyrar diýlen şübhe bar. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

**14.** Siz ensiklopediýalary satýan kärhanada satuw gullugynyň dolandyryjysy. Kommiwoýažor öýlere sorag-jogap geçirjek diýip girýär. Sorag-jogap geçirip, ol öz esasy täjirçilik işini (ensiklopediýa-



lary satmaklygy) ýerine ýetirjek bolýar. Bu usul has netijeli bolup, ony bäsdeşleriň köpüsi ulanýar. Siz özüňizi nähili alyp bararsyňyz?

### ***Etikadaky we durmuş jogapkärçiligindäki ýörelgeler***

Etikada we durmuş jogapkärçiligi bilen bagly soraglarda marketing boýunça hünärmenler we kärhanalar haýsy ýörelgelerden ugur almaly? Käbirleri erkin bazaryň goýberýän we kanunçylyk tarapyndan gadagan edilmeyän islendik hereketler bolýar diýip hasap edýärler. Şu pikir bilen baglylykda kärhanalar we olaryň menejerleri kabul edýän çözgütleriniň ahlak jähtleri barada pikir etmäge borçly däl. Başga sözler bilen aýdylanda, ulgamyň rugsat edýän zatlarynyň hemmesini arassa wyždan bilen ýerine ýetirmeli.

Bu meseläniň beýleki bir ugry boýunça jogapkärçilik ulgamdan kärhana we onuň menejerlerine geçýär. Bu has ösen ugur bolup, ol kärhananyň «jemgyýetçilik aňy» bolmaly diýlip çak edilýär. Kärhanalar we menejerler korporatiw çözgütleri işläp taýýarlanlarynda «ulgam rugsat edilýän zatlara» bagly bolman, etikanyň we ahlagyň ýokary standartlaryndan ugur alynmaly. Taryhda kanunyň we erkin bazaryň goýberýän, ýöne has jogapkärçiliksiz köp hereketlerine gabat gelinýär. Meselem, ABŞ-da iýmit önümleriniň we lukmançylyk preparatlarynyň ýokary hili barada Kanunyň kabul edilmeginde ön (1966 ý.) berhizlik tabletkalarynyň mahabatynda şol tabletkalary içýän adam islendik tagamlary islendik wagtda iýse-de, onuň agramy peseler diýip tassyklanýardy. Hakykatdan bu «berhizlik serişdede» esasy düzüm bölegi bolup soliteriň gurçuklary çykyş edýär, olar içegä düşüp, onda ösüp başlaýardylar. «Gowy» tabletkalaryň kömegi bilen horlanjak adam horlanyp, hem saglygyny, hem ýaşaýşyny ýitirip bilýär.

Her bir kärhana we marketing boýunça hünärmen üçin durmuş jogapkärçiliginiň we etikanyň bellibir kadalaryny işläp taýýarlamaly. Eger-de kärhana bütün jemgyýetiň bähbidine işlemek ýörelgesini alyp barýan bolsa, onuň her bir hünärmeni diňe kanunyň we iş tejribesiniň kabul edilen kadalarynyň çäginde däl-de, eýsem, öz hereketlerini berjaý etmeli, mundan başga-da çuňňur şahsy düzgün-tertibini, korporatiw aň-düşünjesini hem sarp edijiniň bähbidi barada alada etmeli. Şular ýaly anyk we önünden pikirlenen orun marketing

boýunça hünärmenlere marketingde-de, adamyň işleriniň başga ýagdaýlarynda-da kyn meseleleri çözmäge kömek eder.

Inwaýronmentalizme meňzeş marketingde etika dünýä bazarynda işleýän marketing boýunça hünärmenler üçin aýratyn meseleleri goýýar. Dürli ýurtlarda standartlar we iş tejribesi dürlüçe bolýar.

### ***Marketingiň Amerikan Assosiasıyasynyň Ahlak kodeksi hem-de marketing boýunça hünärmeniň jogapkärçiligi barada***

Marketing boýunça hünärmen öz işiniň netijelerine jogap bermeli we onuň çözümleri, maslahatlary we hereketleri hemme aragatnaşyk toparlarynyň: sarp edijileriň, guramalaryň, jemgyýetiň ýüze çykarylyşyna, hyzmat edilişine hem kanagatlandyrylyşyna tagallalarynyň maksimumuny üpjün etmeli.

#### ***Marketingde hünär etikasynyň esasy ýörelgeleri.***

1. Esasy düzgün – bilkastlaýyn zyýan ýetirmeli däl.
2. Kanunlary we kadalary berjaý etmeli.
3. Bilimiň, taýýarlygyň we tejribäniň ýokary derejesini görkezmeli.
4. Şu Moral kodeksini işjeň goldamaly, durmuşa geçirmeli we wagyz etmeli.

#### ***Dogruçylyk we akýüreklik barada.***

Marketing boýunça hünärmen hünär işinde akýürekliginiň, abraýynyň we artykmaçlygynyň ýörelgelerini goramaly hem durmuşa geçirmeli.

1. Sarp edijiler, müşderiler, işgärler, üpjün edijiler, distribýutorlar we jemgyýetçilik bilen işlenilende dogruçyl bolmaly.

2. Hemme gyzyklanýan taraplary habarly etmän, bähbitleriň jedellerine aňly girmeli däl.

3. Tölegiň kabul edilen ulgamyndan çykmary däl, marketing çäreler üçin düzgünler, ylalaşyklar hem kanunçylyk bilen kesgitlenen puluň jemini kabul etmeli we tölemeli.

#### ***Harytlar satyn alnanda – satylanda taraplaryň hukuklary we borçlary barada***

Harytlary satyn almak–satmak amallaryna gatnaşyjylaryň şu aşakdakylara haky bar diýlip hasaplanylýar:

1. Hödürlenilýän harytlar we hyzmatlar howpsuz hem öz niýetlenişine laýyk gelmeli.

2. Hödürlenilýän harytlar we hyzmatlar baradaky maglumatlar ýalan bolmaly däl.

3. Hemme gatnaşýan taraplar öz borçlaryny, şol sanda maliýe borçlaryny dogruçyl berjaý etmäge taýyn bolmaly.

4. Satyn alnan haryt bilen baglanyşykly arzalary adalatly kanagatlandyrmaga we (ýa-da) öwezini doldurmaga zerur çäreler göz önünde tutulan bolmaly.

Ýokarda görkezilen bellikler marketing boýunça hünärmeniň önünde şu aşadaky goşmaça borçlary goýýar.

### ***Marketing derňewleri***

1. Derňewler geçirilende harytlary satmak ýa-da maglumatlary ýygnamak tejribesinden peýdalanmaly;

2. Derňewleriň netijesinde alnan maglumatlary ýygşyrmaly däl ýa-da ýalan görkezmeler bolmaly däl, marketing derňewleriniň adalatlylygyny üpjün etmeli;

3. Daşky müşderilere we üpjün edijilere gatnaşykda dogruçyl bolmaly.

### ***Harytlary işläp taýýarlamak***

1. Harydy ýa-da hyzmaty ulanmak bilen baglanyşykly ähli esasy howplar barada habar etmeli;

2. Harydy üýtgedip biljek ýa-da harydy satyn almak barada sarp edijiniň çözgüdine täsir edip biljek harydyň düzüminiň çalyşmagynyň ähli ýagdaýlary barada habar etmeli;

3. Nyrhlaryň ýokarlanmagy bilen baglanyşykly harydyň ähli goşmaça mümkinçiliklerini düşündirmeli.

### ***Nyrhy emele getirmek***

1. Bellenen nyrhlary kesgitlemek boýunça çärelere gatnaşmaktan ýüz öwürmeli;

2. Ynsapsyz nyrhlary (bäsdeşi aýyrmak üçin) kesgitlemekden ýüz öwürmeli;

3. Islendik satyn alyş bilen baglanyşykly doly bahany aýtmaga taýýar bolmaly.

### ***Harydyň satylyş usuly***

1. Goşmaça girdeji almak üçin harydyň barlygy bilen ýalan maglumatlardan peýdalanmazlyk;

2. Ýaýradyş ýollarynda mejbur etmegi ulanmakdan ýüz öwürmek;

3. Dellal haryt bilen işlände oňa täsir etmezlik.

### ***Harytlary herekete getirmek***

1. Ýalan mahabatdan ýüz öwürmek;

2. Alyja harydy mejbur edip hödürlemekden ýa-da harydy aldyrmakdan ýüz öwürmek;

3. Sarp edijini aldamak ýa-da onuň aňyny oýnamak bilen baglanyşykly satuwy höweslendirmegiň usullaryndan peýdalanmazlyk.

### ***Kärhananyň içindäki gatnaşyklar***

Marketing boýunça hünärmen öz hereketleriniň kärhananyň içinde başga işgärleriň özlerini alyp barşyna nähili täsir etjekdigini öňünden görmeli. Marketing boýunça hünärmen işleýän adamlardan (başga işgärler ýa-da sarp edijiler) mejbur edip harytlary satmak usullary ulanmagy talap etmeli däl, sebäbi olar etiki däl alnyp barlyşy çagyryp bilýär. Marketing boýunça hünärmeniň borçlary:

1. Maglumatlar bilen işlenilende öz hünär işinde gizlinlik we atsyz ýörelgelerini berk berjaý etmeli.

2. Şertnamalar we özara ylalaşyklar boýunça öz borçlaryny wagtynda hem ýokary hilli berjaý etmeli.

3. Başganyň gazananlaryny (bütin ýa-da bölekleýin) özüne almaly däl, başganyň işini özüňki diýip görkezmeli däl, başgalaryň işläň işine olary habarly etmän ýa-da laýyk öwezini doldurman, tölegi almaly däl.

4. Şahsy maksatlar üçin öz gulluk ýagdaýyny ulanmaly däl, ol öz kärhanasyna we marketing işiniň beýleki gatnaşyklaryna ahlak we maddy taýdan zyýan ýetirýär.

Marketingiň Amerikan Assosiasiyasynyň islendik agzasy şu Ahlak kodeksiň islendik bölümünü bozsa, wagtlaýynça doly agzalylykdan aýrylyp bilinýär ýa-da oňa çäre görülýär.

## XII BAP

### MARKETINGDE HYZMATLARYŇ DERŇEWI

Bütün dünýäde tiz ösýän hyzmatlaryň gurşawy soňky 25 ýylda häzirkizaman ykdysadyýeti ösdürmegiň esasy ugurlarynyň biri boldy. Umuman, dünýä ykdysadyýetinde hyzmatlar gurşawy halkara söwdanyň möçberiniň, takmynan, dörtüden bir bölegini tutýar. Hyzmatlar gurşawynyň dürli kärhanalary, ýagny, syýahatçylyk we ätiýaçlandyryş kompaniýalary, banklar, telekommunikasiýa, ulag kärhanalary we başgalar dünýä boýunça ykdysadyýeti ösen ýurtlarda ähli kärhanalaryň 60%-ni tutýar.

2010-njy ýylyň 21-nji maýynda kabul edilen Syýahatçylyk hakynda Türkmenistanyň Kanuny Türkmenistanyň çäginde syýahatçylyk işiniň hukuk, ykdysady, durmuş we guramaçylyk esaslaryny kesgitleýär.

Hyzmatlar gurşawy örän dürli-dürlüdür. Ýurtlaryň köpüsünde hökümet kazyýetleriň hyzmatlaryny, iş bilen üpjünçilik meseleleri bilen meşgullanýan gulluklaryny, gospitalary, harby gulluklary we polisiýany, ýangyndan goramak, poçta, umumybilim berýän edaralarynyň hyzmatlaryny hödürleýär (döwlet sektory). Hususy täjirçilik däl guramalaryň sektory bolsa muzeýleriň, haýyr-sogap işleriniň, buthanalaryň, kollejlariň, dürli gaznalaryň we gospitalaryň hyzmatlaryny hödürleýär. Girdeji almaga gyzylanýan täjirçilik guramalary işewür sektoryň wekilleri bolup çykyş edýärler. Şolaryň arasynda myhmanhanalar, banklar, konsalting firmalary, lukmançylyk we hukuk guramalary, awiakompaniýalar, mahabat agentlikler, ätiýaçlandyryş hem marketing derňewlerini geçirýän kompaniýalary, tomaşaçylyk industriýasy, syýahatçylyk kompaniýalar şeýle-de bölek-satuw söwda kärhanalary bardyr. Adamlar bu adaty hyzmatlardan başga-da, täze hyzmatlaryň görnüşlerini oýlap tapýarlar.

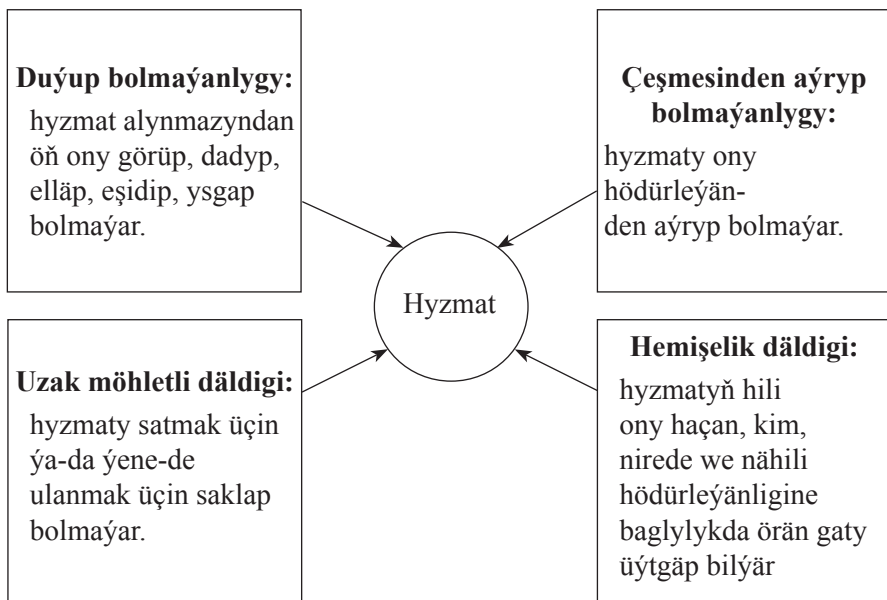
Hormatly Prezidentimiz Gurbanguly Berdimuhamedow özüniň «Türkmenistanyň ykdysady strategiýasy: halka daýanyp, halkyň hatyrasyna» atly işinde şeýle belleýär, ýagny «Bütün dünýäde daşary ykdysady işiň çalt ösýän we walýuta girdejileriniň düýpli çeşmesi hasaplanýan ulgamlaryň biri hem halkara syýahatçylygydyr. «Awaza»

milli syýahatçylyk zolagyny özleşdirmäge girişmek bilen, biz onuň halk hojalygy taýdan maksadalaýykdygyny we netijelidigini düýpli seljerdik hem-de diňe şondan soňra ýeňilleşdirilen salgyt, maliýe we hukuk şertlerini we zerur önümçilik ulgamlaryny döretmek esasynda bütin dünýäde kabul edilen erkin ykdysady zolagyň usulyny girizmek baradaky karara geldik. «Awaza» syýahatçylyk zolagyny ösdürmek babatda kabul edilen toplumlaýyn çäreler daşary ýurtly we ýerli maýadarlar, syýahatçylyk pudagynyň telekeçileri üçin syýahatçylar babatda ygtyýarnama düzgüniniň ýönekeýleşdirilmegini, ýeňilleşdirilen salgyt salnysyny (gurluşygyň dowamynda hem-de üpjünçilik ulgamlary we syýahatçylyk desgalary işe girizilenden soňky 15 ýylyň dowamynda maýadarlar emläk we girdeji salgydyny, goşulan baha üçin salgydy, gümrük we birža ýygymalaryny, ygtyýarnama we güwänama boýunça hyzmatlar, ýeri kärendesine almak üçin tölegleri tölemekden boşadylýar) öz içine alýan amatly düzgüni göz önünde tutýar».

Hyzmatlary hödürleýän käbir kompaniýalar trillion dollarly bolan aýlanyşykly we maýaly uly kompaniýalar bolup durýarlar. Bulardan başga müňlerçe kiçi firmalar bar, bular hem dürli hyzmatlary hödürleýärler. Umuman, bazarda hyzmatlary hödürlemek aýratyn meseleleriň ýüze çykmagy bilen baglanyşykly, olaryň çözüdi üçin aýratyn marketing strategiýalar zerurdyr.

### **12.1. Hyzmatlaryň tebigaty we häsiýetnamasy**

Myhmanhana otagyňy kärendä almak, bankda pul saklamak, uçarda uçmak, lukmana barmak, dellekhanada saçyňy bejermek, sport bäsleşikleri görmäge barmak, kinofilmi görmek, ulaglary bejermek, aklowjynyň maslahatyny almak ýaly her günki amallar hyzmat almak bilen baglanyşyklydyr. Hyzmatlar «aýratyn görnüşli harytlar» bolup, zerurlyklary kanagatlandyrmagyň usuly hökmünde, ony bir tarap başga bir tarapa hödürleýär. Kärhana marketing maksatnamasyny döredende hyzmatlaryň dört häsiýetini, ýagny duýup bolmaýanlygyny, bellibir çeşmeden aýryp bolmaýanlygyny, hemişelik däldigini we uzak möhletli däldigini hasaba almalydyr. Bu häsiýetnamalar 23-nji suratda görkezilen:



### 23-nji surat. Hyzmatlaryň dört sany häsiýetli aýratynlyklary

Hyzmatyň duýup bolmaýanlygy – hyzmatlaryň esasy häsiýetleriniň biri bolup, ol alynmazyndan öň ony görüp, dadyp, elläp, ešidip, ysgap bolmaýar, ýagny ony görkezip bolmaýar. Meselem, kosmetiki operasiýany etjek bolýan adam, hyzmaty alynmazyndan öň netijesini görüp bilmeýär ýa-da awiakompaniýalaryň ýolagçylarynda diňe ýol petegi bolup we niýetlenen ýere heläkçiliksiz eltip bermekligiň wadasy bar.

Şonuň üçin alyjylar hyzmatyň hili barada bilesleri gelýär. Onuň hili barada olar hyzmatyň ýerine, işgärlerine, bahasyna, hödürlemekligiň abzallaryna we serişdelerine seredip netijeleri çykarýarlar. Şeýlelikde, hyzmatlary hödürleýän kärhanalaryň maksady bolup, bellibir derejede hyzmaty, duýulmagy ýokarlandyrmak bolup durýar. Eger-de harytlaryň üpjün edijileri olara duýup bolmaýan häsiýetleriň köpräginde goşaslary gelse (eltip bermekligiň tizligi, kepilleriň möhletini uzaltmak, satuwdan soňky hyzmatlar), hyzmatlary hödürleýän kärhanalar bolsa olary has duýup bolýan etjek bolýarlar.

Hyzmatlary çeşmesinden aýryp bolmaýanlygy – hyzmatlaryň häsiýetleriniň biri bolup, olar bir wagtda hem hödürleýär, hem

sarp edilýär. Olary adam, abzallar hödürlesede çeşmesinden aýryp bolmaýar.

Fiziki harytlar ilki bilen öndürilýär, saklanylýar, soňra satylýar, iň soňunda sarp edilýär. Olardan tapawutlylykda hyzmatlar ilki bilen satylýar, soňra öndürilýär we sarp edilýär, bu hadysalar bir wagtda geçýär. Eger-de hyzmaty adam hödürleýän bolsa, ol hyzmatyň bir bölegi diýip hasaplanylýar. Hyzmat hödürlenende alyjy ýanynda bolýar, üpjün edijiniň we alyjynyň özara baglanyşygy hyzmatlaryň marketinginiň aýratyn nukdaýnazary ýaly seredilýär. Ol baglanyşyk önümiň – hyzmatyň hil taýdan üpjün edijä-dä, alyja-da baglydyr.

Hyzmatyň hemişelik däldigi – hyzmatlaryň esasy häsiýetleriniň biri bolup, ol kim tarapdan, haçan, nirede we nähili hödürlenýänligine baglylykda onuň hili örän üýtgäp bilýär.

Hyzmatyň öndürilişi we sarp edilişi adamlaryň gatnaşmagy bilen baglanyşykly bolanlygy üçin, onuň hemişelik däldiginiň uly howpy bar. Hyzmatyň hili ony hödürleýän adama, wagtyna, ýerine we hiline baglydyr. Hyzmatyň hiline gözegçilik etmek kyndyr. Meselem, käbir myhmanhanalar, meselem *Marriott* başgalara görä has ýokary hilli hyzmatlaryň üpjün edijileri diýen abraýy bar. Ýöne *Marriott*-yň bir myhmanhanasynda bellige alyş gullugynyň işgäri işe höwesli bolup gowy işläp bilýär, şol wagt hem gapdalyndaky başga işgär haýal işläp, işe höwessiz bolýar. Bir işgäriň hödürleýän hyzmatlarynyň hili her bir sarp ediji bilen aragatnaşykda onuň fiziki ýagdaýyna we keýpine baglydyr.

Hyzmatlaryň uzak möhletli däldigi – hyzmatlaryň esasy häsiýetleriniň biri bolup, ony satuw ýa-da ulanmak üçin saklap bolmaýar.

Käbir ýurtlarda lukmanlar hassa kabula gelmedik bolsa, tölegini töledýärler, sebäbi hyzmatyň gymmatlylygy bellibir wagtda bolýar we hassa gelmese ýitýär. Hyzmatlaryň uzak möhletli däldigi oňa isleg durnukly bolsa, aýratyn meseleleri döretmeýär. Ýöne isleg üýtgäp dursa, hyzmatlar gurşawynyň guramalary dürli meseleler bilen ýüzbe-ýüz bolýarlar. Meselem, jemgyýetçilik ulag kärhanalarynda pik sagatlarynda uly isleg bolany üçin rezewde köp ulag bolmaly. Hyzmatlar gurşawynyň guramalary isleg bilen teklibiň arasyndaky näsazlaşyklary aýyrmak üçin birnäçe strategiýalary ulanyp bilýärler.



Meselem, «ýuwaş» pasylda kurort şäherlerinde myhmanhanalarda ýaşamak üçin pes nyrhlary kesgitläp bolýar. Restoranlar bolsa pik sagatlarynda işlemek üçin wagtlaýynça işgärleri hakyna tutup bilýärler.

## **12.2. Hyzmatlar gurşawyny guramak üçin ulanylýan marketing strategiýalary**

Önümçilik gurşawynda işleýän kärhanalar ýaly, hyzmatlaryň gurşawynda gowy işleýän kärhanalar saýlan maksatly bazarda öz hyzmatlaryny görkezmek üçin marketingi ulanýarlar. *Southwest Airlines* «Diňe uçuş» diýip pasyllaýyn ýolagçylary saýlap pes nyrhlary we pes hilli goşmaça hyzmatlar diýip özüni görkezýär. *Ritz-Carlton* myhmanhanasy özüni «gowy dynç alyş, ajaýyp hyzmatlary we öz myhmanlarynyň isleýän zatlaryny» doly ýerine ýetirmegini üpjün etmäge ukyply kompaniýa ýaly özüni görkezýär. Bu we başga-da hyzmatlar gurşawyndaky işleýän kompaniýalar marketing çäreleriň adaty toplumyny ulanyp, öz imidži barada pikir edýärler. Ýöne hyzmatlar duýup bolýan harytlardan tapawutlanýandygy üçin, marketingi işläp taýýarlananda, aýratyn ugur gerek bolýar. Önümçilik gurşawyndaky tapgyrly harytlar standartlaşdyrylan bolup, öz alyjylaryna dükanlaryň tekjelerinde garaşýarlar. Bulardan tapawutlanyp, hyzmat alyjynyň we işgäriň gönüden-göni özara gatnaşmagynda döredilýär. Şeýlelikde, hyzmatlary üpjün edýän tarap hyzmaty hödürlän wagty iň ýokary gymmatlylygy döretmek üçin sarp ediji bilen netijeli özara gatnaşyga ilkinji nobatda ünsi jemlemelidir. Netijeli özara gatnaşyk, öz nobatynda hyzmaty hödürleýän işgärleriň türgenligine, önümçilik tehnologiýasyna we bilelikdäki hadysalara bagly, bular hyzmat etmek üçin işgärlere kömek edýärler.

### *Hyzmat – girdeji zynjyry*

Hyzmatlar gurşawynyň öndebaryjy kärhanalary öz işgärlerinde hem alyjylarda ünsi jemleýärler. Olar «hyzmat-girdeji» zynjyryň ähmiýetine gowy düşünyärler, ol hyzmat edýän kärhananyň girdejisini, onuň işgärleriniň we müşderileriniň kanagatlanmagy bilen birleşýär. Bu zynjyr baş bölekden ybarat:

– Hyzmat etmegiň içki hili – işgärleri saýlamak we okatmak, gowy hilli işçi gurşawy döretmek, müşderiler bilen göniden-göni işleýän işgärleri goldamak;

– Hyzmat edýän işgärleriň kanagatlanmagy we zähmetiniň ýokary öndürijiligi – has kanagatlanan, islegi bolan we gowy işleýän işgärleriň gowy netijeleri gazanmaklygy;

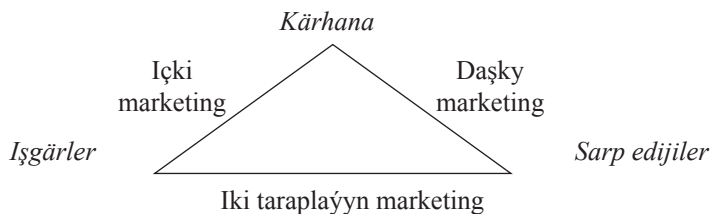
– Hyzmatyň gymmatlylygyny ýokarlandyrmak – sarp edijilik gymmatyny hemişe ýokarlandyryp, netijeli döretmek we hödürlemek;

– Kanagatlanarly we islegi bolan alyjylar – kanagatlanarly sarp edijiler kärhananyň hyzmatlaryna isleg bolan bolup, kärhananyň hyzmatlaryndan dowam edip peýdalanýarlar hem başga-da müşderileri kärhana çekýärler;

– Hödürleýän hyzmatlardan gelýän gowy girdeji onuň ösüşidir – hyzmatlary hödürlemek boýunça kärhanada işleri gowy alyp barmaly.

Şeýlelikde, girdejiniň we ösüşiň ýokary görkezijilerine ýetmeklik – munuň özi müşderiler barada pikir edýän adamlar barada pikir etmekden başlanýar.

*Içki marketing* – hyzmatlaryň gurşawyny guramagyň marketingi bolup, müşderiler bilen gönüden-göni gatnaşýan işgärleri okatmak we netijeli esaslandyrmak üçin ulanylýar, mundan başga-da, ähli hyzmat edýän işgärleri bir komandada işlemäge öwredip, sarp edijini kanagatlandyrmaga üpjün etmeklik bolup durýar.



**24-nji surat. Hyzmatlaryň daşky gurşawynyň marketinginiň üç görnüşi**

Diýmek, hyzmatlaryň maketingi, 4P`s-de (product – önüm, price – nyrh, place – ýer, promotion – herekete getirmek) esaslanan adaty marketinge görä, uly tagallalary talap edýär. 24-nji suratda

hyzmatlaryň marketingi içki we ikitaraplaýyn marketingi geçmegini talap edýändigini görkezýär.

Içki marketing – hyzmatlaryň daşky gurşawynyň guramaçylygynyň aýratyn ünsüni işgärleriň işiniň hiline bermeklik diýmekdir. Eger-de kärhana ýokary hilli hyzmaty hödürlejek bolsa, her bir işgär öz işini alyja gönükdirmelidir. Hakykatdan hem, içki marketing daşky marketingiň önünden durmaly.

*Iki taraplaýyn marketing* – hyzmatlar daşky gurşawynyň guramaçylygynyň marketingi bolup, hyzmatyň kabul edilýän hili uly derejede alyjy bilen satyjynyň özara gatnaşygynyň hiliniň baglylygyny çak edýär. Harytlaryň marketinginde satyn alynýan harytlaryň hili onuň nähili satyn alnandygyna bagly däl. Emma hyzmatlaryň marketinginde hyzmat edilişiniň hili hyzmatlaryň üpjün edijilerine we şu hyzmaty hödürleňiş hadysasynyň hiline baglydyr. Şeýlelikde, ökde hünärmenler ýönekeý tehniki taýdan gowy hyzmat edilýär, müşderiler kanagatlandyrylýar diýip hasap etmeli däl. Munuň bilen bilelikde olar iki taraplaýyn marketing türgenligini ýa-da wezipelerini kämilleşdirmelidir.

Başdeşligiň möwç urmagy, harajatlaryň artan, öndürjiligiň we hiliň ýokarlandyrylmagy talap edilýän häzirki döwürde kärhanalar has çylşyrymly marketing çözgütlerini kabul etmäge mejbur bolýarlar. Hyzmatlar gurşawynyň guramalary marketingiň esasy üç meselesi bilen, ýagny bäsdeşligiň tapawutlanmagy, hyzmat edilişiniň hilini we öndürjiligi ýokarlandyrmak ýaly meseleler bilen ýüzbe-ýüz boldular.

*Differensiasıýany (dürlüligini, tapawutlanmagyny) dolandyrmak.*

Häzirki zaman bazar şertlerinde, nyrh bäsdeşligi güýçlenende, hyzmatlar daşky gurşawynyň marketing boýunça hünärmenleri olaryň hyzmatlarynyň, bäsdeşleriň hödürleýän hyzmatlaryndan tapawutlandyrmaklyk örän kyn diýip aýdýarlar. Hyzmatlaryň differensiasıýasy bellibir meseleler bilen baglanyşyklydyr. Ilki bilen hyzmatyň duýup we çeşmesinden aýryp bolmaýanlygy diýmek, sarp edijiler hyzmaty satyn almakdan öň teklpleri seýrek deňeşdirýärler. Bäsdeş hyzmatlaryň özüne çekijiliginde ýa-da gymmatlylygynda tapawutlaryna bolup biljek sarp ediji anyk gözegçilik edip bilmeyär.

Hyzmatlaryň üpjün edijileri öz tekliplerini differensirmek üçin, köplenç, nyrh emele getirmegiň dürli usullaryny ulanýarlar. Ýöne nyrh emele getirmek strategiýasyny bäsdeşler hem örän tiz alyp bilýärler. Güýçli nyrh bäsdeşligi arassa girdejini peseldýär we durnukly differensirlenen uzak möhletleýin artykmaçlylygyň ýüze çykmagyna ýardam bermeýär.

Nyrh bäsdeşligiň mümkinçilikleriniň biri bolup, differensirlenen teklibi, hödürlemegiň usullaryny we imidži işläp taýýarlamak bolup durýar. Teklipler öz içine täzeçilik häsiýetlerini alýarlar, bu häsiýetler teklipleri kärhananyň bäsdeşleriniň tekliplerinden tapawutly hasaplaýarlar. Meselem, awiakompaniýa öz teklibini üýtgeşik görkezmek üçin gatnawda filmleri görkezip bilýär, ýokary komfortly ýerleri, ýer bilen telefon aragatnaşygy we hemişelik müşderiler üçin ýeňillikler ulgamyny hem-de gerek bolan dürli amatlyklar hödürlep bilýär. *British Airways* awiakompaniýasy halkara gatnawlaryň biznes-klassyň we birinji klasyň ýolagçylary üçin ýatylýan bölümleri, gyzgyn suwly duşlary we sargyt boýunça ertirlikleri hödürlep bilýär.

Hyzmatlar gurşawynyň guramalary müşderiler bilen gös-göni işleýän has ukyply we ynamly işgärleri ulanyp öz hyzmatlaryny dürli edip görkezip bilýärler. Kärhanalar hyzmatlary hödürlemegiň has komfortly şertleri döredýär ýa-da hyzmatlary hödürlemegiň has kämilleşdirilen hadysasyny işläp taýýarlaýar. Meselem, bank öz müşderilerine bank amallaryna elektron usul bilen öýden geçirmäge teklipler edip bilýär, munuň özi ýola çykyp, banka baryp, ulagy ulag durýan ýere goýup, nobatda durmakdan has rahatdyr.

Iň soňy, hyzmatlar gurşawynyň guramalary öz hyzmatyny simwolikada we söwda markany döretmekde aksent edip seýrek duş gelýän imidži döredip bilýär, şeýlelikde, ol bäsdeşleriň önünde durnukly artykmaçlygy almaga mümkinçilik berer. Meselem, Çikagodaky *Harris Bank* öz simwolikasynnda ýolbarsy ulanyp, özüne güýçli bankyň imidžini döretjek bolýar. Hyzmatlar gurşawynyň başga guramalary, ýagny dünýä belli kompaniýalar *McDonald's* (ony Ronald Mak-Donald masgarabazy janlandyrýar) we *Merril Lynch* konsalting kompaniýasy (simwoly – öküzi) bellibir simwolyň kömegi bilen öz imidžiniň dürlüligine ýetdiler.

### ***Hyzmat edilişiniň hiline gözegçilik etmek***

Hyzmatlar gurşawynyň guramalary bäsdeşleriniňkä görä has ýokary hilli hyzmatlary hödürlep, üstünlikli ikinji meseläni çözüp bilýär. Olaryň öňündäki öndürijiler ýaly, hyzmat edýän köp pudaklar hili umuman dolandyrmak hereketine birleşdiler. Sarp edijileriň islegi bolan – öz alyjylaryny saklamaga kärhananyň ukyplylygyny görkezýän in gowy hil görkezijisidir, kärhana bolsa in ýokary gymmatlylygy hödürleýär.

Ýokary hile ýetmek üçin hyzmat üpjün edijisi maksatly alyjylaryň hyzmat edilişiniň hili babatda garaşýan netijesini kesgitlemelidir. Gynansak hem, hyzmatyň hilini kesgitlemek we oňa baha bermek harydyň hiline görä örän kyn bolýar. Meselem, saç üçin feniň hiline görä saçyň alyşynyň hiline baha bermek has kyndyr. Elbetde, has ýokary hilli hyzmaty hödürlemeklik harajatlaryň köp çykarylmagyna getirýär. Ýöne maýa goýmaklyk hemişe öwezini doldurýar, sebäbi müşderileri doly kanagatlandyrmaklyk durnukly islegi bolan we harydyň geçginligini aňladýar.

Soňky wagt hyzmatlar gurşawyndaky köp guramalary hyzmatlary hödürlemegiň gowy we netijeli işleýän ulgamlaryna uly maýa goýýarlar. Gowy işleýän enjamlaryň kömegi bilen ýetilýän hemişelik hilli harytlardan tapawutlylykda hyzmatyň hili hiç haçan hemişelik bolmaýar we uly derejede işgäriň hem alyjynyň aragatnaşmagyna baglydyr. Bärde meseleler hökman ýüze çykýar. Meselem, gowy kärhanalar hem özlerini harydy üpjün etmegiň tötänden saklamagyndan, ýanan nygmatdan ýa-da işe höwesi bolmadyk işgärinden özüni ätiýaçlandyryp bilmeýär. Eger-de kärhanalar ýalňyşlarynyň önüni alyp bilmeseler, ol ýalňyşlar ýüze çykanda olary düzedip bolýar. Ýalňyşlar tiz düzedilse höwesi bolmadyk alyjyny islegi bolan alyja öwrüp bolýar. Şonuň üçin, kärhananyň ýolbaşçylary diňe hyzmat edilişiniň gerekli derejesini saklaman, ýalňyşlar ýüze çyksa, olary tiz düzetmelidigine öwrenmelidir. Onuň üçin müşderiler bilen gös-göni işleýän işgärler, käwagt olaryň gös-göni borçlarynyň çäklerinden çykýan bellibir ygtyýarlyklary bermelidir. Meselem, «Awaza» MSZ-niň myhmanhanalarynda gowy okadylyp taýýarlanan işgärler ýagdaýa baglylykda myhmanlary kana-

gatlandyrmak üçin öz garaýyşlaryna görä hereket edip bilýärler. Meseleler ýüze çykanda olar menejerlere kömek etmeli we öz myhmanlaryna hyzmat etmekligiň derejesini ýokarlandyrmagyň ýollary barada olara maglumat bermeli we ş.m.

Hyzmatlar gurşawynyň belli guramalaryň marketing derňewlerine görä hyzmatlaryň hili bilen baglanyşykly olaryň birnäçe umumy artykmaçlyklary bar. Hyzmatlar gurşawynyň meşhur guramalarynyň hyzmatlarynyň hiliniň birnäçe umumy artykmaçlyklary bardyr. Ýagny olar hyzmat edilişiniň hiliniň ýokary standartlaryny kesgitleýärler, hyzmatlary hödürlemegiň şertine (hem özüniňkä, hem bäsdeşleriniňkä) gözegçilik edýärler. Olar gowy hyzmatlary hödürlemäge ýönekeý çemeleşmän, öz hyzmatlarynyň 100%-li hiline ýetjek bolýarlar. 98% ýerine ýetirilişiniň takyklygyny talap edýän standart ýerlikli bolup görünýär, ýöne bu standarty poçta gullugy ulansa her gün 64 müň posylkalar ýiterdi; her günki gazetlerde her bir sahypada on söz ýalňyş bilen ýazylardy; her gün lukmanlar tarapyndan 400 müň ýalňyş reseptler ýazylardy, ýylda sekiz gün agyz suwy howply bolardy we ş.m. Meşhur kärhanalar deňeşdirme satyn alyşlary, alyjylardan sowal-jogaplary, arzlar we teklipler gulluklaryny ulanýarlar. Meselem, *General Electric* kärhanasynyň hyzmat edýän gulluklarynyň hyzmat ediş derejesi barada soraglar bilen her ýyl 700 müň otkrytkalary iberýär. *Citibank* hemişe «TOC»-i (anyklyk, ünsülük we özwagtlylyk) ölçenilýär – bu maksat bilen bankyň dürli bölümlerine müşderiler hökmünde işgärler barýar.

Gowy hyzmat edýän kärhanalar hyzmat edilişiniň hiline talaplar barada öz işgärlerine hemişe maglumat berýärler we öz isleglerini, tekliplerini aýtmaga mümkinçilik döredýärler. *Federal Express*-de hiliň derejesi hemme ýerde ölçenilýär. Bina girip, işgärler öňki hepdäniň görkezijilerini görýärler. Mundan başga-da, kompaniýanyň içki teleýaýlymy boýunça olar düýn bolup geçen wakalar we ertirki bolup biljek meseleler barada anyk maglumat alýarlar.

### **Öndürijiligine gözegçilik**

Ösüp barýan harajatlar hyzmatlar gurşawynyň guramalaryny öndürijiliginiň derejesini ýokarlandyrmaga mejbur edýärler. Bu mesele köp zähmetli pudaklarda has güýçlüdir. Öndürijiligi birnäçe usul bilen ýokarlandyryp bolýar. Kärhanalar işgärleriň hünär derejesini

ýokarlandyryp ýa-da öňki tölege has sap ýürekli we hünärli işlejek täze işgärleri işe alyp, hyzmatlaryň mukdaryny köpeltmegiň hasabyna goşmaça enjamlary gurup we önümçiligini standartlaşdyryp, ýagny hyzmatyny senagatlaşdyryp bilýär (*McDonald's* firmasy öz restoranlarynda konweýer usulyny ulandy).

Kärhana hyzmatlary hödürläp, tehnologiiki täzeliklerini ulanyşy bilýär. Öndüriji-kärhananyň wagtyny we çykdajylaryny tygşytlamak üçin täze tehnologiýalaryň artykmaçlyklary, köplenç, hyzmatlar gursawyndaky kärhanalaryň öndürijiligini ýokarlandyrmak üçin gowy serişde bolup çykyş edýär.

Gowy işläp taýýarlanan **Web**-sahypa gözlegiň takyk parametrlerini belläp, harytlar barada maglumatlary almaga, has laýyk gelýän harydy saýlamaga ýa-da göwünlerine ýaran harydy satyn almaga sarp ediljilere mümkinçilik berýär, bu bolsa torda işlemegiň wagtyny we hyzmatlaryň prowaýderine ýüki azaldýar. Meselem, personal kompýuterleriň alyjylary *Dell* kompaniýasynyň **Web**-sahypasyna ([www.Dell.com](http://www.Dell.com)) girip, *Dell* tehnikanyň dürli modelleriniň häsiýetlerine seredip, bahalary öwrenip, öňünden soraglaryň sanawyny düzüp bilýär. Eger-de alyjylar Internetden kompýuter satyn alasy gelmän, kompaniýanyň söwda agenti bilen duşuşjak bolsalar, ol söhbetdeşlige gowy taýynlanar we artykmaç wagty almaz.

Ýöne kärhanalar hil ýitgisiniň hasabyna öndürijiliginiň ýokarlanmagyndan gaçmaly. Senagat konweýerine hyzmaty goýmaga ýa-da harajatlary azaltmaga synanyşyklar kärhananyň girdejililigini gysga möhletleýin döwürde ýokarlandyryp bilýär, uzak möhletleýin döwürde täzelikçilere onuň ukyplylygyny, hyzmatlaryň ýokary hilini we çeýeligini saklamaga mümkinçiligi, alyjylaryň zerurlyklaryna we isleglerine täsirini peseldýär. Käbir ýagdaýlarda kärhanalar hyzmatlaryny dürli edip döretmek we olaryň hilini ýokarlandyrmak üçin öndürijiligi bilip peseldýärler.

### ***Harytlaryň we hyzmatlaryň halkara marketingi***

Hyzmatlaryň halkara bazarlarynda işleýän marketing boýunça hünärmenler özboluşly we çylşyrymly meselelere duş gelýärler. Kärhanalar haýsy hyzmatlary halkara bazarynda we haýsy ýurtlarda hödürlejekdigi barada netijä gelýärler. Soňra olar öz hyzmatlaryny dünýä bazaryna standartlaşdyrmak (hyzmaty üýtgetmän) ýa-da

uýgunlaşdyrmak (hyzmaty üýtgetmek) barada çözügüt kabul etmelidir. Bir tarapdan, kärhanalar öz teklibini standartlaşdyrmaga garşy däl. Standartlaşdyryş kärhanalara bütin dünýä boýunça öz keşbini döretmäge kömek edýär. Ol önümçilige edilýän çykdaýlary azaldýar we harydy döretmäge hem işläp taýýarlamak boýunça şol bir marketing derňewleri, mahabat kampaniýalary we tagallalary gaýtalamaga geçmekden mümkinçilik berýär. Başga tarapdan, dürli ýurtlardaky sarp edijiler birnäçe parametrler: medeniýet, dürli hyzmatlara gatnaşyk we alyjylyk endikler boýunça tapawutlanýarlar. Mundan başga-da, bazarlar ykdysady şertler, bäsdeşlik derejesi, kanunçylygyň talaplary we tebigy-klimatiki şertler boýunça tapawutlanýarlar. Kärhanalar bu tapawutlary elbetde, hasaba almalydyr we hyzmatlaryň hödürlenilişine laýyklykda uýgunlaşdyrmalydyr.

Gaplar hem dünýä bazarynda uly mesele bolup durýar. Onuň ulanylyşy özünde köp hilegärligi gizleýär. Meselem, atlary, etiketkalary, reňkleri dürli ýurtlarda meňzeş ulanyp bolmaýar. Öz logotipinde sary reňkleri ulanýan kärhana ABŞ-da kadaly kabul ediler, emma Meksikada ol meseleler bilen duş geler, sebäbi ol ýerde sary reňk ölümi ýa-da hormatlanmaýanlygyň alamatlarydyr. Nature Gift atly kömelekleriniň atlary aňsatlyk bilen Amerikada tagamçylar üçin ulanylyp bilner, Germaniýada bolsa onuň ulanylyşy işewürlik üçin erbet bolar, sebäbi inlis Gift sözi (sowgat) «zäher» aňladýar. Gaplaryň şekilini hem dürli ýurtlarda sarp edijileriň fiziki aýratynlyklaryna uýgunlaşdyrmalydyr. Meselem, alkogolsyz içgiler Ýaponiýada kiçijik gutujyklarda satylýar, olar ýaponlylaryň elleriniň kiçi ölçeglerine uýgunlaşdyrylan. Şeýlelikde, harydyň we gabynyň standartlaşdyrylyşy öndürjä bellibir artykmaçlygy berýändigine garamazdan, kärhanalar, köplenç, dürli halkara bazarlaryň seýrek duş gelýän zerurlyklaryna öz teklibini uýgunlaşdyrmalydyr.

Hyzmatlar gurşawynyň käbir pudaklarynyň işleriniň halkara bazarynda uly tejribesi bar. Meselem, täjirçilik banklaryň industriýasy ilkinji bolup öz işini halkara derejä geçirdi. Banklar daşary ýurtlarda söwda etmäge isleg bildirýän öz ýerli müşderileriniň walýutada we karzlarda zerurlyklaryny kanagatlandyrmak üçin halkara hyzmatlary hödürlep başladylar. Ýöne häzirki wagtda halkara maliýe işiniň serhetleriniň giňelmegi bilen köp banklar dünýä möçberinde



başladylar. Meselem, nemes *Deutsche Bank*ň dünýäniň 41 ýurdunda filiallary bar. Meselem, Germaniýa birleşenden soňra ýüze çykan täze bütin dünýädäki müşderiler üçin *Deutsche Bank* maýasyny diňe Frankfurtda däl-de, eýsem, Sýurihde, Londonda, Parižde, Tokioda toplan bilýär.

Syýahatçylygyň industriýasy hem halkara derejesinde işi ýola goýup başlady. Amerikan myhmanhanalary we awiakompaniýalary öz kärhanalaryny Ýewropada hem Gündogarda döretdiler. Olardan soňra karz kartlar boýunça harytlary satmakda ýöriteleşdirilen kompaniýalar geçdiler, halkara bazaryna ilkinji çykan *American Express* häzirkigi wagtda *Visa* we *MasterCard* tarapyndan bäsdeşlige duş gelyär. Iş sapara ýa-da dynç almaga gidýän adamlar öz karz kartlar boýunça hemme zerur zatlary alyp bilerler diýip ynanasy gelyär, şonuň üçin islendik ýerlerde olaryň karz kartlaryny kabul ederler diýip garaşýarlar.

Audit, konsaltng we mahabat ýaly professional we işewür hyzmatlaryny hödürleýän kärhanalar halkara möçberinde öz işiniň gerimini giňeldiler. Bu kärhanalaryň halkara ösüşi bularyň hyzmat edýän öndüriji-kärhanalaryň işleriniň globalizasiýasynyň dowamy boldy. Meselem, müşderiler-kärhanalar halkara marketingi we halkara mahabat strategiýalaryny ulanyp başlanlaryndan soňra, olara hyzmat edýän mahabat agentlikler we marketing hyzmatlaryny hödürleýän başga-da kärhanalar öz işlerini halkara möçberine çenli giňeltmegi bilen jogap berdiler.

Öz işiniň globalizasiýasynyň zerurlygyny iň soňky bolup söwda dellallar duýdular. Öz milli bazarlary dükanlardan doly diýip, şu bölek-satuw söwda torlary: *Wal-Mart*, *Kmart*, *Toys «Я» Us*, *Office Depot*, *Saks Fifth Avenue* we *Disney* öz işewürligini tiz ösýän dünýä bazarlara geçirýärler. Ýapon *Yaohan* bölek-satuw söwda torunyň Aziýada iň uly söwda merkezi 21 gatly Neytage Shanghai Tower dükany Hytaýda bar, *Carrefour* fransuz söwda tory bolsa Braziliýada we Argentinada meşhur bölek-satuw söwdagäri boldy. Aziýa sarp edijileri amerikan önümlerini Makro (Daniýa) dükanlarynda satyn alýarlar.

Başga ýurtlarda işlemäge isleg bildirýän hyzmatlar gurşawyndaky kärhanalary hemişe gowy kabul etmeýärler. Eger-de öz

harytlaryny başga ýurtlarda satmaga dyrjaşýan öndürijiler anyk tarifler, kwotalar ýa-da walýuta çäklendirmeler bilen duş gelseler, hyzmatlaryň üpjün edijileri tutup bolmaýan päsgeller bilen duş gelyärler. Käbir ýagdaýlarda kärhananyň berjaý etmeli düzgünleri şu ýurduň döp-dessurlaryny görkezýär. Başga ýagdaýlarda olar dörän pudagy uly resursly uly halkara bäsdeşlerden goramaga dyrjaşýarlar. Ýöne käbir ýagdaýlarda daşary ýurt kärhanalara goşmaça kynçylyklary döretmek üçin çäklendirmeler oýlap tapylan ýaly görünýär.

Meselem, türk kanuny boýunça şahamçasyny açmak üçin halkara auditor kompaniýalaryna ýurda maýa getirmäge gadagan edýär we marketing maksatnamalar işläp taýýarlananda meşhur halkara firmalaryň hyzmatlaryny peýdalanman, ýerli hyzmatdaşlaryň hyzmatlaryny peýdalanmagyny talap edýär. Buenos-Aýres-däki ýerleşýän transmilli korporasiýasynyň şahamçasynda auditor barlagyny geçirmek üçin, buhgalter Argentinanyň geografiýasy we taryhy boýunça orta mekdebiň maksatnamasy boýunça leksiýanyň kursuny diňlemeli. Häzirki wagtda Hindistan dünýäde iň uly (we girmek üçin iň çylşyrymly) bazar. Nýu-Deli gozgalmaýan emlägi satmak we ätiýaçlandyryş boýunça halkara ätiýaçlandyryş kompaniýalaryň işine päsgelçilik döredýär.

### **XIII BAP**

## **SARP EDIŞ BAZARLARY WE ALYJYLARYŇ ÖZLERINI ALYP BARŞY**

### **13.1. Alyjylaryň özlerini alyp barşynyň nusgasy (modeli)**

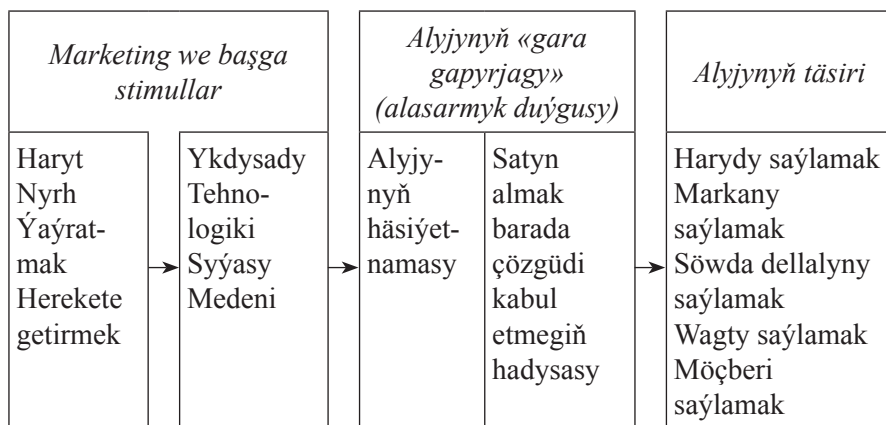
Indiidual sarp edijiniň özüni alyp barşy – bu harytlary we hyzmatlary şahsy sarp etmek üçin satyn alýan soňky sarp edijiniň (fiziki şahsyýetiň ýa-da öý hojalygynyň) özüni alyp barşydyr. Şu soňky sarp edijileriň hemmesi bilelikde alnyp sarp ediş bazaryny emele getirýärler. Bütindünýäniň sarp ediş bazary 6 mlrd adamdan

ybarat. Şular ýaly depgin saklanyp galanda 2025-nji ýyla Ýer şarynyň ilaty 7,9 mlrd adama, 2050-nji ýylda 9 mlrd adama ýeter.

Dünýäniň dürli ýurtlarynda sarp edijiler biri-birinden ýaşy, bilim we girdejileriniň derejesi, islegleri boýunça tapawutlanýarlar. Olar dürli harytlary we hyzmatlary satyn alýarlar. Islendik harydy saýlamaga çözüdiň kabul edilişiniň hadysasyna köp ýagdaýlar täsir edýär.

Her gün sarp edijiler aljak zatlary barada köp çözütleri kabul edýärler. Köp iri kärhanalar satyn alyş barada çözüdiň kabul edilişiniň hadysasyny derňeýärler, ýagny näme, nirede, nähili we näçe, haçan hem näme üçin sarp edijileriň satyn alýandyklaryny biljek bolýarlar. Marketing boýunça hünärmenler hem şu hadysany öwrenýärler, ýöne olary näme, nirede we näçe diýen soraglara jogaplar gyzyklandyrýar. Alyjylaryň özlerini alyp barşynyň hemme syrlaryny açmak örän kyn bolýar – islendik çözütleriň sebäpleri sarp edijileriň çuňňur alasarmyk duýgusynda ýatýar.

Marketingiň esasy soragy: kärhananyň dürli marketing ugurlaryna alyjylar nähili täsir edýärler? Başlangyç nokat «höwesä döretmek-gaýtargy» alyjylaryň özlerini alyp baryş modeli (25-nji surat). Suratda görkezilişi ýaly marketing we başga ugurlar alyjynyň alasarmyk duýgusynda («gara gapyrjaga») girip, bellibir täsiri döredýärler. Marketing boýunça hünärmenler şu «gara gapyrjakda» nämäniň bardygyny ýüze çykarmalydyr.



25-nji surat. Alyjylaryň özlerini alyp barşynyň modeli

Marketing stimullar dört element – «4Ps» bilen görkezilen. Başga stimullara alyjynyň daşky gurşawynyň ýagdaýlary degişli. Bu düzüm bölekleriň hemmesi sarp edijiniň «gara gapyrjagyna» düşüp, syn edilýän täsirleriň jemine: harydy saýlamak, söwda markasyny saýlamak, söwda dellalyny saýlamak, satyn almagyň wagtyny saýlamak we satyn almagyň möçberini saýlamak diýen täsirlerine öwrülýärler.

Marketing boýunça hünärmenler sarp edijiniň «gara gapyrjagynda» stimullaryň täsire nähili öwrülýändigine düşünmäge dyrjaşýarlar. «Gara gapyrjagy» şertli iki bölege bölüp bolýar. Olaryň birinjisi – alyjynyň şahsy häsiýetleri – ol höweslendirilýän ugurlary nähili kabul edýär we olara nähili gaýtargy edýändigine täsir edýär. Ikinji bölegi – sarp ediji tarapyndan çözgüdi kabul etmegiň hadysasy – onuň alyjylyk ukyby özünü alyp barşyna täsir edýär.

***Alyjylaryň özlerini alyp barşyna täsir edýän häsiýetler***

Alyjynyň saýlawyna medeni, sosial, şahsy we psihologiki ýagdaýlar täsir edýärler (26-njy surat). Köp ýagdaýlarda marketing boýunça hünärmenler şu ýagdaýlary dolandyryp bilmeýärler, ýöne olar hasaba alynmalydyr.

***Medeni ýagdaýlar***

Medeni ýagdaýlar alyjylaryň özlerini alyp barşyna güýçli we çuňňur täsir edýärler. Marketing boýunça hünärmen alyjynyň haýsy medeniýete, subkultura we jemgyýet synpyna degişliliginiň ornuna düşünmelidir.

<i>Medeni ýagdaýlar</i>	<i>Sosial ýagdaýlar</i>	<i>Şahsy ýagdaýlar</i>	<i>Psihologiki ýagdaýlar</i>	<b>Alyjy</b>
Medeniýet Subkultura Jemgyýet synpy	Referent toparlar Maşgalalar Orunlar we statuslar	Maşgalanyň ýaşayyş döwrüniň ýaşy we tapgyry Meşgullanýan işi Ykdysady ýagdaýy Ýaşayyş obrazy Şahsyýetiň görnüşi	Sebäp Duýgurlyk Özleşdirme Nazarlar we pikirler	

**26-njy surat. Alyjylaryň özlerini alyp barşyna täsir edýän ýagdaýlar**

## *Medeniýet*

Medeniýet adamyň isleglerine we özüni alyp barşyna uly täsir edýär. Adamyň özüni alyp barşy gowy öwrenilen. Jemgyýetde terbiýelenen çaga maşgalada we dürli durmuş institutlarynda esasy gymmatlyklary, düşüňjeleri, zerurlyklary we özüni alyp barşynyň meňzeşligini (stereotiplerini) kabul edýär.

Her bir synpyň ýa-da jemgyýetiň öz medeniýeti bar we dürli ýurtlarda medeniýet alyjylaryň özlerini alyp barşyna dürlüçe täsir edýär. Eger-de şular hasaba alynmasa, onda marketing işi islenilýän netijäni bermez ýa-da ökünderiýän ýalňyşlyklara getirer. Meselem, amerikan işewür toparlarynyň wekilleri Taýwanda öz harytlaryny satjak bolup, muňa oňat düşündiler. Täze bazarlarda sowdany ýola goýjak bolup, olar ýurda suwenirleri getirip, yaşyl beýsbol kepaly geldiler. Bu iş sapary Taýwanda saýlawlaryň bir aý öňünden meýilleşdirildi, yaşyl reňk bolsa garşylykly partiýanyň nyşanydy. Taýwan medeniýetinde bir döp bardy: erkek kişi aýaly wepaly bolmasa, yaşyl geýinýärdi. Iş saparyna gatnaşyjylar dürli medeniýetleriň arasynda uly tapawudyň bardygyna düşündiler. Halkara bazarlarynda işleýän marketing boýunça hünärmenler dürli ýurtlaryň milli medeniýetiniň aýratynlyklaryny bilmeli we şoňa laýyklykda öz marketing strategiýalaryny uýgunlaşdyrmalydyr.

Marketing boýunça hünärmenler hemişe medeni ilerlemeleri ýüze çykarmaga dyrjaşmaly, ýagny haýsy täze harytlary sarp edijileriň satyn aljakdygyny biljek bolmaly. Meselem, medeniýetde bellibir ilerlemäniň netijesinde adamlar öz saglygyna we fiziki ýagdaýyna köp üns berip başlaýarlar, munuň özi trenažorlary, sport egin-eşikleri, ýagy az saklaýan iýmiti, tebigy önümleri hem sagdynlanma, sport boýunça hyzmatlary öndürýän täze pudagyň ösüşini emele getirýär. Başga medeni ilerleme – adamlaryň arasynda has resmi däl gatnaşyklaryň ösüşine – sada we rahat egin-eşiklere hem rahat öý mebelleri islegiň köpelmegine getirýär. Köp wagtyny dynç alşa bagyşlamaga ösýän isleg öý hojalygyny alyp barmagy aňsat edýän, hususan-da mikrotolkunly peçlere we tiz taýýarlanýan iýmite islegiň köpelmegine getirýär.

## *Subkultura*

Her bir medeniýet has ownuk elementlerden – subkulturalardan ybarat bolup, olar adamlaryň toparlary bilen görkezilen, bular jemgyýetde bellibir ýagdaýda, olaryň umumy ýaşayyş tejribesinde esaslanan gymmatlyklarynyň bellibir ulgamynyň tarapdarlarydyr. Aýratyn subkulturalar milli, dini alamatlar ýa-da bir geografiki sebitde ýaşayan adamlaryň toparlary bilen görkezilen. Dürli subkulturalara degişli sarp edijiler bazaryň wajyp böleklerini emele getirýärler we köplenç, marketing boýunça hünärmenler ýörite şolar üçin harytlary hem marketing maksatnamalaryny işläp taýýarlaýarlar. Mysal hökmünde sarp edijileriň dört sany uly toparyna seredip geçeliň – ispan dilli amerikanlylar (latyn amerikalylarynyň gelip çykyşy), garamtyl derili (negr amerikalylar), aziýalylar (aziýadan gelip çykyşly amerikalylar) we uly ýaşly sarp edijiler.

*ABŞ*-nyň latyn amerikalý (ispan dilli) bazaryny – Kubadan, Meksikadan, Merkezi we Günorta Amerikadan we Puerto-Rikodan gelenler düzýärler. Bular 29 mln adam bolup, ýylda 348 mlrd amerikan dollarlyk harytlary we hyzmatlary sarp edýärler. Hünärmenleriň pikiri boýunça 2010-njy ýyla çenli olaryň sany 40 mln adama çenli köpeldi. Elbetde, *ABŞ*-nyň ilatynyň şu toparynyň wekillerine harytlar, dükanlar we şoňa meňzeşler barada maglumatlary ilerletmegiň in ygtybarly usuly bolup ispan dilli köpçülikleýin maglumatlar serişdeler bolmagynda galýar.

Iýmit önümlerini, alkogolsyz içgileri, öý üçin harytlary hödürleýän kärhanalar latyn amerikanlylary aýratyn maksatly topara çykarýarlar. Ýöne bu bazar böleginiň alyjylyk ukyplylygynyň ösüşi bilen ol has gymmat bahaly harytlaryň, kompýuterleriň, maliýe hyzmatlarynyň, fotoapparatlaryň, uly durmuş elektroharytlarynyň, durmuşy we awtomobilleri ätiýaçlandyrmak boýunça hyzmatlaryň satuwy üçin özüne çekiji bolýar.

Latyn amerikalý sarp edijiler belli söwda markalaryň ýokary hilli harytlaryny satyn almaga meýillidir: olar has arzan analoglary seýrek satyn alýarlar. Ýene-de bir wajyp ýagdaý – latyn amerikalýlar söwda markasyny we olaryň isleglerini kanagatlandyrmaga dyrjaşýarlar, kärhanalara islegiň ýokary derejesi bilen tapawutlandyrylýar.

Meselem, *Sears* kompaniýasy ispan dilli sarp edijileri özüne çekmek boýunça maksadalaýyk işi alyp barýar. Bu kompaniýalaryň torundaky dükanlaryň 130-sy «latyn amerikalylaryň» dükanlarydyr, olarda müşderileriň 20%-i ispan dilli sarp edijilerdir.

Latyn amerikalylar bilen maksadalaýyk iş ýene-de birnäçe artykmaçlyklary üpjün edip bilýär. Erkin söwda baradaky Demirgazyk-amerikan ylalaşyk (NAFTA) baglaşylandan soňra, ol ABŞ-nyň, Meksikanyň we Kanadanyň arasyndaky söwda päsgelçiliklerini azaldyp, amerikan we meksikan kompaniýalary «panamerikan» harytlaryny satmagyň täze mümkinçiliklerini gördüler. Serhediň iki tarapyndan kompaniýalar ABŞ-nyň ispan dilli ilatyny Amerikanyň we Latyn Amerikasynyň bazarlarynyň arasyndaky baglanyşykly halka ýaly seredýärler.

Eger-de her ýyl 500 mlrd amerikan dollarlyk harytlary we hyzmatlary sarp edýän gara bedenli amerikalylar aýratyn milleti emele getiren bolsalar, onda olaryň alyjylyk ukyplylygy umumy dünýä boýunça alyjylyk ukyplylygynyň 1/12 düzerdi. ABŞ-nyň gara bedenli ilatynyň maddy-hal ýagdaýy hemişe ösýär, islegler dürli-dürli bolýar. Gara bedenli alyjylar bazaryň beýleki böleklerine nyrha bolan uly duýgurlyk bilen tapawutlanýarlar, ýöne harytlaryň hili we saýlawyň mümkinçiligi olary has özüne çekýär. Olar üçin uly ähmiýetli bolup söwda markasy çykyş edýär, olar islegiň ýokary derejesi bilen tapawutlanýarlar we harytlary satyn almak barada çözüdi kabul edýärler.

Soňky ýyllarda köp kompaniýalar afroamerikan ilatynyň zerurlyklaryna laýyk gelýän ýörite önümlerini we hyzmatlaryny, gaplaryny hem mahabat ýüzlenmelerini işläp taýýarladylar. *Hallmark* kompaniýasy 1987-nji ýylda gara bedenli amerikalylara gönükdirilen Mahogany otkrytkalarynyň seriýasyny öndürüp başladylar, onda şol wagt 16 surat bardy, häzir bolsa ol şeýle suratlaryň 800-ni hödürleýär. Beýleki kärhanalar bolsa afroamerikanlylar üçin harytlaryň aýratyn önümçiligini ýuwaş-ýuwaşdan bes edýärler. Onuň ýerine olar bütin bazar üçin niýetlenen bir markanyň çäginde dürli-dürli harytlary hödürleýärler. Meselem, *Sara Lee* kompaniýasy gara bedenli zenanlar üçin L'eggs markasynyň Color-Me-Natural kolgotkalarynyň

önümçiligini bes etdi we häzir bolsa ilatyň bu böleginiň isleginde bolan kompaniýanyň esasy önüminiň özbaşdak subbrendler («brand» lat. – kleymo) ýaly dürli öwüşginlerini we stillerini hödürleýär.

Žurnallaryň, telewizion ýaýlymlaryň we beýleki köpçülikleýin habar beriş serişdeleriň köpüsi öz maksatly toparý hökmünde gara bedenli sarp edijileri saýlaýarlar. Marketing boýunça hünärmenler afroamerikan wirtual bileleşigine girýärler. Ilatyň baş sanyna hasaplananda gara bedenli sarp edijiler online hyzmatlaryny ak bedenli sarp edijilere görä iki esse köp sarp edýärler. Afroamerikanlylar, köplenç, şular ýaly **Web**-sahypalara, ýagny Black World Today ([www.tbwt.com](http://www.tbwt.com)) ýüzlenýärler, onuň USA Today internetdäki özboluşly «gara bedenli» analogy bolup, afroamerikan medeniýetine gönükdirilen. Beýleki belli saýtlara Urban Sports Network, Net Noir Black we Voices saýtlar degişlidir.

Aziýaly amerikalylar öň tiz ösýän we täsir edýän *ABŞ*-nyň demografiki bazar bölegi hasaplanylýar, häzirkigi wagtda ol 10 mln adam bolup, onuň ýyldaky alyjylyk ukyplylygy 110 mlrd amerikan dollarydyr. Iň uly topar – hytaýlylar; olardan soňra fillipinli ýaşajylylar, ýaponlar, hindiler we koreýler gelýär. Aziýaly maşgalanyň girdejisi orta statistiki umumymilli görkezijisinden 19%-den ýokarydyr. Halkara telefon aragatnaşygynyň we dürli maliýe hyzmatlaryny hödürleýän kompaniýalary bir eýýam amerikalylar aziýalylary özbaşdak maksatly topara çykardylar, soňky wagt bolsa çekilip gaplanan harytlary öndürýän kärhanalar, ulag kärhanalary, bölek-satuw söwdasy we tiz hyzmat edýän restoranlaryň ulgamlary goşuldylar. Iň uly päsgelçilikler dil we medeni döp-dessurlar hasaplanylýar. Meselem, aziýaly amerikalylaryň 66%-i daşary ýurtda eneden boldular, olardan 56%-i bolsa baş ýaş we ondan ýokary hasapdan iňlis dilinde gowy gürlöp bilmeýärler. Ýöne oňa garamazdan, köp kärhanalar tiz ösýän alyjylyk ukyplylygyň özüne çekijiligi bilen bu bazar bölegini özleşdirmegiň geljegine seredýärler.

*ABŞ*-nyň ilatynyň garradygyça gartaşýan sarp edijileri (50 ýaşdan ýokary) örän özüne çekiji bazara öwrülýärler. Şu wagt uly ýaşly adamlaryň sany ýakyn 25 ýylda 115 milliona ýeter diýlip çaklanylýar, bu gowy maliýe ýagdaýdyr – olaryň girdejisi 35 ýaş çenli sarp



edijileriň girdejisinden ortaça iki esse köpdür. Gartaşan adamlarda boş wagty we pullary köp bolany üçin olar ekzotiki syýahatçylygyň industriýasy, restoranlar, telewizor we wideomagnitofonlar görnüşli ýokary hilli öý apparatura, dynç almak üçin harytlar hem hyzmatlar, mebel şeýle-de egin-eşikler, maliýe hyzmatlary, saglyk üçin peýdaly iýmit önümleriniň, derman serişdeleriniň gowy maksatly bazary bolup durýarlar. Mundan başga-da gartaşan adamlar öz daşky sypatyny ruhlarynyň ýaşyna laýyklygyny isleýärler, şonuň üçin olar garramaga garşy kosmetiki serişdeleriň, ýokumly iýmitiň, öý sport esbaplaryň we ýaşı uzaltmaga mümkinçilik berýän başga harytlaryň gowy sarp edijileri bolup çykyş edýärler. Bu bazarda iň gowy marketing strategiýa bolup, dürli we gyzykly ýaşaýan gartaşan adamlaryň has işjeň bölegine ýüzlenmekdir. Meselem, *Nike* kompaniýasynyň mahabat bildirişinde gartaşan sportsmen: «Ýaşyma seretseňiz maňa güýçli diýip bolanok... Ýöne men güýçli!» diýýär. *Kellogg* kompaniýasy All-Bran ýarmasyna bagyşlap, mahabat bildirişleriniň birnäçesini çykardy, onuň gahrymanlary 53-81 ýaş aralykda bolup, suw lyžalarynda ýöreyärler, päsgelçilikli ylgaýarlar, hokkeý we basketbol oýnaýarlar. *Aetna* kompaniýasynyň mahabat bildirişinde gartaşan hukukçy pensiýa çykyp ýaşlykdaky arzuwymy, ýagny arheolog bolmagyny ýerine ýetirip bildim diýip gürrüň berýär.

### ***Jemgyýetçilik synpy, gatlagy***

Islendik jemgyýetde dürli görnüşdäki synp gurluşy bolýar.

Islendik jemgyýetçilik synpyna degişlilik diňe bir ýagdaý, meselem, girdejileriň ululygy bilen kesgitlenilmeýär, ol birnäçe ýagdaýlaryň: meşgullanýan işi, girdejeleriniň, biliminiň, bank goýumlarynyň möçberiniň derejesi we beýleki häsiýetleriň utgaşdyrylyşydyr. Käbir jemgyýetçilik ulgamlarynda her bir jemgyýet synpynyň agzalary bellibir jemgyýetçilik orunlaryny ýerine ýetirýärler we hiç hili şertlerde öz jemgyýetçilik ýagdaýyny üýtgedip bilmeýärler. *ABŞ*-da jemgyýetçilik synplaryň arasynda anyk we berk serhetler ýok; islendik biri has ýokary synpa galyp ýa-da aşaky synpa düşüp bilýär. Marketing boýunça hünärmenler jemgyýetçilik synplaryny öwrenýärler, sebäbi bir synpyň agzalary alyjy taýdan özlerini meňzeş alyp barýarlar (jemgyýetçilik synplaryň doly häsiýetnamasy «Bazar bölekleriniň derňewi» diýlen bapdadyr).

### ***Jemgyýet ýagdaýlar***

Indiividual sarp edijiniň özüni alyp barşyna jemgyýetçilik ýagdaýlar hem, hususan, sarp edijiler toparlarynyň, maşgalanyň, durmuş orunlarynyň we statuslaryň täsiri bardyr.

### ***Topar***

Sarp edijiniň özüni alyp barşyna kiçiräk toparlaryň köpüsi täsir edýär. Alyjynyň degişli bolan toparlary agzalar kollektiwi diýlip atlandyrylýar, ol alyja gös-göni täsir edýär. Agzalar kollektiwiň garşysyna referent toparlar göni (gös-göni gatnaşykda) ýa-da gytaklaýyn deňeşdirme obýekt bolup çykyş edýärler ýa-da pikirler, özüni alyp barmagyň modelleri emele gelende öýkünme üçin nusga bolup çykyş edýärler. Adamlar, köplenç, degişli bolmadyk referent toparlaryň täsirine duçar bolýarlar. Meselem, islenilen kollektiv – adamlaryň topary bolup, oňa şahsyýet degişli bolmagy isleýär. Meselem, ýaş basketbolçy Chicago Bulls üçin haçan hem bolsa oýnamagy umyt edýär. Ol hiç haçan şol komandanyň oýunçylary bilen duşuşmasa-da, özüni şol komanda bilen deň hasaplaýar. Marketing boýunça hünärmenler öz maksatly toparlarynyň referent toparlaryny yüze çykarmaga dyrjaşýarlar. Referent topar adamyň özüni alyp barşynyň standartlaryny we ýaşaýyş stilini, özüne we başgalara bolan garaşsyny kesgitleýär, şonda bellibir düzgünleri berjaý etmäge itergi bolýar, ol bolsa harytlaryň we söwdä markalarynyň saýlanyşyna täsir edip bilýär.

***Topar*** – iki ýa-da birnäçe adam bolup, olar şahsy ýa-da käbir umumy maksatlara ýetmek üçin özara gatnaşýarlar.

Toparyň edýän täsiriniň derejesi haryda we marka baglydyr. Sarp ediji pikirleri gymmat bolan adamlar harydy görenlerinde maksimal derejede bolýar. Harytlaryň we söwdä markalarynyň öndürijileri islendik sebäplere görä satuw işlerini üstünlikli amala aşyryp bilseler, şol referent toparlaryň pikir taýdan öndebaryjylarynyň ugruny tapmalydyrlar. Pikirleriň öndebaryjylary – referent toparlaryň agzalary bolup, olaryň hünär häsiýetleriniň, biliminiň, şahsy häsiýetleriniň we beýleki aýratynlyklarynyň güýji zerarly başgalara täsir edýärler.

Marketing boýunça hünärmenler öz harytlarynyň alyjylaryň arasynda pikirleriň öndebaryjylaryny yüze çykarmaga dyrjaşýarlar we ýörite marketing usullaryň kömegi bilen olara täsir etjek bolýarlar.

Mundan başga-da, kärhana pikirleriň öňdebaryjylaryny çalyşmaga dyrjasyp bilýär, ýagny mahabatyň ýerinde «adaty adamlaryň» pikirini hödürläp, şeýlelikde, alyjylarda pikirleriň öňdebaryjylaryndan maslahat soramaga islegi peseldip bilýär. Hemme kişä belli zat – ýaşlaryň sazлары, modanyň täze ugurlary şäheriň merkezi etrapларыnda döreyär, soňra bolsa beýleki ýerlere ýaýraýar. Sonuň üçin egin-eşikleri öndürýän kärhanalar şäheriň merkezi etrapларыnda ýaşayan ýaşlaryň ýaşayşynyň stilini we keşbini öwrenmekde öz tagallalaryny jemlemeli, sebäbi olar öz deň-duşlary üçin modany çykaryjylar hökmünde çykyş edýärler.

Aýratyn toparlaryň täsiri intensiwligiň dürli derejesi bilen ýüze çykýar. Haçanda şol harydyň gymmat pikirlerini şol toparyň agzalary görseler, sarp ediji üçin bu täsir uly hem bolýar. Şonuň bilen bilelikde ilkinji zerurlykda bolan önümlerini saýlamaklyga az täsir edýär, sebäbi şol haryt hem, onuň markasy hem daş töweregindäkileri gyzyklandyрмаýar.

### ***Maşgala***

Maşgala agzalary adamyň alyjylyk taýdan özüni alyp barşyna uly täsir edip bilýärler. Maşgala jemgyýetiň esasy sarp edijilik öýjügidir, şonuň üçin marketing boýunça hünärmenler ony hemme taraplaýyn öwrenýärler: maşgalada orunlaryň paýlanylyşy we onuň dürli agzalarynyň – adamsynyň, aýalynyň hem çagalaryň harytlary şeýle-de hyzmatlary saýlamagyň pikirlerine täsir etmegine dyrjaşýarlar.

Harydyň kategoriýasyna we satyn alyş hadysasynyň tapgyryna baglylykda adamsynyň we aýalynyň täsiri dürli derejede ýüze çykýar. Mundan başga-da, orunlaryň paýlanylyşy ýaşayşyň stiliniň üýtgemegi bilen üýtgeýär. Adaty bolşy ýaly, zenan maşgala üçin iýmit önümlerini, öý üçin gerekli zatлары, egin-eşikleri satyn alýar. Soňky wagt ýagdaý üýtgedi – zenanlaryň köpüsi işleýär we öý üçin zerur harytlary erkek kişiler satyn almaly bolýar. Meselem, häzirki wagtda awtomobilleriň alyjylarynyň 45%-ni zenanlar, iýmit önümleriniň alyjylarynyň 40%-ni bolsa erkekler düzýär.

Bu üýtgeşiklikler öň öz harytlaryny diňe zenanlara ýa-da diňe erkeklere hödürleýän kärhanalar, indi tersine, ugurlaryny üýtgetmeli diýip çak etmäge mejbur edýär. Meselem, bir marketing derňewiň netijesinde hojalyk harytlarynyň we öý üçin enjamlaryň dükanelarynda

alyjylaryň ýarsy zenanlardy. Şu harytlary satýan *Builders Square* bölek-satuw söwda kompaniýasy özüniň ammara ýa-da garaža meňzeyän dükanlaryny zenanlaryň isleglerine laýyk gelýän söwda merkezlerine öwürdi. *Builders Square II* täze dükanlarynda dekorativ dizaýnyň merkezleri işleýär. Köpräk zenan alyjylary özüne çekmek üçin *Builders Square*, ýagny Home, House Beautiful, Woman's Day, Better Homes and Gardens ýaly hojalykçylyk boýunça žurnallara we zenan-gyzlar žurnallara mahabatyny ýerleşdirdi. Soňa baka *Builders Square* nikalar öýüniň hyzmatlaryny hem hödürläp başlady.

Edil şolar ýaly derňewleriň netijesi zynat awtomobilleriniň alyjylarynyň 34%-ini zenanlar tutýar diýip görkezenden soňra, Cadillac şu wajyp bazar bölegine köp üns berip başlady. Kompaniýanyň konstruktorlary erkek kişilere niýetlenen «goýma dyrnaklar» bilen işleşmeli boldular, sebäbi awtomobiliň salonynyň dürli predmetleri, ýagny knopkalara basmak, ruçkalary ellemek we beýlekilere gowy düşünelidi. Cadillac Catera awtomobilinde çykarýlýan howa çalşylyan bardaçok göz önünde tutulan, oňda dodak üçin pomadany we fotoplýonkany saklap bolýar. Kapotyň aşagynda ýörite markerler bilen ýerler bellenilip, olara erginleriň guýulmagy göz önünde tutuldy.

Maşgalada çagalar harydy satyn almak barada çözügiň kabul edilişine uly täsir edýärler. *Chevrolet* kompaniýasy özüniň täze Chevy Venture pikapyny herekete getirmekde bu ýagdaýy şowly ulandy. Meselem, yzky orunlarda hemişe oturanlara niýetlenen şu awtomobiliň mahabaty Sport Illustrated for Kids žurnalynda ýerleşdirildi, ony esasan, 8-14 ýaşly ýetginjekler okaýarlar.

Gymmat harytlar satyn alnanda är-aýal bilelikde çözügi kabul edýärler.

### ***Orunlar we statuslar***

Her bir adam köp toparlaryň – maşgalanyň, klublaryň, guramalaryň agzasy bolup çykyş edýär. Her bir toparda onuň ýagdaýyny orunlar we statuslar nukdaýnazaryndan kesgitlep bolýar. Orun – hereketleriň jemi bolup, bu wezipäniň ýerine ýetirilişine onuň daş-töweregindäkiler synlamak bilen her bir adamdan garaşýarlar. Öz ata-enesine bolan gatnaşykda ogluň ogul ýerinde, gyzyň gyz ýerinde orny, öz maşgalasynda – zenanyň we ejäniň orny, işde – mugallymyň orny ýerine ýetirilýär.

Her bir orna status laýykdyr, ol şu orna jemgyýetiň berýän bahasyny görkezýär. Alyjylar jemgyýetde olaryň ornuny we statusyny görkezýän harytlary saýlaýarlar. Meselem, jemgyýetde gyzyň ornuna görä mugallymyň ornunyň statusy ýokarydyr. Şu wezipe işläp, mugallym onuň ornuny we statusyny görkezýän egin-eşikleri satyn alar.

### ***Şahsy ýagdaýlar***

Alyjynyň özüni alyp barşyna onuň şahsy häsiýetleri, ýagny ýaşy we ýaşayyş döwrüniň tapgyry, meşgullanýan işi, ykdysady ýagdaýy, ýaşayşynyň şekili, häsiýetleriniň aýratynlyklary we öz-özüne düşünmeklik degişlidir.

### ***Ýaşy we ýaşayyş döwrüniň tapgyry***

Ýaşynyň üýtgemegi bilen adamlar harytlary we hyzmatlary üýtgedýärler. Mundan başga-da, alyjylaryň özlerini alyp barşyna maşgalanyň ýaşayyş döwrüniň tapgyrlary täsir edýär. 9-njy tablisada maşgalanyň ýaşayyş döwrüniň tapgyrlary görkezilýär. Marketing boýunça hünärmenler, köplenç, maşgalanyň ýaşayyş döwrüniň tapgyrlaryndan ugur alyp, öz maksatly toparlaryny saýlaýarlar we olaryň her haýsasy üçin laýyk harytlary hem marketing meýilnamalaryny işläp taýýarlaýarlar. Maşgalanyň ýaşayyş döwri, adaty, iki tapgyra – sallah we çagalý maşgalalara bölünýär. Ýöne häzirki wagtda marketing boýunça hünärmenler täze, adaty däl tapgyrlary ýüze çykarýarlar, meselem, uzak wagt bile ýaşap, nikadan geçenler; çagasyz maşgala; ýekelikdäki ata-eneler; uly ýaşly çagalar bilen ýaşayan ata-eneler we beýlekiler.

### ***Meşgullanýan işi***

Harytlaryň ýa-da hyzmatlaryň saýlawyna alyjynyň meşgullanýan işi täsir edýär. Işçiler iş eşikleri, gullukçylar bolsa kostýumlary we galstuklary köp satyn alýarlar. Marketing boýunça hünärmenler hünär toparlaryny ýüze çykarmaga dyrjaşýarlar, olaryň agzalary onuň harytlary we hyzmatlary boýunça gyzyklanýarlar. Kärhanalar bellibir hünär topary üçin harytlaryň önümçiliginde öz işini ýöriteleşdirip bilýärler. Meselem, kompýuterlere maksatnama üpjünçiligini işläp taýýarlaýan kärhanalar menejerler, buhgalterler, inženerler, aklawçylar we lukmanlar üçin dürli maksatnamalary döredýärler.

## Maşgalanyň ýaşawyş döwrüniň tapgyrlary

Ýaşlar	Orta ýaşly	Uly nesil
Sallah Çagasyz maşgalalar Çagaly maşgalalar Çagaly, aýrylyşan	Sallah Çagasyz maşgalalar Çagaly maşgalalar Eklençdäki çagasyz maşgalalar Çagasyz, aýrylyşan Çagaly, aýrylyşan Eklençdäki – çagasyz, aýrylyşan	Gartaşan är-aýal Gartaşan sallah

***Ykdysady ýagdaý***

Adamyň ykdysady ýagdaýy onuň harytlary saýlamaklygyna täsir edýär. Gymmat harydyň satyn alnyşyny adam diňe ýeterlik erkin serişdeleri, tygşytlanan serişdeleri ýa-da karz almaga mümkinçiligi bar bolsa meýilleşdirip bilýär. Gymmat harytlar bilen işleýän marketing boýunça hünärmenler şahsy girdejileriň, tygşytlanan serişdeleriň we göterim stawkalarynyň üýtgemegindäki meýillere gözegçilik edýärler. Eger-de ykdysady görkezijileriň peselmegi ýakynlaşsa, marketing boýunça hünärmenler harydyň häsiýetlerini, onuň nyrhyny ýa-da ony görkezmegi üýtgemek barada pikirlenmelidir.

***Ýaşawyş şekili***

Şol bir subkultura, jemgyýetçilik synpyna we meşgullanýan işine degişli adamlar ýaşawyşyň dürli keşbini alyp baryp bilýär. Ýaşawyş şekili – adamyň her günki özüni alyp barmagy saýlan şahsy modelidir. Ýaşawyş şekilini kesgitlemek üçin *IGP* şu görkezijileri ulanýarlar: iş (meşgullanýan işi, hobbisi, dükanlara barmaklygy, sport bilen meşgullanýandygy, jemgyýetçilik işlere gatnaşmagy), gyzyklanma (iýmit önümler, moda, maşgala, dynç alyş) we pikirler (özi, durmuş meseleleri, işi we harytlar barada). «Ýaşawyş şekili» diýlen düşünje öz içine diňe bir jemgyýetçilik synpyna ýa-da şahsyýetiň görnüşine adamyň degişliligi däl-de, adamyň işiniň umumy häsiýetnamasyny we daşky dünýä bilen onuň aragatnaşygyny görkezmäge mümkinçilik berýär.

Marketing derňewlerini geçiryän birnäçe firma ýaşaýyş şekilini toparlara bölmegiň öz tertibini işläp taýýarlady. Olaryň içinde iň giňden ýaýrany hem VALS klassifikasiýasy (Values and Life styles – «Gymmatlyklar we ýaşaýyşyň şekili»). VALS-iň klassifikasiýasy adamlaryň wagtyny nähili geçirişine we pullarynyň sowulyşyna görä toparlara bölýär. Hemme sarp edijileri iki häsiýetiň – öz ugrunyň we potensialynyň esasynda sekiz synpa bölýärler, öz ugrunyň nukdaýnazaryndan sarp edijiler ideýa gönükdirilen (harytlar saýlananda diňe öz dünýä garaýyşlary göz önünde tutulýar); statusa gönükdirilen (harytlar saýlananda başga adamlaryň hereketlerine we pikirlerine esaslanýlar); herekete gönükdirilen (dürli-dürli dyrjasma esaslanyp, töwegelçilikli satyn alşa gidip bilýärler) bolýarlar. Öz ugrunyň her bir görnüşiniň çäklerinde sarp edijiler öz potensialyna baglylykda – ýokary derejeli we az derejeli toparlara bölünýär, potensialyň derejesi girdejiniň, bilimiň, saglygyň ýagdaýyna, özüne ynamlylygyna, energiýalylygyna hem beýleki ýagdaýlara baglydyr. Iň uly we iň kiçi girdejili alyjylaryň öz ugry hasaba alynman, toparlara (çözüjiler, garyplar) bölünýär. Çözüjiler – iň ýokary girdejili derejeli adamlar bolup, olaryň mümkinçiliklerinde öz ugrunyň islendik görnüşini görkezip bilýär. Garyplar – iň pes girdejili we az mümkinçilikli adamlar bolup, şonuň üçin olary sarp edijilik ugurly islendik topara goşmak kyn bolýar.

Pittsburgda gowy hem belli Iron City piwosyny öndürýän kompaniýa öz imidžini täzelemek we satuwyny köpeltmek üçin VALS klassifikasiýasyny ulanypdyr. Iron City piwosynyň satuwynyň möçberi azalyp başlaýar – bu sortuň öňki muşdaklary garraýardylar, ýaşlar bolsa başga sortlara isleg bildirýärdiler. VALS-iň derňewleri boýunça Iron City-nyň esasy sarp edijileri bolup, «eksperimentatorlar» (ýaş we hiç zatdan doýmaýan sarp edijiler bolup, köp dürli harytlary satyn alýarlar we täze hemme zatlary gowy görýärler) kategoriýasynyň wekilleri çykyş edýärler, ikinji orny «öýküniçiler» (ol diýen ýaş däl, ýöne bellibir derejä ýeten sarp edijileri bolup, baýlara we ortaky synpyň şowly wekillerine öýkünýärler) eýeleýärler. Iron City-nyň täze imidžini tapmak üçin, kompaniýa şu kategoriýa degişli erkek kişilerden sorag-jogap geçiryär. Kompaniýanyň wekilleri suratlary

görkezip, şol suratlarda Iron City piwosyny sarp edijisiniň keşbine laýyk gelýän adamlary saýlamalydy. Soňra olar özlerine meňzeş adamlary saýlamalydyrlar. Derňewleriň netijeleri boýunça Iron City piwosyny sarp edijisiniň keşbi respondentlerde polat guýýan zawodyň işçisiniň keşbi bilen baglanyşýar, ol piwony arzan garbanalgalarda sarp edýär. Öz-özlerini bolsa respondentler has-da häzirki zaman işeňňir we şadyýan adamlary hasaplaýardylar. Şeýlelikde, Pittsburgyň köne modaly industrial imidži hyjuwlylyk bilen ret edildi. Geçirilen derňewlere esaslanyp, Iron City-ny öndüriji kärhana täze mahabaty işläp taýýarlady, bu piwony maksatly sarp edijileriň täzedan özlerini kabul edişi bilen baglanyşdyryldy. Mahabatda köne Pittsburgyň keşbi onuň täze ýaşajylarynyň («eksperimentatorlar» we «öýkünijiler» toparlaryň) keşbi bilen birleşdirildi, olar hem işläp, hem dynç alyp bilýärler. Täze mahabat kompaniýa başlanyp, bir aýdan soňra Iron City piwosynyň satuwynyň möçberi 26% köpeldi.

Häzirki wagtda VALS täze tipologiýasynyň üstünde işleri alnyp barylýar, ol dialog gulluklaryň we Internet ulanyjylarynyň kategoriýalary bilen bagly bolýar. Bu klassifikasiýany işläp taýýarlaýjynyň **Web**-serwerinde SRI institutynda ([future.sri.com](http://future.sri.com)) alyjylar VALS 2 sowalnamanyň soraglaryna şu klassifikasiýa laýyklykda jogap berip, öz görnüşini kesgitläp bilýärler.

*Syçanjyk bilen işlemäge alyjyny näme mejbur edýär?*

Adaty marketing derňewler öýde ulanmak üçin kimiň kompýuter satyn alýandygyny görkezerler. Olaryň kömegi bilen alyjylaryň ýaşajyş keşbi barasynda-da azda-kände bilip bolýar. Ýöne maşgalanyň haýsy agzasynyň we haýsy maksatlar üçin kompýuter ulanjakdygyny bilip bolmaýar. Mümkün aýaly kompýuteri distansiyada okatmak üçin ulanýandyr, ogly onuň kömegi bilen dürli **Web**-sahypalardan kompýuter oýunlary salýandyr, gyzy birnäçe sagatlap dürli çatlarda «gürleşýändir», maşgala başy bolsa ynandyrylan tehnofob bolup, kompýuteri diňe biržadaky kotirowkalary görmek üçin peýdalanýandyr. Şonuň üçin hakyky wagtyň režiminde täze oýlap tapyşy mahabat etjek marketing boýunça hünärmen diňe maşgalanyň başyna ony gönükdirse, öz maksadyna mümkin, ýetip bilmez.



Soňky wagtlar tehnologiiki önümleriň alyjylaryň we şu önümleri ulanyjylaryň sarp edijilik endiklerini gowy öwrenmäge niýetlenen marketing derňewlerini geçirmek üçin birnäçe täze gurallar ýüze çykdy. Bu täze gurallar sarp edijileri täze tehnika olaryň gatnaşygy esasynda klassifisirleýarlar. Häzirki wagtda birnäçe ugurlar işlenilip taýýarlanylýar. Olardan iň bellileri – «Tehnografika» Forrester Inc-den we *iVALS SRI Consulting* hasaplanylýar. «Tehnografika» sarp edijileri tilsimatlara maýa goýmaklyga, motiwasiýasyna dyrjaşmaga we islegine laýyklykda olary bazar böleklerine bölýär. *iVALS* Interneti we hakyky wagtyň režiminde hyzmatlary ulanýan adamlaryň gatnaşyklaryny, isleglerini hem özlerini alyp barşyny öwrenmeklige köp üns berýärler. «Tehnografiki» shemasyny işläp taýýarlamak üçin *Forrester Research NDP* firmasyny hakyna tutdy, ol sorag-jogap we marketing derňewleri bilen meşgullanýar. Ol 131 müň sarp edijilerden sowal-jogap geçirip, olary soňra 10 topara bölde. Şolardan käbirlerine seredeliň:

Öňe gitmäge dyrjaşýan – tilsimat önümlerini başgalara görä sarp edýärler, öý, ofis we şahsy maksatlar üçin täze tilsimatlary başgalara görä ir ulanyp başlaýarlar.

XXI asyryň terbiýeläp ýetişdiren adamlary hem tilsimatlary köp sarp edýärler, ýöne olary öýde ulanmaklyk köp gyzyklandyrýar, meselem, öýdäki personal kompýuter.

Oýunçylar – interaktiw tomaşalary gowy görýän sarp edijiler bolup, şu gurşawda soňky täzelikçilere pullary sarp edýärler.

Tehnokarýerçiler (wezipeparazlar) – ilki bilen wezipe maksatlary üçin tilsimatlary ulanýan sarp edijiler.

«Ýolbaşçylar» – uly ýaşly sarp edijiler, esasan, menejerler ýa-da ýolbaşçylar bolup, işde-de kompýuteriň ýanyna barmaýarlar, bu işi kiçi kömekçilerine goýýarlar.

*iVALS* klassifikasiýasy *SRI* tarapdan hem işlenilip taýýarlanyp sarp edijileri 10 topara bölýär, ýöne onda, esasan, internetiň ulanylyşyna üns berlen. Onuň birnäçe kategoriýasy bar:

«Jadygöýler» (maglar) – Interneti iň başarjaň we işjeň ulanyjylary bolup, öz ýaşayşyny tilsimat täzelikçini her gün ulanman hasaplamaýarlar.

Başga döwlete geçen adam (immigrantlar) – «kiberboşluga» täzelikde gelen adamlar. Olar Internetiň bellibir bölegi bilen tanyş bolýarlar. Olar diňe işi ýa-da okuwy boýunça zerur saýtlaryna girýärler.

Alçak adamlar – ulanyjylar bolup, bulary internetiň aragatnaşyk mümkinçilikleri gyzyklandyrýar. Olar hakyky wagtyň düzümindäki söhbetdeşliklere işjeň gatnaşýarlar. Bu bazaryň bölegi *iVALS*-ň iň ýaş, esasan, 30 ýaşly bazar bölegidir.

Hem «Tehnografika», hem *iVALS* häzirki zaman jemgyýetiň gatlaklara bölünýändigini tassyklaýarlar, ýöne bu hadysanyň başynda girdeji däl-de, bilim derejesi dur diýip hasaplaýarlar. Meselem, kompýutere gowy düşüňänler – elektron bank önümleri üçin gowy maksatly bazardyr, olar hasaplary tölemäge, bir hasapdan başga hasaba pullary geçirmäge we olary maglumatlary çalyşmagyň elektron ulgamlarynyň kömegi bilen barlamaga mümkinçilik berýärler. Kompýuter bilen işlemäge öwrenişmedik adamlar elde çekleri ýazyp, poçta arkaly iberip we kassada nobatda durup, iş alyp barýarlar.

Ýöne marketing derňewlerini geçirmegiň täze usullary «bilimlileriň» we «bilimsizleriň» arasyndaky köp täze owüşginleri ýuze çykarýarlar. Meselem, *Delta Airlines* kompaniýasy hakyky wagtyň tertibinde awiapetekleri satmak üçin maksatly bazarlary anyk kesgitlemäge «Tehnografikany» ulanmagy meýilleşdirdi. Ol «Öňe gitmäge dyrjaşýanlara» we «XXI asyryň terbiýeläp ýetişdiren adamlaryna» öz işini gönükdirip, marketing çärelerini işläp taýýarlaýar, olaryň hiç haçan hiç zada wagty bolmaýar. Şol wagt hem kompaniýa tilsimat täzelikçiliklerini göwnüçökgün kabul edýän adamlary äsgermeýär.

Ýaşayyş şekili boýunça sarp edijileriň klassifikasiýasyny uniwersal diýip hasap edip bolmaýar – her bir ýurt üçin ol dürli-dürli bolar. McCann Erikson London mahabat agentligi ýaşayyş şekili boýunça britan sarp edijilerini şeýle toparlara bölýär: öňde baryjylar (üýtgeşikleri gowy görýärler), habarlylar (adaty konserwatiw adamlar), ykrarsyz adamlar – hameleonlar (iliň zyndan ýöreýänler) we lunatikler – lunatizm keselli adam bolup, ol hemme zatdanrazy bolýar. D’Arcy, Masius, Benton&Bowles agentlikler russiýaly sarp

edijileriň baş sany kategoriýasyny ýüze çykardylar: täjirler, kazaklar, talyplar, ýolbaşçylar we orsýetli ruhlar. Kazaklar garaşsyz, ulumsy we bellibir statusa dyrjaşýarlar. Orsýetli ruhlar umytdan doly we gowşak bolýarlar, bir zady saýlamakdan hem jogapkärçilikden gorkýarlar. Şonuň üçin hakyky «Kazak» BMW-ni sürer, Dunhill çilimi çeker we Remy Martin konýagyny içer, «Orsýetli Ruh» bolsa «Lada» awtomobilini sürer, Marlboro çilimini çeker we Smirnoff aragyny içer.

Ýaşayyş keşpleriniň klassifikasiýasy dogry ulanylanda, ol marketing boýunça hünärmene sarp edijileriň gymmatlyklar ulgamyndaky üýtgeşiklerine düşünmäge we bu üýtgeşikleriň alyjylaryň özlerini alyp barşyna täsir edýändigini kesgitlemäge kömek eder. Meselem, zenan maşgala öý hojalykçynyň, işjeň zenanyň, bogemanyň (maddy taýdan ýeterlik üpjün däl) häsiýetlerini – hatda üç orny bir wagtda saýlap bilýär. Ol birnäçe orunlary ýerine ýetirýär we olaryň utgaşdyrylyşy onuň ýaşayyş keşbine, diýmek, harytlary satyn alyş häsiýetine täsir edýär. Eger-de şol zenan-maşgala professional fotograf bolsa onuň ýaşayyş stili üýtgär, diýmek, onuň satyn alýan harytlary we olaryň saýlanylyşy üýtgär.

### ***Şahsyýetiň görnüşi we onuň özi barada pikiri***

Her bir adamyň şahsy häsiýetleriniň unikal toplумы bolýar, olar onuň özüni alyp barşyna täsir edýär. Adam şahsyýeti – psihologiki häsiýetleriniň unikal jemi bolup, olar bilen adamyň daşky gurşawyň ýagdaýlaryna durnukly we gaýtalanýan täsirleri kesgitlenilýär. Şahsyýet şeýle adalgalary, ýagny özüne ynamlylyk, öňdebaryjylyga göwünlilik, alçaklyk, garaşsyzlyk, goralýanlyk, uýgunlaşanlyk we gazaplylyk bilen häsiýetlendirilýär. Şahsyýetiň görnüşleri barada maglumatlar harytlar we haryt markalary saýlananda alyjynyň özüni alyp barşyny seljermäge kömek edýär. Meselem, kofe öndürijiler şu içgini gowy görýänleriň ýokary derejede alçaklyk bilen tapawutlanýandygyny ýüze çykardylar. Şonuň üçin sarp edijileri özlerine çekmek üçin Starbucks kafesi (başgalar hem) alyjylara dync almaga we gyzgyn kofeniň başynda rahat gürleşmäge mümkinçilik berýän ýagdaýy döredýär.

Marketing boýunça hünärmenleriň köpüsi şahsyýetiň görnüşi bilen baglanyşykly başga düşünjäni – adamyň özi barada pikiri (ýa-da öz-özünü kabul etmekligi) ulanýarlar. Bu düşünjäniň manysy şundan ybarat, ýagny adamyň eýeçiliginde bolan zatlar onuň indiiduallygyny görkezýär we şol wagt oňa täsir edýär – başgaça aýdylanda bu «biz özümizde bar zadymyzdyr». Diýmek, alyjylaryň özlerini alyp barşyna dogry düşünmek üçin marketing boýunça hünärmenler alyjylaryň özlerini kabul etmekligine we adamyň eýeçiligindäki zatlaryň arasyndaky gatnaşyklaryna düşünmelidir. Meselem, *Barnes&Nobles ABŞ*-da kitaplaryň satuwy boýunça öňdebaryjy kompaniýasynyň esaslandyryjysy we direktory adamlar özleri barada öz pikirlerini saklamak üçin kitaplary satyn alýarlar diýip hasap edýär.

### ***Psihologiki ýagdaýlar***

Alyjylaryň özlerini alyp barşyna dört sany esasy psihologiki ýagdaý, ýagny sebäp (motiwasiýa), duýgurlyk, tejribäni özleşdirmek we garaýyşlar-pikirler täsir edýär.

### ***Sebäp***

Meselem, alyjy fotoapparaty satyn aljak bolýar. Näme üçin? Ol hakykatda näme isleyär? Ol özüniň haýsy zerurlygyny kanagatlandyryjak bolýar? Adama bir wagtda köp zerurlyklary duýmak häsiýetlidir. Olardan käbirisi biologikidir we ol fiziologiki sebäpler bilen şertlenen. Bulara, hususanda, açlyk, suwsuzlyk we ş.m. degişlidir. Galan zerurlyklar psihologiki diýlip atlandyrylýar we ykrar etmektäki, sylamakdaky, ruhy taýdan ýakynlykdaky isleglerden ybarat. Sebäp (ýa-da höwes döretmek) – ýokary depginliligiň bellibir derejesine ýeten zerurlyk bolup, ol adamy kanagatlandyrmaga gönükdirilen hereketleri amala asyrmaga öjükdirýär. Psihologlar sebäbiň birnäçe nazaryýetini işläp taýýarladylar. Olardan iň bellileri iki sanydyr – Zigmund Freýdiň we Abraham Maslouň nazaryýetleri – sarp edijileriň seljerişine hem marketinge dürli nukdaýnazarlardyr.

Zigmund Freýdiň pikiri boýunça adamlar, köplenç, ýagdaýlarda, olaryň özlerini alyp barşyny emele getirýän hakyky psihologiki güýçleri aňlap bilmeyärler. Onuň pikiri boýunça adamy ulaldygyça köp dürli höwesler basýar. Ýöne olar bu höweslere ýetmeýärler

we olary doly gözegçilikde saklap bolmaýar; olar adamyň düýşün-de, gepinde ýüze çykyp bilýärler, newrozlaryň ýa-da was-wasyň sebäpleri bolup bilýärler we psihoza geçip bilýärler. Şonuň üçin Freýd adamyň öz hereketleriniň sebäplerine doly düşüniş bilmeýändigini tassyklaýar. Adam gymmat fotoapparaty satyn aljak diýip çözüň kabul edýär. Ol öz islegini nähili düşündirýär? Gyzyklanýan hobbini tapasy gelýärmi ýa-da wezipeparazlyk nukdaýnazardanmy? Ýöne aňnyň astyndaky gatlaklarynyň birinde ol fotoapparaty satyn alyp, daş-töweregindäkilere öz döredijilik ukyplylygy bilen täsir etjek bolýar. mümkin şu fotoapparaty satyn alyp, ol özüni ýaş duýasy gelýändir.

Psihologlar sarp edijileriň dürli kategoriýalarynyň kiçiräk toparlaryny öwrenip, aňnyň astyndaky gatlaklardaky islegler barada maglumatlary alýarlar. Munuň özi alymlara dürli harytlary saýlamagyň esasynda duran çuňňur sebäpleri ýüze çykarmaga mümkinçilik berýär.

### ***Sarp edijileriň sebäplerini derňemek***

Sebäpleri derňemek adalgasy derňew işlerini kesgitlemek üçin ulanylýar, ol adamyň hereketleriniň aňnyň astyndaky gatlaklardaky gizlin sebäpleri ýüze çykarmaga mümkinçilik berýär. Alyjylar, köplenç, öz hereketlerini düşündirip bilmeýärler. Şonuň üçin motiwasiýa derňelende strukturirlenmedik sorag-jogaplar we proýesirlemegiň usullaryny ulanýarlar, olar islendik söwda markasyna we satyn alyş ýagdaýyna sarp edijileriň aňnyň gatnaşygyny ýüze çykarmaga mümkinçilik berýär. Şular ýaly derňewlerde sözlemleri tamamlamaga testleri, erkin baglanyşyklary we Rorşahyň testlerini (respondentlere reňkli menekli suratlary görkezip, olaryň näme bilen baglaşýandygyny düşündirmegi haýyş edýärler) ulanýarlar. Şular ýaly testler bellibir harytlaryň markalarynyň tipiki alyjylarynyň teswirlenmesini almaga we satyn alyş ýagdaýyna baglylykda sarp edijileriň gizlin isleglerini we arzuwlaryny bilmäge mümkinçilik berýär. Şu usullaryň käbirleri bir hilli görünýär, meselem, «Ertiriňiz haýyrly bolsun, jenaplar we hanymlar! Şu gün biz Sizi kiçiräk derňew üçin çagyrdyk. Kuşetkalara geçip, Siziň göz önüne getirmeleriňizi saklaýan zatlary aýryň. Erkin

baglanyşyklar bilen meşgullanalyň. Birinjiden, söwda markalary – siziň dostlaryňyz diýip pikir ediň. Siz öz telewizoryňyz bilen gürlleşip bilýärsiňiz. Ol Size näme diýip bilýär? Siz oňa näme jogap berip bilersiňiz?... Siziň şampunyňyz – haýwan panda ýa-da ýolbars diýip pikir ediň. Ol mymyk tüýlümi ýa-da ýylana meňzeşmi? Indi bolsa iň soňky maşk. Elimize jadygöý flomasterleri alyp, mikseri ulanyp duran görnüşindäki öý hojalykçy zenanyň suratyny çekiň. Ol nähili geýnen – öňlüklimi ýa-da halatlymy, işewür kostýumlymy ýa-da agşam köýneklimi?»

Proýesirlemegiň şular ýaly usullary manysyz diýlip görünýär. Ýöne sarp edijileriň psihologiýasyny gowy bilmek üçin we maksimal netijeli marketing strategiýalaryny işläp taýýarlamak üçin marketing boýunça hünärmenler, köplenç, şu usullara ýüzlenýärler.

Köp mahabat agentliklerini sebäpleri derňemek üçin psihologlaryň, sosiologlaryň we beýleki alymlaryň toparlaryny çagyýarlar. Şular ýaly agentlikleriň biri interwýu geçirip (psihoanalitik bilen gürründeşligi ýatladýar) alyjylaryň hereketleriniň çuňňur sebäplerini biljek bolýar. Beýleki agentlik bolsa sarp edijileriň söýgüli haryt markalaryny haýwanlar ýa-da ulag görnüşinde, meselem, Cadillac ýa-da Chevrolet ulaglaryny teswirlemäge haýyş edýär, onuň kömegi bilen dürli söwda markalary bilen baglanyşykly abraýyň derejesini kesgitlejek bolýar. Üçünji agentlik bir haryt markasynyň ulanyjysynyň suratyny çekmegi alyjylara hödürledi. Marketing derňewleriň birinde agentligiň işgärleri 50 adamdan ybarat mikserleriň iki dürli markasyny ulanyjylaryň suratlaryny çekmegi haýyş etdiler. Hemme soralyňanlar bir adam ýaly bolup, Pillsbury markasynyň ulanyjysyny gartaşan zenana meňzedip görkezdiler, Duncan Hines markasynyň ulanyjysyny bolsa häzirki zaman zenany edip görkezdiler.

Motiwasiýanyň käbir marketing derňewlerinde has ýönekeý tilsimatlar ulanylýar. Meselem, marketing derňewler boýunça hünärmen alyjylaryň ýanynda bolup, olaryň gyzyklanýan zatlaryna syn edýär. Meselem, durmuş tehnikasyny öndürijiler köp wagtyň dowamynda öz haryt markalaryna sarp edijileriň islegini emele getirdiler. Durmuş tehnikasynyň iri öndürijileriniň biri *Whirlpool Corporation* alyjylaryň hakyky zerurlyklaryna düşünişip, öz zerurlyklaryny hemişe

kesgitalap bilmeýanligi üçin özüne degişli bazaryň paýyny köpeltmek üçin antropology işe aldy. Bu hünärmen alyjylaryň öýlerine baryp, haýsy enjamlary ulanýandygyny görüp, maşgalanyň hemme agzalary bilen şol barada söhbetdeşlik geçirýardi. Şeýlelikde, işleýän zenanlaryň maşgalalarynda, maşgalanyň beýleki agzalarynyň hem kir ýuwmaklyk bilen meşgullanýandygyny *Whirlpool* ýüze çykardy. Şulary göz önünde tutup, kompaniýanyň inženerleri dürli reňkli klawişaly dolandyryş panelleri işläp taýýarladylar. Şular ýaly kir ýuwuýjy maşyny diňe erkek kişiler däl, eýsem, çagalar hem ýeňil ulanyp bilýärler. Motiwasiýany derňemek boýunça käbir işlerde has adaty däl usullar ulanylýar, meselem, psiholog sarp edijileriň topary bilen garyşyp, olaryň ünsüni çekýän zatlary kesgitlemäge dyrjaşyp, olaryň özlerini alyp barşyna syn edýär. *BSB Worldwide* mahabat agentliginiň işgärleri 25 ýurtda ýetginjekleriň sarp ediş bazaryna gowy düşünmäge dyrjaşyp, olaryň otaglaryny wideoplýonka aldylar. Olar dürli ýurtlaryň we medeniýetleriň ýaşlarynyň isleglerinde garaşylmadyk meňzeşligi ýüze çykardylar.

Los-Anjelesiň köçelerinden başlap, Singapuryň uly şaýollaryna çenli dürli sebitlerdäki ýetginjekler islegleriniň meňzeşligini görkezýärler. Olaryň otaglarynda şol bir basketbol we futbol toplary, şkaflarynda Levi's ýa-da Diesel-den halta görnüşli jinsler, *NBA* ýazgyly kurtkalar, Timberlanddan ýa-da DocMartens-den agyr botinkalar bar. Öýde ulanylýan predmetler ýa-da otagynyň diwarlaryny bezeýän plakatlar boýunça onuň ýaş eýesiniň dünýäniň haýsy künjeginde – Los-Anjelesde, Mehikoda ýa-da Tokioda ýaşaýanlygyny kesgitlemek kyn. Adaty fokusirlenen toparlaýyn interwýu ýetginjekleriň sarp edijiler bilen işlemeýänligini *Bugle Boy* kompaniýasy ýüze çykardy. Bu ýaşlar dürli marketing çärelerine skeptiki garaýarlar we ýörite otaglarda psihologlar bilen söhbetdeşlik geçirmäge razylaşmaýarlar. *Chilton Research* derňew kompaniýa bilen bilelikde gowy çözügüt tapyldy. *Bugle Boy* dört sany näbelli ýaşlary çagyryp, her haýsyna 8 millimetrlik wideokamerany berip, öz ýaşaýşlary barada «dokumental filmi» düşürmegi tabşyryldy. Takyk surata almaly zatlar barada aýdylan, öz mekdeplerini, öýdäki ýaşaýşyny, öz zatlaryny, dükanlara gidişlerini we ş.m. almaly diýildi. Alnan filmleri

*Bugle Boy* kompaniýasy erkin görnüşde, formal däl ýagdaýda, meselem, restoranda geçirilen fokusirlenen toparlaýyn interwýularyň netijesinde harytlary we ýaşaýyş şekili ara alyp maslahatlaşmak üçin sebäp hökmünde ulandy.

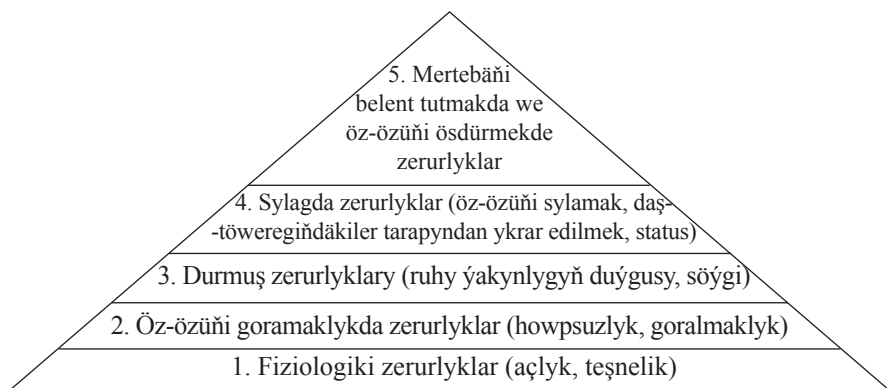
Edil şolar ýaly *Sega of America* mahabat agentliginden marketing derňewlerini geçirýän hünärmenler wideooýunlaryň sarp edijileriniň öz alyjylarynyňky ýaly özlerini alyp barşyny öwrendiler. Agentligiň işgärleri 150 sany ýetginjegiň özlerini alyp barşy bilen gyzyklanyp, öýlerinde synlap, olar bilen bile köpçülik ýerlerinde we dükanlarda hem bolup gördüler. Ýetginjekleriň iň ýokary esasy hasap edýän zatlary tizlik diýip ýüze çykaryldy. *Sega* firmasynyň wideooýunlarynda suratlar tiz ýüze çykyp, tiz ýitýärler. Haçanda adamlar muňa ikinji gezek seredende-de görmäge ýetişip bolmaýandygyna göz ýetirdiler. Ýöne *MTV* stiline öwrenişen ýetginjekler hatda suratlarada seretmäge ýetişip bilýärler.

Emma motiwasiýanyň marketing derňewleri jedelli: düzgün bolşy ýaly, örän kiçi saýlanan topar ulanylýar, marketing derňewleriniň netijeleriniň düşündirilişi çäkli hususylyk, ol bolsa iň adaty alyjylaryň özlerini alyp barşyny adaty däl diýip düşündirýär. Şonda-da marketing derňewlerini geçirýän hünärmenleriň köpüsi şu ugurdaky işler sarp edijiniň we onuň satyn alýan söwda markalarynyň arasyndaky gizlin aragatnaşyklary ýüze çykarmaga mümkinçilik berýändigine ynanýarlar. Motiwasiýany derňemegiň şular ýaly usullary alyjynyň alasarmyk duýgusynyň çuňlugyna girmäge we sarp edijileriň özlerini alyp barşynyň syrly sebäplerine akyl ýetirmäge kömek edýän çeyýe we dürli görnüşli guraldyr.

### ***Maslouň motiwasiýasynyň nazaryýeti***

Abraham Maslou adamlarda näme üçin dürli wagtda dürli zerurlyklaryň ýüze çykýandygy baradaky pikiri orta atdy. Şeýle bir adam bolýar, diňe özüni bilýär, diňe özi üçin ýaşaýar, başgasy bolsa töweregindäkileriň sylagyny gazanmak üçin öz wagtyny we energiýasyny sarp edýär? Maslouň adamyň zerurlyklaryny köpbaşgançakly gurluşdyr diýip hasaplaýar, meselem, fiziologiki zerurlyklar, howpsuzlykda zerurlyklar, durmuş zerurlyklary, sylagda we öz-özünü durmuşda görkezmekde zerurlyklar (*27-nji surat*).





**27-nji surat. Maslou boýunça zerurlyklaryň köpbasgançaklylygy**

Şeýlelikde, zerurlyklar baş derejäni emele getirýärler. Olaryň her haýsysy has aşaky basgançakda durýan zerurlyk kanagatlandyrylandan soňra motiwasiýa hökmünde hyzmat edip bilýär. Ilkinji nobatda adam has wajyp zerurlygy kanagatlandyrmaga dyrjaşýar. Şol zerurlyk kanagatlandyrylandan soňra arkaýynlaşýar soňra bolsa adam ähmiýetlilik boýunça ulurak zerurlygy kanagatlandyrmak barada pikir edip başlaýar. Meselem, aç adamy (fiziologiki zerurlygy kanagatlandyrylmadyk) sungat dünýäsinde (öz-özüni durmuşda görkezmek) soňky wakalar, daş-töweregindäkileriň gözlerinde onuň görnüşi (durmuş zerurlyklary), arassa howadan ol dem alýarmy (howpsuzlykdaky zerurlyk) gyzyklandyрмаýar. Ýöne baş zerurlyk kanagatlandyrylandan soňra, ähmiýeti boýunça has ulurak zerurlyga girişilýär.

***Duýgurlyk***

Haçanda adamda sebäp bolanda ol herekete taýyn bolýar. Şu hereketleriň häsiýeti bolsa onuň ýagdaýy duýandygyna baglydyr. Biz hemmämiz baş sany duýgynyň, ýagny görüş, eşidiş, ys alyş, syzyş we tagam biliş duýgularynyň kömegi bilen maglumatlary alýarys. Ýöne her haýsyz bu maglumatlary dürli görnüşde duýýarys, guraýarys we düşündirýäris. Duýgurlyk – hadysa bolup, şol zerarly adamlar maglumatlary saýlap, gurap we düşündirip, öz aňynda daşky dünýäniň görnüşini döredýärler.

Adamlarda ýekeje gyjyndyryjy dürli duýgulary emele getirýär, sebäbi olarda duýgurlygyň üç hadysasy, ýagny saýlaýjylyk ünsi, saýlaýjylyk ýoýmasy we saýlaýjylyk ýatda saklamaklyk dürlüçe bolup geçýär. Her gün biz köpsanly gyjyndyryjylara duçar bolýarys – hususan-da, diňe mahabat bildirişleriň adama günde ortaça 1,5 müňüsi duşýar. Elbetde, hiç kim bu gyjyndyryjylara ünsi deň berip bilmeýär. Saýlaýjylyk ünsi – adamlara täsir edýän maglumatlaryň uly böleginden özlerini çetde tutmaga dyrjaşmagydyr. Şu sebäpden marketing boýunça hünärmenler öz harydyna sarp edijileriniň ünsüni çekmek üçin aýratyn tagallalary etmeli bolýarlar.

Ýöne görnen gyjyndyryjy hem bolmaly ýagdaýynda hemişe kabul edilmeyär. Her bir adam gelyän maglumatlary öz dünýägaraýşyna dogrulamaga meýilli. Saýlaýjylyk ýoýmasy – adamyň bar bolan pikirleri tassyklamaga gönükdirilen maglumatlary düşündirmäge dyrjaşmagydyr. Mundan başga-da, adamlar bilýän zatlarynyň köpüsini ýadyndan çykarýarlar. Olar diňe dörän garaýyşlar we pikirler bilen gabat gelýän zatlary ýatda saklamaga meýilli. Adamlara ünsüniň, ýoýmanyň we ýatda saklamagyň saýlaýjylygy häsiýetli bolany üçin marketing boýunça hünärmenler sarp edijilere öz maglumatlaryny ýetirmek üçin köp tagallalary etmelidir. Şu ýagdaý marketing boýunça hünärmenleriň mahabat ýüzlenmeleriniň aýratynlygyna ýetýändigini we olary köp gaýtalaýandygyny düşündirýär.

Marketing boýunça hünärmenler olaryň ýüzlenmelerini sarp edijileriň duýandygy barada alada edýärler, sarp edijiler bolsa alasarmyk duýgusyna täsir edýän mahabat arkaly olara marketing maglumatlar bilen täsir edilende olar ony duýmazlar diýip alada edýärler. 1957-nji ýylda marketing derňewleri boýunça hünärmenleriň biri şeýle maglumatlary berdi, ýagny Nýu-Jersi ştatynyň kinoteatrlarynyň birinde görkezilýän filmde «Pop-korn iýiň», «Coca-Cola içiň» jümleli kadrlar oturdylypdyr. Bu kadrlar ekrana her baş sekuntdan çykyp, sekundyň 1/300 böleginde bolýardy. Elbetde, görüjiler ýazgyny okamaga ýetişmeýärler, ýöne muny olaryň alasarmyk duýgusy kabul edýär. Pop-kornyň we Coca-Colanyň kinoteatryň görüjilerine 58 we 18%-e satuwy ulaldy. Mahabat agentlikleri we sarp edijileri gorayan toparlarda bu alasarmyk duýga ýiti gyzyklanma döräp başlady.

Jemgyýet «Beýniniň köpçülikleýin ýuwulmasy» bolar diýip gorkdy; Kaliforniýada we Kanadada mahabatyň şular ýaly usullary kanuna garşy diýlip yglan edildi. Wagtyň geçmegi bilen ýaňky marketing derňewleri boýunça hünärmeniň habary hakyky däl diýlip ykrar edilenden soňra, alymlar hem meňzeş netijeleri alyp bilmänsoň, bu tema jemgyýetçilik pikirini rahatsyzlandyrmagyny dowam edýär. Alasarmyk duýgusynyň derejesindäki kabul edilýän mahabat ýüzlenmeleriniň kömegi bilen hile etmäge dyrjaşýanlardan häzir hem käbir sarp edijiler gorkýarlar.

Alyjylaryň özlerini alyp barşyny öwrenýän psihologlar we marketing derňewleri boýunça hünärmenler alasarmyk duýgusynyň meselelerini öwrenmegini dowam edýärler. Entek köpsanly hünärmenleriň biri hem alasarmyk duýgusyna gönükdirilen ýüzlenmeleriň sarp edijileriň özlerini alyp barşyna täsir edýändigini subut edip bilmediler. Tankytçylaryň görkezişi ýaly, alasarmyk duýga gönükdirilen mahabat çäksiz güýçlüdi, emma onuň beýle dældigi ýüze çykaryldy. Mahabat berijileriň köpüsi häzirki wagtda görünmeýän ýüzlenmeleriň sarp edijilere täsir ediş mümkinçiligini patarraky diýip hasaplaýar. Bir mahabat agentliginiň ýolbaşçysy şeýle belleýär: «Biz mahabat wagtynyň 30 sekundynda sarp edijileri kynlyk bilen ynandyryp bilýäris. Biz sekundyň 1/300-ine nähili ýetişip bilmeli?»

### ***Tejribäni özleşdirmek***

Adam hereket etmek bilen islendik zady öwrenýär. Tejribäni özleşdirmek – adamyň özüni alyp barşyndaky üýtgeşikler bilen häsiýetlendirilýär, olar ýaşaýyş tejribesiniň toplanýşynyň hasabyna geçýärler. Alymlaryň hasaby boýunça adamyň özüni alyp barşy – onuň öwrenmeginiň netijesiniň uly bölegidir. Öwrenmeklik (we tejribäni özleşdirmeklik) höwes döretmekligiň, gyjyndyryjylaryň, gurşawyň ýagdaýlarynyň, oňyn netije almaklygyň we berkitmekligiň özara baglanyşygynyň netijesidir. Höwes döretmeklik – güýçli içki gyjyndyryjy bolup, ol bellibir hereketlere getirýär. Haçan-da höwes döretmeklik bellibir gyjyndyryjy (meselem, haryt) bilen baglanyşykly bolanda, ol sebäbe öwrülýär. Gurşawyň ýagdaýlary – has gowşak gyjyndyryjylar bolup, olar şahsyýetiň oňyn netije almaklygynyň wagtyna, ýerine we aýratynlygyna täsir edýärler. Şahsyýetiň oňyn

netije almaklygyna gurşawyň şeýle ýagdaýlary, ýagny dükanyň witrinasynda duran harytlaryň görnüşleri, nyrhlaryň peseldilmegi barada gürrüňler, ýanyoldaşynyň goldawy we ş.m. täsir edip biler.

Eger-de alyjy öz alan harydyndanrazy bolsa, ol ony köp ulanar. Marketing boýunça hünärmenlere tejribäni özleşdirmek nazaryýetiniň amaly ähmiýeti şundan ybarat, ýagny olar islegi güýçli gyjyndyryjylar bilen baglanyşdyryp, gurşawyň sebäp bolýan ýagdaýlaryny ulanyp we sarp edijileriň oňyn netije almaklygyny hakykata esaslanan berkitmesini üpjün edip, öz harytlaryna islegi saklap bilýärler.

### ***Pikirler we ynandyrmalar***

Hereketleriň amala aşyrylyş we tejribäniň özleşdiriliş hadysasynda adamda pikirler we ynandyrmalar emele gelýär. Pikirler we ynandyrmalar, öz gezeginde, alyjylaryň özlerini alyp barşyna täsir edýärler. *Pikir* – şahsyýetiň bir zat barada düşünesidir.

Marketing boýunça hünärmenler öz harytlary we hyzmatlary barada adamlaryň pikirleri bilen gyzyklanýarlar, sebäbi bu pikirler markanyň hem harydyň imidžiniň emele gelşine täsir edýär, olar bolsa, öz nobatynda, alyjylaryň özlerini alyp barşyna täsir edýär. Eger-de haýsam bolsa bir pikir ýalňyş bolup, ol harydy satyn almaga päsgelçilik berse, onda marketing boýunça hünärmenler mahabat kampaniýasyny gurnap, şol pikirleri üýtgetmelidir.

Her bir adamda dine, syýasata, egin-eşikleriň stiline, saza, iýmite we ş.m. soraglara öz ýörite özboluşly garaýşy bar. Ynandyrmak – predmetlere ýa-da taglymatlara gatnaşykda durnukly, amatly we amatly däl baha berliş, duýgular we meýillilikdir. Adamyň ynandyrmalary oňa çelgileri üpjün edýär, şolara baglylykda ol onuň göwnüne ýaraýan, ýaramaýan zatlary, näme etmeli ýa-da etmeli dældigi kesgitlenýär.

Ynandyrmalary üýtgetmeklik aňsat däl. Adamyň ynandyrmalarynyň jemi çylşyrymly ulgamy emele getirýär we bir ynandyrmany üýtgetmek üçin birnäçe başga ynandyrmalary düzetmek boýunça köp iş talap edilýär. Şonuň üçin kärhanalar öz harydyna bar bolan ynandyrmalary üýtgetjek bolup synanyşman, olary dogrulamaga dyrjaşýarlar.

1994-nji ýyla çenli ABŞ-da süýdüň sarp edilişi 25 ýylyň dowamynda peselýärdi. Süýdi ýaşayşyň sagdyn şekiline laýyk gelmeýän köne modaly önüm, ony diňe çagalar içýän, diňe köke bilen iýmäge niýetlenýän önüm ýaly kabul edýärdiler. 1994-nji ýylda hökümet National Fluid Milk Processors Education Program (Milk PEP) atly umumymilli okuw maksatnamasyna başlady, onuň geçirilişine 55 million amerikan dollary goýberildi. Mahabat plakatlarynda tanymal adamlar: Sindi Krouford, Denni de Wito, Patrik Ewing we Iwana Tamp suratlandyrylypdyr. Olaryň her haýsysynyň süýtde emele gelen «murtjagazlary» bardy. Kampaniýa «Hany siziň murtjagazlaryňyz?» şygar bilen geçirildi. Kampaniýa diňe bir meşhurlyk gazanman, örän şowly boldy. Süýdüň sarp edilişi peselmän, köpeliş başlady. 1999-njy ýylda kampaniýa dowam etdirildi, Milk PEP-iň býujeti bolsa 110 million amerikan dollaryna çenli ulaldy. Ilki başda maksatly topar 30 ýaşdan uly bolmadyk zenanlar boldy, soňra gurnaýjylaryň göz önünde ilatyň başga toparlary, şol sanda ýetginjekler peýda boldy. Olar çap edilen tanymal bildirişleri, şol sanda saz Olimpiň ýyldyzlary – Henson we Linn Raýms, supermodel Taýra Benks we Garfield, sportuň abraýly adamlary – Mark Mak-Gir, Jelf Gordon, Pit Sampras, Gabriela Sabatini we Denis Roldman ýaly tanymallary ýygnaýardy. Çap edilen mahabatyň şowlulygy bilen ruhy göterilen süýt önümleriniň öndürijileri **Web**-sahypada ([www.whymilk.com](http://www.whymilk.com)) süýdüň klubuny gurnadylar. Bu klubun agzasy diňe günde üç bulgur süýt içýändigini subut edýän adam bolup bilýärdi.

Indi biz sarp edijileriň özlerini alyp barşyna täsir edýän güýçleriň köplüğine baha berip bilýäris. Alyjynyň saýlawy medeni, durmuş, şahsy we psihologiki ýagdaýlaryň toplumlaýyn arabaglanyşygynyň netijesi bolup çykyş edýär.

### **13.2. Harytlary satyn almak barada çözügüt kabul edilende sarp edijileriň özlerini alyp barşy**

Sarp edijiniň özüni alyp barşy haýsy harydy – diş pastasynyň týubigini, tennis raketkasyny, gymmat fotoapparaty ýa-da täze awtomobili satyn alýandygyna baglylykda üýtgeýär. Satyn alyş

barada çözgüdi kabul etmek näçe kyn bolsa, sonça-da köp gatnaşyjy talap edilýär we sarp ediji özüni has seresap alyp barýar. 28-nji suratda satyn alyş barada çözgüt kabul edilende sarp edijileriň özlerini alyp barşynyň görnüşleri görkezilýär. Bu çyzgynyň esasynda çekilme we markalaryň arasyndaky tapawut derejeleriniň düşünjeleri goýlan.

	<i>Çekilmegiň ýokary derejesi</i>	<i>Çekilmegiň pes derejesi</i>
<i>Harydyň meňzeş markalarynyň arasyndaky uly tapawut</i>	Alyjylaryň özlerini çylşyrymly alyp barşy	Alyjylaryň özlerini gözlegli alyp barşy
<i>Harydyň meňzeş markalarynyň arasyndaky kiçi tapawut</i>	Alyjylaryň özlerini ynamsyz alyp barşy	Alyjylaryň özlerini endikli alyp barşy

**28-nji surat. Alyjylaryň özlerini alyp barşynyň dört görnüşi**

***Alyjylaryň özlerini çylşyrymly alyp barşy***

Alyjylaryň özlerini çylşyrymly alyp barşy – satyn alşa çekilmegiň ýokary derejesinde we harydyň dürli markalarynyň arasynda wajyp tapawutlar bilen bir wagtda bolýan ýagdaýda alyjynyň haryt satyn almak barada çözgüdi kabul edende özlerini alyp barşynyň görnüşidir. Alyjylar haçan özlerini çylşyrymly alyp barýarlar? Haçanda haryt gymmat hem-de onuň satyn alnyşy töwekgelçilik bilen baglanyşykly bolanda we ol seýrek bolup, satyn alynýan zat öz-özüni görkezmegiň serişdesi hökmünde hyzmat edende alyjylar özlerini çylşyrymly alyp barýarlar. Köplenç, şular ýaly ýagdaýlarda sarp edijiler şu kategoriýaly harydyň häsiýetleri barada köpräk maglumat almaga dyrjaşýarlar. Meselem, personal kompýuter satyn almak isleýän adam «Pentium prosessory», «SVGA çözgüdi» ýa-da operatiw ýadynyň «56 Mbaýty» görnüşli adalgalara düşünmän, galyp bilýär.

Şular ýaly alyjy özleşdiriş hadysasyndan geçmeli, haryt barada pikir döretmeli, soňra öz garaýşyny emele getirmeli. Şondan soňra ol gutarnykly saýlawy edip bilýär. Çekilmegiň ýokary derejesini talap edýän harytlar bilen iş salyşýan marketing boýunça hünärmenler,

maglumat ýygnaýan we baha berýän sarp edijileriň özlerini alyp barşyna düşünmelidir. Şular ýaly sarp edijilere marketing boýunça hünärmen şu synpyň harytlarynyň häsiýetleri barada we dürli haryt markalarynyň tapawutlary barada aýtmalydyr; mundan başga-da, şol kärhana harydyň şol häsiýetleriniň haýsylaryny hödürläp bilýändigini barada habar bermelidir. Marketing boýunça hünärmen her bir haryt markasynyň häsiýetlerini tapawutlandyrmaly, şu kärhananyň hyzmatlaryny sarp ediji peýdalansa, onuň haýsy artykmaçlyklary aljagy barada düşündirilmelidir. Mümkin, sarp edijä mahabatnyň çap edilen materiallary zerur bolar. Şeýlelikde, dükanyň söwda işgärleri we sarp edijiniň haryt saýlananda ýanynda bolýan şahsyýetler haryt markasyny saýlamaga täsir etmegiň sebäbini bilerler.

### ***Alyjylaryň özlerini ynamsyz alyp barşy***

Alyjylaryň özlerini ynamsyz alyp barşy – satyn alşa çekilmegiň ýokary derejesinde we harydyň dürli markalarynyň arasynda az tapawutlary bilen bir wagtda bolýan ýagdaýda alyjynyň haryt satyn almak barada çözüdi kabul edeninde özlerini alyp barşynyň görnüşidir. Alyjylar özlerini ynamsyz haçan alyp barýarlar – haçanda haryt gymmat bolup, onuň satyn alnyşy töwekgelçilik bilen baglanyşykly seýrek bolanda. Mysal hökmünde halynyň satyn alnyşyny görkezip bolýar. Bu satyn alyş oňa çekilmegiň ýokary derejesi bilen häsiýetlenýär, sebäbi halylyar gymmat we öz-özünü görkezmegiň serişdesi bolup çykyş edip bilýärler. Mundan başga-da, alyjynyň nukdaýnazaryndan dürli markalaryň halylyary şol bir nyrhdan meňzeşräk bolýar. Şonuň üçin alyjy dürli dükanlara baryp we laýyk görnüşini saýlap, köp wagty sarp eder, ýöne satyn alşy tiz amala aşyrar. Mümkin, ol azrak arzan halyny ýa-da has owadanrak halyny saýlar.

Soňra satyn alnan halyda käbir ýetmezçilikleri görse ýa-da onuň satyn almadyk ýöne satyn alyp biljek markasynda gowy pikirleri eşitse, sarp edijide satyn alyşdan kanagatlanmadyk duýgusy döräp biler. Şu duýgyny ýok etmek üçin, satyn alyşdan soňra müşderä hyzmat etmeklik bilen meşgullanýan marketing boýunça hünärmen, satyn alşyň dogrulygyny tassyklaýan maglumaty hödürlemelidir.

### *Alyjylaryň özlerini endikli alyp barşy*

Alyjylaryň özlerini endikli alyp barşy – harydy satyn almaga çekilmegiň pes derejesinde we harydyň dürli markalarynyň az aratapawudynda ýüze çykýar. Meselem, duzy görkezip bolýar. Sarp ediji üçin haýsy duz alýandygynyň tapawudy ýok, ol dükana baryp islendik duzy alýar. Eger-de ol şol bir markaly duzy satyn alýan bolsa, munuň özi şol marka isleg däl-de, ol ýöne endikdir. Haçanda arzan we ýygy alynýan harytlar barada gürrüň gidýän bolsa, alyjylar, esasan, haryt satyn alanlarynda oňa çekilmegiň pes derejesi bilen tapawutlanýarlar.

Şular ýaly ýagdaýlarda alyjylaryň özlerini alyp barşynyň adaty üç tapgyry, ýagny pikiri, garaýşy, özüni alyp barşy geçmeýär. Sarp edijiler haryt markalary barada goşmaça maglumat gözlemeýärler we olaryň häsiýetlerine baha bermeyärler, olar haýsy haryt markasyny almak barada köp pikir hem etmeyärler. Olar telegepleşiklere seredenlerinde ýa-da žurnallary okanlarynda maglumatlary gowşak kabul edýärler. Gaýtalanýan mahabat alyjylarda haryt markasyna isleg däl-de, ol barada habarlylygy döredýär. Sarp edijilerde söwda markasyna degişlilikde, pikirler we garaýyşlar emele gelmeýär, olar harydy gowy habarlylygy bolan üçin saýlaýarlar. Şu ýagdaýda güýçli çekilmeyändigini zerarly sarp edijiler harydy satyn alanlaryndan soňra, öz saýlan harydyna baha bermäge ukyply däl. Şeýlelikde, şu ýagdaýda şu haryt belgisine degişlilikde, alyjynyň pikirleri gowşak özleşdirmesiniň netijesinde emele gelýär. Netijede, alyjylaryň özlerini alyp barşynyň bellibir görnüşi emele gelýär; haryt satyn alnandan soňra oňa baha bermegiň tapgyry bolman hem bilýär.

Alyjylarda bellibir haryt belgisine güýçli islegiň ýoklugy zerarly, marketing boýunça hünärmenler nyrhлары peseldýärler we olaryň esasynda harytlary ýaýradýarlar. Harydy satyn almaga çekilmegiň pes derejesi bilen häsiýetlenýän harytlaryň mahabatynda birnäçe wajyp pursatlara aksent etmelidir. Uly ahmiýetli bolup simwollar we suratlar çykyş edýärler, sebäbi olar ýatda ýeňil galýar we söwda belgisi bilen baglanyşýar. Mahabat kompaniýasynda ýygy-ýygydan gaýtalanýan habarlar gysga bolmalydyr. Şular ýaly harytlaryň telewizion mahabaty çap edilýän mahabata görä netijeli bolýar, sebäbi birinjisinde gowşak özleşdiriş has köp gabat gelýär, onuň kömegi bilen sarp ediji harydy satyn almaga pes derejeli çekilýän harytlaryna öz gatnaşygyny emele



getirýär. Mahabat kompaniýasynyň maksatnamasy şertli refleksleriň nusgawy nazarýetinde gurulmaly: alyjylar bellibir önümi ony, köplenç, bilelikde görülyän simwol bilen baglanyşdyrmaga endik edýärler.

Marketing boýunça hünärmenler şu haryt üçin häsiýetli çekilmegiň derejesini ýokarlandyryp bilýärler, ýagny şu harydy sarp ediji üçin ähmiýetli ideýa bilen baglanyşdyryp bolýar. Meselem, *Procter&Gamble* kompaniýasy özüniň Crest diş pastasyny kariýesden goranmak bilen baglanyşdyrýar. Harydy durmuşy ýagdaýa hem baglanyşdyryp bolýar. Şu täri *Nestle* kompaniýasy özüniň soňky Taster's Choice kofesiniň telewizion mahabatynda ulandy. Serial görnüşde alnan her bir mahabat bildirişi iki goňşynyň arasynda romantiki gatnaşyklaryň täze epizodyny görkezýär. Ýöne iň gowy ýagdaýda-da şular ýaly strategiýa sarp edijileri harydy satyn almaga çekilmeginiň pes derejesinden orta derejä çenli ýokarlandyryp biler. Harydy satyn almaga çekilmegiň ýokary derejesine ýetmek kyndyr.

### ***Sarp edijileriň özlerini gözlegli alyp barşy***

Haçanda sarp edijiniň harydy satyn almaga pes derejesi harydyň dürli markalarynyň arasynda duýulýan tapawutlary bar bolsa, sarp edijiler özlerini gözlegli alyp barýarlar. Bu ýagdaýda sarp edijiler haryt markalaryny aňsat we ýygy-ýygydan çalyşýarlar. Meselem, köke satyn alnanda alyjy bellibir pikirleri göz önünde tutup, kökä önünden baha bermän, satyn alyp bilýär, oňa sarp edilende muňa baha berip bilýär. Indiki gezek kökäniň başga haryt markasyny – täze görnüşini, mümkin, dadyp göresi gelip, satyn alyp bilýär. Haryt markasynyň çalşylmagy kanagatlanarsyzlyk däl-de, harydyň köp görnüşini saýlamaklyga mümkinçilik boldy.

Harytlaryň şular ýaly kategoriýalary üçin – öňdebaryjy haryt markalar üçin – bir görnüşli, ikinji derejeli haryt markalar üçin – başga görnişli marketing strategiýalar dürli-dürli bolýar. Bazaryň öňdebaryjysy alyjylaryň özlerini endikli alyp barşyny höweslendirmäge dyrjaşyp, onuň harytlary dükanlarda iň gowy ýerlerde durar ýaly we ol köp möçberde bolar ýaly hereket edýär. Mundan başga-da, öňdebaryjylygy ýatladýan mahabaty ulanmalydyr. Öňdebaryjylyga dalaşgär kärhana bolsa alyjylaryň özlerini gözlegli alyp barşyny höweslendirmelidir, ýagny has pes nyrlary, ýörite ýeñillikleriň ulgamyny, kuponlary we mugt dadyp görülyän önümleri

hödürlemelidir. Mahabat täze önümleri alyp görmäge sarp edijileri ynandyrmalydyr.

### 13.3. Harytlary satyn almak barada çözgüdi kabul etmek prosesi

29-njy suratda baş sany tapgyr, ýagny zerurlygy aňlamak, maglumatlary gözlemek, dürli görnüşlere baha bermek, satyn alyş barada çözgüdi kabul etmek we satyn alyş barada oňyn netije almak görkezilýär.

1. Zerurlygy aňlamak	2. Maglumatlary gözlemek	3. Wariantlara baha bermek	4. Harydy satyn almak barada çözgüdi kabul etmek	5. Harydy satyn almak barada oňyn netije almak
----------------------	--------------------------	----------------------------	--	--

#### 29-njy surat. Harydy satyn almak barada çözgüdi kabul ediş prosesi

Nazaryýet nukdaýnazaryndan alyjy her bir harydy satyn alanda baş tapgyryň hemmesinden geçýär. Ýöne terjibede alyjy käbir tapgyrlardan geçýär ýa-da olary çalyşýar. Şol bir haryt markaly diş pastasynyň týubigini hemişe satyn alýan alyjy meseläni aňlandan soňra maglumatlary gözlemek we wariantlara baha bermek tapgyrlaryny goýberip, harydy satyn almak barada çözgüdi kabul edýär. Suratdaky nusga alyjy üçin täze ýa-da çylşyrymly ýagdaýy görkezýär.

#### **Zerurlygy aňlamak**

Harydy satyn almak barada çözgüdi kabul ediş prosesi alyjy tarapdan zerurlygy aňlamakdan başlanýar – sarp ediji meseläniň ýa-da mätäçligiň barlygy barada özüne hasabat berýär. Zerurlyk içki (açlyk, suwsuzlyk we başgalar) ýa-da daşky gyjyndyryjylaryň täsirinde ýüze çykyp bilýär.

Şu tapgyrda sarp edijiniň özüni alyp barşyny öwrenip, marketing boýunça hünärmen onuň meselelerini we mätäçliklerini ýüze çykaryp,

olaryň ýüze çykyşynyň ýagdaýlaryna düşüniň, alyjynyň bellibir harydyň görnüşine nähili gelyändigini kesgitläp bilýär.

### ***Maglumatlary gözlemek***

Gyzyklanýan sarp ediji goşmaça maglumatlaryň (düzgün bolşy ýaly, ýöne hemişe däl) gözlegine başlaýar. Sarp ediji birnäçe söwda belgileriň arasynda saýlawy nähili geçirýär? Marketing boýunça hünärmen harytlaryň dürli görnüşlerine baha bermegiň prosesiniň esasynda düşünelidir, ýagny bir görnüşi saýlananda sarp ediji maglumatlary nähili gaýtadan işleýär? Eger-de sarp edijiler hemme ýagdaýlarda baha bermegiň bir ýönekeý prosesini ulanýan bolsalar, ol aňsat düşerdi. Hakykatdan marketing boýunça hünärmen şu prosesin birnäçe görnüşi bilen iş salyşmaly bolýar.

Bir derejede sarp ediji ýokarlandyrylan ünsüň zolagyna girip bilýär. Sarp ediji birnäçe dürli çeşmelerden maglumat alýar, ýagny şahsy galtaşmalar (maşgala, dostlar, goňşular, tanyşlar), täjirçilik çeşmeleri (mahabat, söwda agentleri, dilerler, gaplar, witrinarlar, **Web**-sahypalar), umumy elýeter çeşmeler (köpçülikleýin habar beriş serişdeleri, sarp edijilik guramalary) we şahsy tejribe (önümi synlamak, ulanmak). Bu maglumat çeşmeleriniň täsir ediş derejesi haryda we alyja baglydyr. Düzgün bolşy ýaly, haryt barada maglumatyň köp bölegini alyjy täjirçilik çeşmelerinden alýar, çeşmelere öndüriji gözegçilik edýär. Ýöne in netijeli çeşmeler bolup şahsy çeşmeler çykyş edýär. Täjirçilik çeşmeleri alyja maglumat berýär, ýöne şahsy çeşmeler maglumata zerur agram berýär ýa-da oňa baha berýär.

Sarp edijiler gyzyklandyrylan haryt barada maglumaty köpräk bilmäge dyrjasyp, köplenç, dostlara, garyndaşlara, tanyşlara we professionallara ýüzlenýärler. Şonuň üçin kärhanalar agyzdan-agza geçmek maglumatlaryny geçirmek ýaly çeşmeleri döretmekde örän gyzyklanýarlar. Şular ýaly çeşmeleriň iki sany esasy artykmaçlygy bar, olar ynandyryar we arzan bolýar.

Maglumat köpeldigiçe harytlaryň barlygy we olaryň aýratynlygy barada sarp edijiniň habarlylygy ösýär. Kärhana öz harytlary barada sarp edijiniň doly maglumaty bolar ýaly mümkinçilik berýän marketing toplumyny döretmelidir. Sarp edijiler üçin maglumatlaryň

çeşmelerini we olaryň her haýsysynyň wajyplylygyny anyk kesgitlemelidir. Islendik haryt belgisi barada haýsy ýagdaýlarda alyjylar ilkinji gezek eştdiler, haýsy maglumatlary olar aldylar we maglumatlaryň dürli çeşmeleri olar üçin haýsy derejede wajyplylygyny alyjylardan bilmeklik zerur.

### ***Wariantlara baha bermek***

Marketing boýunça hünärmen sarp edijiniň haryt belgilerine baha berşini, maglumatlary gaýtadan işleýşini we soňky saýlawyny amala aşyryşyny bilmelidir. Gynansak-da sarp edijiler satyn alyş bilen baglanyşykly ähli ýagdaýlara baha bermegiň ýönekeý we bermeňzeş prosesini ulanmaýarlar. Olaryň birnäçesi bar.

*Wariantlara baha bermek* – harydy satyn almak barada çözüdi kabul etmegiň hadysasy bolup, onda sarp ediji alan maglumatlary esasynda saýlamagyň dürli wariantlaryna baha berýär.

Sarp ediji meňzeş söwda markalar barada öz pikirini baha bermegiň esasynda emele getirýär. Bu prosesin geçişi sarp edijiniň indiiduallygyna we takyk ýagdaýyň özboluşlylygyna baglydyr. Käbir ýagdaýlarda alyjylar gowy hasaplary we logiki netijeleri ulanýarlar, käbir ýagdaýlarda bolsa şol sarp edijiler baha beriş usullaryny ulanmaýarlar ýa-da harydy hyjuwly satyn alyp ýa-da duýgurlygy sebäpli olary ýüzleý ulanýarlar. Käwagt sarp ediji satyn alyş barada çözüdi ýekeje özi kabul edýär; akyllý-başly maslahat aljak bolup, käwagt dostlar bilen maslahatlaşýar, maglumatnamalara ýa-da satyjylara ýüzlenýär.

Marketing boýunça hünärmenler sarp edijileriň saýlan harydyna nähili baha berýändigini ýüze çykarmak üçin olary öwrenmelidir. Eger-de alyjy entek doly çözüdi kabul etmän, baha bermek tapgyrynda duran bolsa, onda onuň saýlawyna täsir etmek üçin marketing boýunça hünärmen bellibir ädimleri edip bilýär.

### ***Satyn alyş barada çözüdi***

Baha bermek tapgyrynda sarp ediji dürli haryt markalaryna baha berýär, harydy satyn almaga niýetini emele getirýär. Umuman, satyn alyş barada çözüdiň manysy sarp edijiniň isleg bildirýän harydyny satyn almaktan durýar. Ýöne niýetiň satyn alşa öwrülmegine iki sany ýagdaý päsgel edip bilýär. Birinjisi, başga adamlaryň gatnaşygy. Ikinji

ýagdaý bolup, garaşylmadyk ýagdaýlar çykyş edýär. Sarp ediji satyn alyş barada niýeti garaşylýan girdejä, garaşylýan nyrha we harydy satyn almakdan garaşylýan peýda esaslanyp, emele getirýär. Ýöne onuň meýilnamasy garaşylmadyk ýüze çykan ýagdaýlar bilen bozlup bilner. Meselem, bäsdeş kompaniýa öz önümlerine nyrhлары peseldip bilýär. Şeýlelikde, ileri tutmaklyk ýa-da niýet hemişe harydyň hakyky satyn alnyşyna getirmeýär.

### ***Satyn alşa täsiri***

Alyjy harydy satyn alandan soň marketing boýunça hünärmeniň işi gutarmaýar. Satyn alyşdan soňra sarp ediji ýa kanagatlanýar ýa-da kanagatlanmaýar. Satyn alyşdan soňra sarp edijiniň duýgulary näme bilen kesgitlenilýär? Jogaby sarp edijiniň garaşylýan netijesiniň we onuň satyn alan harydy nähili kabul edýänliginiň gatnaşygyndan tapyp bolýar. Eger-de haryt garaşylýan netijäni ödemese, alyjy kanagatlanmaýar; eger-de haryt oňa laýyk gelse, alyjy kanagatlanýar; eger-de haryt garaşylýan netijeden uly bolsa, alyjy hoşal bolýar.

*Satyn alşa täsiri* – harydy satyn almak barada çözüdi kabul etmek tapgyry bolup, onda sarp ediji harydy satyn alandan soňra özünüň kanagatlanan ýa-da kanagatlanmadyk duýgusyna esaslanyp, indiki hereketleri kabul edýär.

Alyjynyň garaşylýan netijesiniň we hakyky isleginiň netijesinde aratapawut näçe uly bolsa, şonça-da onuň lapykeçligi güýçli bolýar. Şonuň üçin satyn alyşdan soňra alyjynyň lapykeçligini çagyrmaz ýaly satyjy haryt barada diňe hakyky maglumatlary görkezmelidir. Käbir satyjylar alyjylaryň kanagatlanylş derejesini ýokarlandyrmak üçin öz harydyny häsiýetlendirilenlerinde onuň artykmaçlyklaryny peseldip, onuň käbir aýratynlyklaryny görkezmeýärler. Meselem, *Boeing* uçarlarynyň satyjylary düzgün bolşy ýaly, öz harydynyň hilini takatlylyk bilen teswirleýärler. Meselem, olar ýangyjyň tygşytlylygyny az görkezýärler, 5% wada edýärler, hakykatdan tygşytlylyk 8% bolýar. Emma satyn alyşdan soňra sarp edijilere ýakymly sowgat garaşýar – satyn alnan haryt olaryň garaşylýan netijesinden ýokary bolýar. Olar ikinji gezek harydy satyn alyp, başga alyjylara bolsa, *Boeing* kompaniýasy wada edeninden köp edýär diýip aýdýarlar.

Her bir uly satyn alyş hemişe diýen ýaly içki jedeli çagyryýar, ýagny diskomfort duýgusyny döredýär, ol geçirilen saýlawyň dogrulygyna şübhe döredýär. Şeýle ýagdaýda sarp ediji satyn alan harydynyň artykmaçlyklary bilen kanagatlanýar. Ol ret eden harytlarynyň ýetmezçiliklerinden gaçandygyna-da razy. Ýöne saýlaw hemişe ylalaşykly, oňşukly bolýar. Şonuň üçin sarp ediji saýlan harydynyň ýetmezçilikleri we almadyk harytlarynyň ýitiren artykmaçlyklary barada pikirlenmän bilmeýär. Şonuň üçin her bir satyn alyşdan soňra sarp ediji az derejede bolsa-da içki jedeli duýýar.

Näme üçin sarp edijiniň kanagatlanmagyna şular ýaly ähmiýet berilýär? Sebäbi kärhana sarp edijileriň iki toparyna, ýagny täze alyjylara we köne müşderilere öz harytlaryny hödürleýär. Täze sarp edijini özüňe çekmeklik köne sarp edijini saklamakdan has kyn bolýar. Köne sarp edijini saklamagyň iň gowy usuly ony kanagatlandyrmakdan ybarat. Kanagatlanan alyjy harydy ikinji gezek satyn alýar, haryt we kärhana amatly maglumatlaryň çeşmesi bolýar, bäsdeş-kärhanalaryň harytlaryna hem mahabatyna az üns berýär, kärhananyň başga önümlerini satýar. Marketing boýunça hünärmenleriň köpüsi diňe bir alyjylary kanagatlandyрман, eýsem, olara baha hem berip bilýärler.

Kanagatlanmadyk sarp edijiniň täsiri başgaça bolýar. Hoşal alyjy haryt baradaky özüniň gowy pikiri bilen ortaça üç sany tanyş adamsyna ýüzlenýär. Hoşal däl alyjy bolsa özüniň garaşylýan netijesiniň başa barmandygy barada on bir sany adama aýdýar. Marketing derňewleriň biriniň netijesinde kärhanadan närazy sarp edijiniň 13%-i özleriniň netijesiz tejribesi barada başga 20 sany sarp edijä aýdýar diýlen netije ýüze çykaryldy.

Şonuň üçin kärhana öz sarp edijileriniň kanagatlanýş derejesini hemişe öwrenmelidir. Kanagatlanmadyk sarp edijiler olaryň göwünlere ýaramaýan zady özleri gelip aýtmaýarlar; hoşal däl alyjylaryň 96%-i öz meseleleri bilen hiç haçan kärhananyň wekillerine ýüzlenmeýärler. Kärhana alyjylara öz närazylygyny görkezmeğe höweslendirýän ulgamy döretmelidir. Diňe şeýdip kärhana özüniň işleýşini we nämäni gowulandyrmalydygyny biler. *3MCompany*-nyň mälim edişi ýaly, täze önümleriň esasy pikirleriň 2/3-si işgärler

alyjylaryň arzlaryny diňländen soňra ýüze çykýar. Ýöne diňe arzlary diňlemeklik ýeterlik däl, şol arzlara konstruktiv jogap berilmelidir.

Alyjyny kanagatlandyrmak: kärhananyň tankytçylary onuň höwesek bolan ýaranlary nähili bolup bilerler?

Kanagatlanmadyk sarp edijiler bilen kärhana näme etmeli? Olary kanagatlandyrmaga dyrjaşmaly! Hoşal däl alyjylar diňe bir kärhananyň harytlaryny satyn alman, eýsem, onuň imidžine zeper ýetirýärler. Marketing derňewleriň netijesinde sarp edijiler özleriniň haryt baradaky erbet pikirleri bilen, gowy pikirlere görä dört esse köp pikir alyşýar. Hoşal däl alyjylar bilen işjeň işlenilse, munuň özi kärhananyň söwda markasyna olaryň islegini ýokarlandyryp we kärhananyň abraýyny gowulandyryp biler. Mälim bolşy ýaly, ösen kärhanalar kanagatlanmadyk sarp edijilerden gaça durmaýarlar. Munuň garşysyna olar tankyt bellikleriň aýdylmagyny sarp edijileri höweslendirip, ondan soňra ýetmezçilikleri ýok edip, alyjylary özüne çekýärler.

Hoşal däl alyjynyň meselelerini çözmegiň ilkinji mümkinçiligi satyn alyş pursadynda bolýar. Hyzmatlar gursawynda işleýän kärhanalaryň ýolbaşçylary işgärlerine meseleleri şol wagt çözmegi öwredýärler. Käbir kompaniýalar «Müşderiniňki hemişe dogry» diýen ýörelgeden ugur alyp, iň soňky derejä barýarlar – olar öz bähbitlerini alyjynyň isleglerine boýun egdirýärler, öz peýdasyna zyýan edip, onuň ähli talaplaryny berjaý edýärler. Meselem, *Neyman Marcus* kompaniýasynyň işgärleri, ol bölek-satuw söwdasy bilen meşgullanýar, hoşal däl sarp edijilere bolan gatnaşykda juda sypaýy tapawutlanýarlar. «Biziň üçin satuwyň möçberi esasy zat däl. Biz öz alyjylarymyz bilen uzak wagtlaýyn gatnaşyklary döretmekçi bolýarys» diýip, müşderileri kanagatlandyrmak soraglary boýunça kompaniýanyň direktorynyň orunbasary Gwen Baum belleýär. «Eger-de biziň dükanymyzda satyn alynmadyk hrustal waza tölemeli bolunsa-da, biz puluny yzyna gaýtarmaly bolýarys». Şular ýaly eli açyklyk, muňa garamazdan, girdejiniň köpelmegine getirýär – *Neyman Marcus* kompaniýasynyň girdejisi orta derejeden ýokary bolýar. Kompaniýanyň saýlap alan strategiýasy müşderiler tarapyndan juda uly islegi we kompaniýa üçin tapawutly abraýy döredýär. Mundan

başga-da, gaýry dükanlardan satyn alnan harytlaryna ýa-da sarp edijiniň günäsi boýunça zaýlanan harytlara puly yzyna gaýtarmaklyk 5%-den az bolýar.

Köp kärhanalar mugt jaň edip boljak telefonlary, ýagny «800 gullugy» atly telefonlary gurnaýarlar. Munuň özi sarp edijileriň meseleleri barada wagtly-wagtynda bilmäge we olary telefon arkaly çözmäge mümkinçilik berýär. Häzirki wagtda amerikan kompaniýalaryň 2/3-den köpüsi arzlar, teklipeler ýa-da soraglar ýüze çykan ýagdaýynda 800 belgili telefona jaň etmekligi sarp edijilere hödürleýär. Meselem, *Coca-Cola* kompaniýasy geçiren marketing derňewleriniň netijesinde 50 adamdan diňe biriniň öz arzlary bilen kompaniýanyň wekillerine ýüzlenmäge wagt tapýandygyny ýüze çykaryp, 1983-nji ýylda 1-800-GET-COKE liniýasyny açdy. «Galan 50-si haryt markasyny çalyşýarlar – şonuň üçin olar bilen aragatnaşygy ýola goýmaly» diýip, *Coca-Cola* kompaniýasynyň sarp edijiler bilen işleri alyp barýan direktory belleýär.

Her gün *Pillsbury* kompaniýasynyň wekilleri iki müňe golaý adam bilen gürrüň geçirýärler, olar 800 belgisine jaň edip, öz belliklerini, minnetdarlyklaryny we teklipelerini aýdýarlar. Has köp jaňlar baýramçylyklaryň önünden bolýar – «800 gullugynyň» operatorlary (aşpezlik we öý hojalyk pudagynda, esasan, ýokary bilimli we ýörite bilimli işgärler) takmynan, üç müň sany amerikan zenanlaryna baýramçylyk agşamlygy taýýarlamaga kömek edýärler. Eger-de jaň edýänler iňlis dilini gowy bilmeseler, *Pillsbury AT&T* telefon kompaniýasynyň liniýasyny rezerwirläp, ol boýunça terjimeçileriň kömegini alyp bilýär. *Pillsbury* dünýäniň 140 dilini bilýän terjimeçileri çagyryp, hem müşderi, hem kompaniýanyň operatory, hem terjimeçi telefon gepleşiğe gatnaşar ýaly aragatnaşygy gurnady.

*Gerber* kompaniýasynyň Helpline «gyzgyn liniýasy» (1-800-GERBER) 4 mln jaňlary kabul etdi. Bu kompaniýa çagalara seretmek boýunça hyzmatlary hödürleýär, «gyzgyn liniýa» boýunça bolsa şu babatda islendik maslahat alyp bolýar. Helpline-iň işgärleri, esasan, ejeler we eneler, «gyzgyn liniýa» ýyl boýunça gije-gündizde 24 sagatlap, günde 2400 jaň kabul edip işleýär. 1994-nji ýylda Help-



line gullugy 647875 jaňy hasaba aldy. Işgärleriň arasynda inlis, fransuz we ispan dilini bilýän operatorlar, müşderileriň hyzmatynda başga köp dillere terjimeçiler işleýärler. Telefon gullugynyň müşderileri, düzgün bolşy ýaly, ýaş ata-eneler, hyzmatlar býurosundan çaga seredýänler, lukmanlar hem bolup bilýär. Her başynji jaň erkek kişilerden bolýar. Jaň edýänler dürli soraglary çagalar iýmiti üçin niýetlenen dürli süýt garyndylaryny bermegiň tertibinden başlap, tä çaganyň rahatlygy we howpsuzlygy üçin öýi täzedden enjamlaşdyrmaga çenli soraglar berilýär.

*General Electric* kompaniýasynyň «800 gullugy» ABŞ-da iň ulusydyr. Kompaniýanyň işgärleri her ýyl üç milliona golaý jaňlara jogap berýärler, olaryň 5%-i arzlar bolup durýar. Ulgamyň esasy bolup, uly maglumatlar binýady çykyş edýär, onda 120 assortiment toparlaryň 8500 modellerine degişli millionlarça soraglara jogaplary tapyp bolýar. Kāwagt merkeze örän üýtgeşik soraglar-jaňlar gelýär. Meselem, bir gezek Konnektikut ştatynyň kenarynda ýüzüp ýören suwasty gaýykdan jaň edip, motory bejermekde kömek soradylar. Ýa-da başga bir ýagdaý – «800 gullugyna» Jeýms Bond barada filmiň alynmagyna gatnaşýan spesefektler boýunça hünärmenler ýüzlendiler. Olaryň suwastyndaky şyklandyryşy işlenilmän durdy. *General Electric*-iň maglumatlaryna görä, kompaniýanyň işgärleri birinji jaňda meseleleriň 90%-ini çözüýärler, ondan soňra öňki «nārazylyk» kompaniýanyň höwesli alyjylaryna öwrülýärler. Kārhanalary her bir jaň ortaça 3,5 amerikan dollaryna düşse-de, munuň özi täze müşderileri gözlemekden ýa-da dürli görnüşli jerime tölemekden iki-üç esse arzan düşýär.

Sarp edijilerde kanagatlanýş duýgusyny saklamagyň iň gowy usuly ilkinji nobatda ýokary hilli harytlary we ýokary derejeli hyzmatlary üpjün etmek bolup durýar. Ýöne munuň özi ýeterlik däl, kārhanalary ulgam işläp taýýarlap, ol ulgam nārazy alyjylary ýüze çykaryp, olaryň meselelerini çözmäge mümkinçilik bermeli. Şular ýaly ulgam zerur, sebäbi kanagatlanan alyjylar kārhananyň işiniň gowy görkezijisi bolup hyzmat edýärler. Soňky marketing derňewleriniň biriniň netijeleri boýunça arzlara we nāgileliklere seretmegiň ulgamyna goýlan maýalar ortaça 100-200% peýda

getirýär. *American Express* kompaniýasynyň hil soraglary boýunça wise-prezident şeýle formulany hödürleýär, ýagny:

«Müşderileriň meseleleriniň tiz çözülişi=  
=kanagatlanýş derejesiniň ýokarlanmagy=  
=haryt markasyna bolan islegiň ýokarlanmagy=  
=girdejiniň köpelmegi».

*Täze harydy satyn almak barada çözüdi kabul etmek*

Öz isleglerini kanagatlandyryjak bolup sarp edijiniň geçýän tapgyrlaryň tizligi dürli bolup bilýär, olaryň käbirleri ýerini çalyşýarlar. Onda köp zat sarp edijiniň häsiýetine, haryda we satyn alyş ýagdaýyna baglydyr.

Indi alyjynyň täze harydy saýlaýşyna seredeliň. Täze haryt – haryt, hyzmat ýa-da ideýa bolup, ol bolup biljek alyjy tarapyndan täze bir zat ýaly kabul edilýär. Täze harydyň bazarda düýbünden täze hadysa ýaly görünmegi hökmän däl, her bir haryt oň ol harydy tanamaýan alyjy üçin täze haryt ýaly bolup biler. Şonuň üçin sarp ediji ilkinji gezek şol haryt barada we ony satyn almak barada çözüdi nähili kabul edenligini öwrenmelidir.

Çözüdi kabul etmegiň prosesi – pikir edilýän proses bolup, ol adam ilkinji gezek täze haryt barada eşiden pursadyndan şol çözüdi doly kabul edýän pursadyna çenli bolup geçýär, kabul etmek bolsa – adamyň haryt ulanyjysy bolmak barada onuň çözüdidir.

***Çözüdi kabul etmegiň prosesiniň tapgyrlary***

Täze haryda uýgunlaşmak üçin alyjy bäs sany tapgyrdan geçmelidir:

1. *Tanamaklyk*. Sarp ediji täze haryt barada eşidýär, emma ol barada maglumatlaryň ýetmezçiligini duýýar.

2. *Gyzyklanmak*. Sarp ediji täze haryt barada maglumat gözleýär.

3. *Baha bermek*. Täze harydy satyn almaklygy sarp ediji kesgitleýär.

4. *Synag etmek*. Haryt barada has doly bilmek üçin (synag nusgasyny satyn alýar), haryt bilen has ýakyn tanyşýar.

5. *Kabul etmek*. Sarp ediji täze harydy hemişe ulanmaklyk barada çözüdi kabul edýär.

Bu modelde täze harydyň hereketi bilen meşgullanýan marketing boýunça hünärmen şu tapgyrlaryň her haýsynda sarp edijä kömek

etmäge dyrjaşmalydygy barada çak edýär. Meselem, uly ekranly telewizorlary öndürýän kärhananyň sarp edijileriniň köpüsi onuň önümleri bilen gyzyklanyp, synag etmek tapgyryna geçmäge howlугanoklar, sebäbi täze harydyň artykmaçlyklaryna olaryň kän bir ynamy ýok, şeýlelikde, olaryň has ýokary nyrh tölemäge isleginiň ýoklugyny ýüze çykarýar. Ýöne edil şol sarp edijiler pes bahadan täze telewizory synag etmäge uly höwes bilen satyn alardylar. Diýmek, öndüriji wagtlaýyn baha beriş ulanylyşa soňky satyn alyş mümkinçiligi bilen telewizorlary geçirmek ulgamyny işläp taýýarlamalydyr.

### ***Täze haryt kabul edilende alyjylaryň şahsy tapawutlary***

Sarp edijiler täze harydy synag etmäge taýýarlygyň dürli derejesini görkezýärler. Her bir haryt kategoriýasynda «pioner»-sarp edijileri we «irki dowam-edijiler», ýagny başgalara görä täze harydy ir kabul edýänler bolýar. Galan alyjylar täze harydy has giç kabul edýärler. Täze harytlara uýgunlaşmagyň tizligi boýunça sarp edijileri birnäçe kategoriýa (30-njy surat) bölüp bolýar. Ilkinji tapgyrda kabul ediş haýal geçýär, soňra täze harydy kabul edýän sarp edijileriň mukdary köpeliýär. Täze harydy kabul edýän sarp edijileriň mukdary ýokary derejesine ýetip, soňra peselip başlaýar. Şol wagt täze harydy kabul etmedik sarp edijileriň az mukdary bolýar. «Täzelikçileriň» kategoriýasyna täze harydy kabul eden ilkinji alyjylaryň 2,5%-i degişli, «irki dowam edijilere» – indiki 13,5%-i degişli we ş.m.

Şu baş kategoriýanyň sarp edijileri biri-birinden güýçli tapawutlanýarlar. «Täzelikçiler» awantýurizme höwes bildirýärler, olar uly höwes bilen täze ideýalary kabul edýärler we töwekgelçilige gitmäge taýýar bolýarlar. «Irki dowam edijiler» öz toparynda pikirleriň öňdebaryjylary bolup, täze harytlary tiz, ýöne seresaplyk bilen kabul edýärler.

2,5 % täzelikçiler	13,5 % irki dowam edijiler	34 % irki köpçülik	34 % giçki köpçülik	16 % yza galýanlar
-----------------------	----------------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------

**30-njy surat. Täze harydy kabul etmegiň tizligi boýunça sarp edijileriň görnüşleri**

Irki köpçüligiň wekilleri howlukmaýarlar, olarda öňdebaryjylyk seýrek bolýar, ýöne täze harytlary orta sarp edijiden ir kabul edýärler. Giçki köpçüligiň wekilleri münkürlük (ynanmazlyk) meýilli bolup, olar täze harydy köpçülik synag edensoň, ony kabul edýärler. Ahyrsoňy, gijä galýanlar (giçki dowam edijiler) döp-dessurlaryň tarapdarlary bolup, islendik üýtgeşiklere şübhe bilen garaýarlar we täze haryt döp-dessura girensoň, ony kabul edýärler. Bu klassifikasiýanyň maksady täze harydy bazara çykarýan kärhananyň täzelikçileri we irki dowam edijileri ýüze çykaryp, öz marketing tagallalaryny olara gönükdirmegi başarmagydyr. Täzelikçiler, düzgün bolşy ýaly, ýaş, bilimli adamlardyr. Olaryň girdejisi «giçki köpçüligiň» we «gijä galýanlaryň» girdejilerine görä ýokarydyr. Olar ähli täze we öwrenilmedik zatlar üçin açyk, öz oý-pikirlerine we garaýyşlaryna başgalara görä köp ynanyp, töwekgelçilige gidýärler. Olar haryda bolan islegini az görkezip, kärhana bazarda täze harydy herekete getirende hödürleýän ýeňillikleri, ýagny kuponlary, muft harytlary ulanmaga taýýardyr.

### ***Täze harydy kabul etmegiň tizligine onuň häsiýetleriniň täsiri***

Täze harydyň häsiýetleri onuň kabul ediş depginlerine täsir edýär. Käbir harytlar has tiz belli bolýarlar, käbirlerine bolsa köp ýyllar sarp edilýär (personal kompýuterler). Täze harydyň kabul ediş depginlerine onuň baş häsiýeti täsir edýär. Mysal hökmünde uly ekranly telewizorlara seredip geçeliň.

*Deňeşdirilýän artykmaçlylyk.* Bu häsiýet täze harydyň bar bolan harytlar bilen deňeşdirilende näçe esse gowudygyny görkezmelidir. Sarp ediji uly ekranly telewizorlarda deňeşdirilýän artykmaçlyklary näçe köp tapsa (meselem, olaryň görkeziş hili ýokary, adamyň görüş duýgusyna agram az düşýär), şonça-da ol bu täze harydy tiz kabul eder.

– Ylalaşyjylyk. Bolup biljek sarp edijileriň isleglerine we tejribesine täze harydyň laýyklyk derejesidir. Meselem, uly ekranly telewizorlar jemgyýetiň orta synpynyň ýokarky gatlagynyň maşgalalarynyň ýaşaaýş şekili bilen utgaşýar.

– Çylşyrymlylyk. Täze harydyň manysyna kyn düşünmeklik ýa-da ony ulanmaga öwrenmeklikdir. Uly ekranly telewizorlar

ulanylyşda kyn däl, şonuň üçin maşgalalara olar has çylşyrymly täze harytlara görä tiz ornaşýar.

– Bölünmeklik. Çäkli möçberlerde täze harydy synag etmegiň mümkinçiligidir. Uly ekranly telewizorlar gymmat bahaly bolýar. Şular ýaly telewizorlar soňky satyn alnyş bilen kärendä berilse, şu telewizorlaryň kabul ediş tizligi ulalyp bilýär.

– Görkezmegiň mümkinçiligi. Täze harydy başga adamlara görkezip we ol barada gürrüň edip bolýarmy? Uly ekranly telewizory hem görkezip, hem teswirläp bolýar. Şonuň üçin sarp edijileriň arasynda onuň tiz ýaýramagyna mümkinçiligi bar.

Täze harydy kabul etmegiň depginlerine başga häsiýetler hem, hususan, ilkinji we soňky harajatlar, töwekgelçiligiň we näbelliligiň derejesi, jemgyýetiň islegi täsir edýär. Täze harydy bazarda herekete getirmek bilen meşgullanýan marketing boýunça hünärmen şu ýagdaýlary öwrenmeli we haryt bilen marketing maksatnamasy işlenip taýýarlananda olary hasaba almaly.

#### *Dürli ýurtlarda alyjylaryň özlerini alyp barşy*

Bir ýurduň sarp edijileriniň özlerini alyp barşyna düşünmek kyn bolýar. Dürli ýurtlaryň alyjylarynyň zerurlyklaryna düşünmek we olaryň isleglerini kanagatlandyrmak ondan hem çylşyrymly bolýar. Bütün dünýäniň alyjylary, gürrüňsiz, özara meňzeş, ýöne, köplenç, olaryň gymmatlyklarynyň ulgamy, garaýyşlary we özlerini alyp barşy örän tapawutlanýar. Halkara bazarda işleýän marketing boýunça hünärmenler bu tapawutlara düşünmeli we öz harytlaryny, marketing maksatnamalaryny şoňa laýyklykda üýtgetmeli.

Käwagt tapawutlar göze görünýär. Meselem, ABŞ-da adamlaryň köpüsi ertirlige çörek dänelerinden taýýarlanan dürli tagamlary sarp edýärler. Şonuň üçin *Kellogg* kompaniýasy öz marketing tagallalaryny öz harytlaryny ulanmaga sarp edijileri ynandyrjak bolup gönükdirýär. Emma Fransiyada köp adamlaryň ertirlige külçe bilen kofäni edinýänligi üçin ýa-da aslynda ertirlikleri edinmeýänligi üçin, *Kellogg* öz mahabatynyň kömegi bilen ertirlige öz ýarmalaryny iýýän sarp edijileri ynandyrmaga dyrjaşýar. Bu kompaniýanyň önümleriniň gaplarynda olary taýýarlamagyň giňişleýin görkezmesi bar. Hindistanda ilatyň 22%-i ertirlik edinmeýär, galanlary bolsa gowy

ertirlik edinyärler, şol sanda irden gowrulan tagamlary sarp edyärler. Şonuň üçin *Kellogg*-yň mahabaty sarp edijileri has ýeňil we jan saglyk üçin peýdaly ertirliklere geçmekligi ynandyrmaga gönükdirilen.

Tapawutlar, köplenç, az bolýar. Olar sarp edijileriň fiziki ýa-da durmuş aýratynlyklarynyň netijesi bolup durýar. Meselem, ýapon sarp edijileriniň kiçijik elleri üçin *Remington* kompaniýasy kiçi ölçegli elektropäkileri öndürýär, Beýik Britaniýanyň ýaşajylary üçin bu kompaniýa batareýkalarda işleýän päkileri öndürýär, sebäbi inlisleriň wanna otaglarynda elektrik rozetkalary oturdylmaýar. Beýleki tapawutlar döp-dessurlaryň netijesi bolup durýar. Meselem, Ýaponiýada, döp bolşy ýaly, kiçi göwünlilige we hormatlaýjylyga gadyr goýulýar, şonuň üçin haçanda satuwy höweslendirmek ýürege düşgünç, edepsiz görnüşde alyp barylýsa, sarp edijiler garşylyk görkezýärler. Dürli ýurtlaryň adamlarynyň döp-dessurlarynda we özlerini alyp barşynda şular ýaly tapawutlar düşünişilmese, halkara bazarynda herekete getirilýän harytlaryň we strategiýalaryň şowsuzlygyna getirýär.

Marketing boýunça hünärmen her bir bazaryň sarp edijileriniň islegleriniň we medeniýetiniň aýratynlyklaryna öz harytlaryny hem marketing maksatnamalaryny haýsy derejede uýgunlaşdyrjakdygyny kesgitlemelidir. Bir tarapdan, marketing boýunça hünärmen öz işini ýönekeýleşdirmäge we serişdelerini tygşytlamak üçin öz tekliplerini standartlaşdyrmaga dyrjaşýar. Beýleki tarapdan, her bir ýurt üçin marketing tagallalarynyň uýgunlaşdyrylmagy ýerli sarp edijileriň zerurlyklaryny has doly kanagatlandyryp biljek.

## XIV BAP

### BAZARY DERŇEMEK BOÝUNÇA AMALY SAPAKLARYŇ ÝUMUŞLARY

#### 14.1-nji ýumuş

Bütün dünýäde işleýän kärhanalar her ýyl ençeme serişdeleri sarp edip, marketing derňewlerini geçirip, sarp edijileriň isleglerini öwrenjek bolýarlar. Marketing derňewleriň prosesine gatnaşjak bolsaňyz şu aşakdaky saýtlara giriň:

[www.pollingreport.com](http://www.pollingreport.com)

[www.gallup.com](http://www.gallup.com)

[www.cnn.com](http://www.cnn.com)

### 14.2-nji ýumuş

BizRate – elektron dükanlaryň reýtingi barada maglumatlary hödürleýän saýtdyr. Hakyky bahany almak üçin şu kompaniýanyň hünärmenleri elektron alyjylaryň pikirlerini öwrenmegiň öz usulyýetini işläp taýýarladylar. Bu kompaniýa esasy on sany görkezijini, ýagny: sargytlary resmileşdirmegiň ýönekeýligi, harytlary saýlamagyň rahatlygy, nyrhларыň derejesi we başgalary öwrenmeklikde jemlendi. Geçirilen marketing derňewleriň netijeleri [www.bizrate.com](http://www.bizrate.com) saýtynda ýerleşdirilen. Şu saýta girip, aşakdaky tablisany dolduryň:

Görkezijiler	BizRate
1. Elektron dükanlar barada maglumatlaryň ýygnaşy, (+/-).	
2. Harytlar barada maglumatlaryň ýygnaşy, (+/-).	
3. Tötänleýin saýlanan toparý soramaklyk üçin ulanyşy, (+/-).	
4. Satyn alyş barada wagtynda sowal-jogap geçirilýärmí? (+/-).	
5. Gizlinligi üpjün etmegiň usullary.	

### 14.3-nji ýumuş

Internetiň tiz ösüşi bilen **Web**-sahypalaryň maksatly bazarlara hyzmat etmäge hakyky mümkinçilik ýüze çykýar. Köplenç, uly ýaşly alyjylar internetiň ulanyjylarynyň has işjeň toparlaryň biri bolup çykyş edýär.

*ThirdAge* – **Web**-sahypalaryň biri bolup, ulanyjylaryň şu toparý üçin döredilen.

[www.thirdage.com](http://www.thirdage.com) **Web**-sahypa girip, onuň işleýşine serediň. Kompaniýanyň düzen saýtyň ulanyjylaryň demografiki we psihografiki profillerini seljeriň. Mundan başga-da, gaýry kompaniýanyň [www.snowball.com](http://www.snowball.com) **web**-sahypasyna giriň (ulanyjylaryň ýaşy garşydaş boýunça kategoriýa) we ulanyjylara niýetlenen tablisany dolduryň. Bu iki bazar bölekleri barada peýdaly maglumatlary *American Demographics* kompaniýanyň saýtynda [www.demographics.com](http://www.demographics.com) taparsyňyz.

<b>Görkezijiler</b>	<b>ThirdAge saýtynyň ulanyjylarynyň häsiýetnamasy</b>	<b>Snowball saýtynyň ulanyjylarynyň häsiýetnamasy</b>
1. Ýaşy 2. Girdejisi 3. Torda alyjylarynyň özlerini alyp barşy 4. Internet-torda satyn-alyşlar, amerikan dollar 5. Internet-torda alyjylaryň geçirýän wagty 6. Internet-torda alyjylaryň alyp barýan işleri 7. Psihografiki häsiýetnamasy		

#### 14.4-nji ýumuş

Online marketingde strategiki miýilnamalaşdyrmagyň orny. Hakyky wagtyň režiminde kitaplary satmaklyk – uly işewürlikdir. Amazon.com – kitaplaryň ilkinji şowly wirtual satyjysydyr. Gysga wagtyň dowamynda bu kompaniýa bazarda öňdebaryjy boldy. Uly girdejileri almaklyk şu işewürlige *Barnes&Noble*, *Borders* we başga kompaniýalary çekdi. Täzelikde Amazon.com diwersifikasiýa ýolundan gitdi. Kompaniýa audio- we wideoharytlary, durmuş tehnikasyny, oýnawaçlary, farmasewtiki preparatlary hödürläp, hakyky wagtyň režiminde auksion bilen meşgullanyp başlady. Şular ýaly strategiýa Amazon üçin peýdalymy? Şu soraga jogap bermek üçin hakyky wagtyň režiminde oýnawaçlaryň satuwynyň industriýasyny *www.bizrate.com*-y seljeriň we Amazonyň iki iň güýçli bäsdeşlerini eToys-dan başga kesgitleň. BizRate-ň pikirlerini okap, her bir bäsdeşiň saýtyna giriň.

	<b>Amazon www. amazon. com</b>	<b>eToys www. etoys. com</b>	<b>3-nji bäsdeş kärha- nasy</b>	<b>4-nji bäsdeş kärha- nasy</b>
1. BizRate üçin saýtyň reýtingini kim kesgitleýär?				



2. Alyjylaryň jogaplarynyň esasynda düzülen BizRate-de umumy reýting nähili?				
3. Oýnawaçlardan başga, kompaniýanyň satýan harytlary				
4. Bazardaky pozisiýasy				
5. Bäsddeşlik artykmaçlygy				
6. Bäsddeşlik gowşaklygy				

### 14.5-nji ýumuş

Wirtual marketing alyjylara başga ýollaryň üpjün edip bilmejek artykmaçlyklaryny berýär. Şular ýaly işiň gowy mysaly bolup, wirtual sazçylyk dükanlar çykyş edýärler, olarda alyjylar kompakt-diski satyn almakdan oň saýlan sazalarynyň böleklerini diňläp bilýärler. Wirtual söwdanyň başga artykmaçlygy bolup, sarp ediljilere elýeterligiň aňsatlygy, olar bilen gatnaşyk we bazaryň üýtgeýän şertlerine tiz uýgunlaşmaklyk bolup durýar. Meselem, *CDNow* saýtyna ([www.cdnnow.com](http://www.cdnnow.com)) giriň we islegiňize görä üç sany kompakt-diski saýlaň. Her bir disk boýunça *CDNow*-ň öňünden diňlemäge mümkinçilik berýän sazalaryň we aýdymalaryň umumy sanyny tablisa ýazyň.

Kompakt-diskiň ady	Sazlaryň umumy sany	Diňlemek üçin sazalaryň sany

### 14.6-njy ýumuş

Internet hyzmatlaryny ýerine ýetirýän güýçli bäsdeşlik dünýäsinde şowlulyk sarp edijini maksimal kanagatlandyrmakda esaslanan. Şonuň üçin bäsleşýän prowaýderler öz ulanyjylarynyň tamasyn-dan üstün çykmak üçin hemişe täze usullaryň gözleginde bolmalydyr-

lar. Yahoo ýaly esasy girelge (portallar), öz sarp edijileri bilen uzak wagtlaýyn gatnaşyklary emele getirmäge dyrjaşyp, öz hyzmatlarynyň toplumyna köp täze, köplenç, mugt hyzmatlaryny goşdy. Yahoo portalyňa giriň we Siziň pikiriňizçe baş sany iň peýdaly hyzmatyny ýazyň. Her bir saýlanyp alnan hyzmat boýunça edil şolar ýaly hyzmaty hödürleýän bäsdeşi tapyp, iki kompaniýanyň hem gowşak we güýçli taraplaryny deňeşdiriň. Ahyrsoňy, Yahoo portalynyň her bir saýlan hyzmatyňyzy herekete getirmek üçin bäsdeşlik strategiýanyň görnüşini (meselem, bazaryň öňdebaryjysyny) hödürläň.

<b>Sizi gyzklyklydýran hyzmat</b>	<b>Edil şular ýaly hyzmaty hödürleýän bäsdeş</b>	<b>Güýçli we gowşak taraplaryny deňeşdiriň</b>	<b>Yahoo üçin Siziň hödürleýän strategiýaňyz</b>

#### **14.7-nji ýumuş**

Dürli **Web**-sahypalar satuwyň dürli bazarlarynda dürli harytlary we hyzmatlary hödürleýärler. Türkmenistanyň «Ahalsyýahat» Döwlet Syýahatçylyk Kärhanasynyň saýtyna ([www.ahaltourizm.com](http://www.ahaltourizm.com)) girip, hödürleýän hyzmatlaryny häsiýetlendirin.

<b>Hyzmatlaryň görnüşleri</b>	<b>Häsiýetnamasy</b>

Indi Yahoo saýtynyň britan görnüşine ([www.yahoo.co.uk](http://www.yahoo.co.uk)) girip, onuň hödürleýän hyzmatlaryny amerikan işdeşleriniň teklipleri bilen deňeşdiriň. Öz derňewleriňiziň netijeleri boýunça tablisany dolduryň.

<b>Hyzmatlaryň görnüşleri</b>	<b>Diňe Yahoo! UK saýtynda hödürleýär</b>	<b>Diňe Yahoo! USA saýtynda hödürleýär</b>

Indi başga [www.amazon.co.uk](http://www.amazon.co.uk) saýtyna girip, aşakdaky tablisany dolduryň:

<b>Hyzmatlaryň görnüşleri</b>	<b>Diňe Amazon UK saýtynda hödürlenýär</b>	<b>Diňe Amazon USA saýtynda hödürlenýär</b>

### **14.8-nji ýumuş**

Howa ýollary arkaly daşamagyň industriýasynyň esasy hyzmaty bolup, ýükleri daşamak we ýolagçylary äkitmek bolup durýar. Ýolagçylary gyzyklandyran mesele – bir ýerden başga ýere barmaklygyň meselesiniň çözülişi bolup durýar. Özleriniň tekliplerini dürli görnüşlerde hödürlemek üçin awiakompaniýalar köp goşmaça hyzmatlaryny hödürleýärler. Meselem, Siz Ýewropa gidesiňiz gelýär. Siz «*Türkmenhowaýollary*» Agentligiň, *KLM Royal Dutch Airlines*, *British Airways* ýa-da *Lufthansa* ýaly kompaniýalaryň hyzmatlaryndan peýdalanyň bilersiňiz. Şu awiakompaniýalaryň **Web**-sahypalaryna seredip, hyzmat ediş derejesine baha bermek üçin aşakdaky tablisany dolduryň.

<b>Hyzmatlaryň görnüşleri</b>	<b>«Türkmenhowaýollary» www.avia-gov.tm</b>	<b>KLM Royal Dutch Airlines www.klm.com</b>	<b>British Airways www.british-airways.com</b>	<b>Lufthansa www.lufthansa.com</b>
1. Gatnawlaryň sany				
2. Ýygy-ýygydan gatnaýan ýolagçylar üçin özüne çekiji şertler				
3. Hyzmat edilişiniň başga aýratynlyklary				
4. Hyzmatlaryň hiliniň kepili?				

5. Pozisionir- lemegiň strategiýalarynyň bäsdeşlik derejesi				
6. Müşderiler bilen dolanyşykly gatnaşyklarynyň usullary				

### 14.9-njy ýumuş

Awtomobil senagatynda awtomobilleriň dürli modifikasiýalary käwagt dürli atlar bilen satylýar. Meselem, Ford Explorer we Mercury Mountaineer, aslyýetinde, şol bir ulag. Mountaineer – köp aksessuar bilen bezelip, has ýokary nyrh boýunça satylýar. Bu awtomobil ýörite zenanlar üçin işläp taýarlanylýp, onda howpsuzlygy üpjün etmek üçin goşmaça serişdeler göz önünde tutulan, bu bolsa şu maksatly topar üçin örän wajypdyr. Awtomobilleri hödürleýän Edmund's salonyň [www.edmunds.com](http://www.edmunds.com) salgysy boýunça saýta giriň. Täze awtomobilleriň arasynda Ford Explorer we Mercury Mountaineer awtomobilleri tapyň. Her bir ulagyň iň arzan baza modelini tapyň we tablisany dolduryň. Dürli awtomobilleriň häsiýetlerini deňeşdirip, deňeşdirýän häsiýetiňizi anyk görkeziň. Soňra iki modellerde bar bolan häsiýetleri kesgitläň.

Ady	Ford Explorer	Mercury Mountaineer
1. Nyrhy		
2. Häsiýeti (takyk görkeziň)		
3. Häsiýeti (takyk görkeziň)		
4. Häsiýeti (takyk görkeziň)		
5. Häsiýeti (takyk görkeziň)		

### 14.10-njy ýumuş

Bir pudagyň mysalynda marketing meýilnamasyny düzüň (meselem, tejribe geçýän kärhananyň mysalynda).

## **14.11-nji ýumuş**

Sizde bar bolan ýa-da Siziň wagtly-wagtynda satyn alýan önümleriňiziň 5-6 sany oligopolist-öndürijileriň sanawyny düzüň.

### **«Bazary derňemek» dersi boýunça barlagnamalar**

#### *1. Marketing derňewleriň usullary:*

- a) syn etmek, sorag–jogap, eksperiment, taryhy;
- b) poçta, telefon, şahsy galtaşma;
- ç) sowalnama, mehaniki.

#### *2. Marketing derňewleriň gurallary:*

- a) syn etmek, sorag–jogap, eksperiment, taryhy;
- b) poçta, telefon, şahsy galtaşma;
- ç) sowalnama, mehaniki.

#### *3. Marketing derňewlerde auditoriýa bilen gatnaşyklary saklamagyň usullary:*

- a) syn etmek, sorag–jogap, eksperiment, taryhy;
- b) poçta, telefon, şahsy galtaşma;
- ç) sowalnama, mehaniki.

#### *4. Marketing derňewlerde sowalnamalaryň görnüşleri:*

- a) açyk, ýarymaçyk;
- b) açyk, garyşyk;
- ç) açyk, ýapyk.

#### *5. Marketing derňewlerde toparlaýyn şahsy galtaşmada söhbetdeşligi alyp baryan hünärmen:*

- a) interwýuer;
- b) respondent;
- ç) moderator.

**6. Diwersifikasiýanyň görnüşleri:**

- a) bazara çuňňur ornaşmak, bazaryň serhedini giňeltmek, harydy kämilleşdirmek;
- b) regressiw, progressiw, gorizental;
- ç) gorizental, konsentriki, konglomerat.

**7. Intensiw ösüşiniň strategiýalary:**

- a) bazara çuňňur ornaşmak, bazaryň serhedini giňeltmek, harydy kämilleşdirmek;
- b) regressiw, progressiw, gorizental;
- ç) gorizental, konsentriki, konglomerat.

**8. Integrasion ösüşiniň strategiýalary:**

- a) bazara çuňňur ornaşmak, bazaryň serhedini giňeltmek, harydy kämilleşdirmek;
- b) regressiw, progressiw, gorizental;
- ç) gorizental, konsentriki, konglomerat.

**9. Göni poçta arkaly ibermeklik usulyň görnüşleri:**

- a) faksimil, E-mail, ses poçtasy;
- b) E-mail, ses poçtasy, elektron poçta;
- ç) ses poçtasy, elektron poçta, göni poçta.

**10. Bazarda bäsdeşleriň eýeleýän orunlary (pozisiýalary):**

- a) esasy bäsdeş, öňdebaryjy, öňdebaryjylyga dalaşgär, öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy;
- b) öňdebaryjy, öňdebaryjylyga dalaşgär, öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy, nişa hyzmat edýän kärhana;
- ç) öňdebaryjylyga dalaşgär, öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy, nişa hyzmat edýän kärhana, monopolist.

**11. Bazardaky esasy bäsdeşlik strategiýalar:**

- a) öňdebaryjy, öňdebaryjylyga dalaşgär, harajatlar boýunça hökmany artyklyk;

b) öňdebaryjynyň dowam ediji kärhanasy, harajatlar boýunça hökmany artyklyk, ýöriteleşdiriş;

ç) harajatlar boýunça hökmany artyklyk, ýöriteleşdiriş, jemleniş.

**12. Marketing toplumynyň görkezijileri:**

a) public relation, advertising, product, price;

b) advertising, product, price, place;

ç) product, price, place, promotion.

**13. Harydyň derejeleriniň sany:**

a) 2;

b) 3;

ç) 4.

**14. Harydyň gaplarynyň görnüşleri:**

a) birinji, ikinji, ýumşak gaby;

b) birinji, ikinji, gaty gaby;

ç) birinji, ikinji, ulag gaby.

**15. Önümçilik-tehniki üçin niýetlenen harytlaryň görnüşleri:**

a) çig mal we komplekteleýjiler, kapital emläk, gysga möhletleýin;

b) çig mal we komplekteleýjiler, kapital emläk, uzak möhletleýin;

ç) çig mal we komplekteleýjiler, kapital emläk, goşmaça hyzmatlar.

**16. Nyrhyň emele gelmegine täsir edýän içki ýagdaýlaryň marketing maksatlary:**

a) harydy nyrh taýdan görkezmek, harydy nyrh däl taýdan görkezmek;

b) saklanyp galmak, girdejini maksimizirlemek, bazara ornaşmak, hil boýunça öňdebaryjylyk;

ç) üýtgeýän, hemişelik.

*17. Nyrhyň emele gelmegine täsir edýän içki ýagdaýlaryň marketing strategiýalary:*

a) harydy nyrh taýdan görkezmek, harydy nyrh däl taýdan görkezmek;

b) saklanyp galmak, girdejini maksimizirmek, bazara ornaşmak, hil boýunça öňdebaryjylyk;

ç) üýtgeýän, hemişelik.

*18. Nyrhyň emele gelmegine täsir edýän içki ýagdaýlaryň önümçilik harajatlary:*

a) harydy nyrh taýdan görkezmek, harydy nyrh däl taýdan görkezmek;

b) saklanyp galmak, girdejini maksimizirmek, bazara ornaşmak, hil boýunça öňdebaryjylyk;

ç) üýtgeýän, hemişelik.

*19. Nyrhyň emele gelmegine täsir edýän daşky ýagdaýlarda bazarlaryň görnüşleri:*

a) arassa bäsdeşligiň bazary, monopolistik bäsdeşligiň bazary, oligopolistiki bäsdeşligiň bazary, arassa monopoliýanyň bazary;

b) arassa bäsdeşligiň bazary, monopolistik bäsdeşligiň bazary, oligopolistiki bäsdeşligiň bazary, arassa oligopoliýanyň bazary;

ç) arassa bäsdeşligiň bazary, monopolistik bäsdeşligiň bazary, oligopolistiki bäsdeşligiň bazary, ýyrtyjy bäsdeşligiň bazary.

*20. Reklamasiýa munuň özi:*

a) ýeňillik, indirim;

b) arz, şikáyat;

ç) sylag, baýrak.

*21. Restitusiýa munuň özi:*

a) satuwy höweslendirmekde puly yzyna gaýtarmak;

b) mahabat işinde puly yzyna gaýtarmak;

ç) şahsy satuwda puly yzyna gaýtarmak.



## PEÝDALANYLAN EDEBIÝATLAR

1. *Gurbanguly Berdimuhamedow*. Türkmenistanyň durmuş-ykdysady ösüşiniň döwlet kadalaşdyrylyşy. I, II tomlar. Aşgabat, TDNG, 2010.
2. *Gurbanguly Berdimuhamedow*. Ösüşiň täze belentliklerine tarap. Saýlanan eserler. 1-nji tom. Aşgabat, 2008.
3. *Gurbanguly Berdimuhamedow*. Ösüşiň täze belentliklerine tarap. Saýlanan eserler. 2-nji tom. Aşgabat, 2009.
4. *Gurbanguly Berdimuhamedow*. «Türkmenistanda saglygy goraýşy ösdürmegiň ylmy esaslary». Aşgabat, «Ylym», 2007 ý., 95 sah.
5. «Türkmenistanyň Prezidenti Gurbanguly Mälikgulyýewiç Berdimuhamedow. Gysgaça terjimehal». Türkmenistanyň Ministrler Kabinetiniň ýanyndaky Baş arhiw müdirligi, Türkmenistanyň Prezidentiniň Arhiw gaznasy. Aşgabat, 2007, 126 sah.
6. *Gurbanguly Berdimuhamedow*. «Garaşsyzlyga guwanmak, Watany, halky söýmek bagtdyr». Aşgabat, «Ylym», 2007, 144 sah.
7. *Gurbanguly Berdimuhamedow*. Eserler ýygyndysy. Aşgabat, TDNG, 2007.
8. *Gurbanguly Berdimuhamedow*. «Türkmenistanyň ykdysady strategiýasy: halka daýanyp, halkyň hatyrasyna». «Mugallymlar gazetini», 12.05.2010 ý.
9. Türkmenistanyň Konstitusiýasy. Aşgabat, 2008.
10. «Türkmenistanyň durmuş-ykdysady ösüşiniň 2011-2030-njy ýyllar üçin» Milli maksatnamasy. Aşgabat, 2010.
11. «Türkmenistanyň Prezidentiniň obalaryň, şäherçeleriň, etrapdaky şäherleriň we etrap merkezleriniň ilatynyň durmuş-ýaşayş şertlerini özgertmek boýunça 2020-nji ýyla çenli döwür üçin

Milli maksatnamasy». «Türkmenistan» gazetiniň 2007-nji ýylyň 28-nji dekabry aýy.

12. Türkmenistanyň mejlisiniň maglumatlary, namalary. Aşgabat 1991-2009ý.

13. Türkmenistanyň ýyllyk hasabat neşiri. 2000-2009-njy ýyllar.

14. Türkmenistanyň Ýaşullarynyň Maslahatynyň resminamalarynyň ýygyndysy. 2010-njy ýylyň 14-nji maý aýy.

15. *Saparmyrat Türkmenbaşy*. Ruhnama. Aşgabat, TDNG, 2001, 408 s.

16. *Saparmyrat Türkmenbaşy*. Ruhnama. Ikinji kitap. Aşgabat, TDNG, 2004, 464 s.

17. «Kiçi we orta telekeçiligi döwlet tarapyndan goldamak hakynda» Türkmenistanyň Kanuny. «Türkmenistan» gazetiniň 22.08.2009 ý.

18. «Ozon gatlagyny goramak hakynda» Türkmenistanyň Kanuny. «Türkmenistan» gazetiniň 21.08.2009 ý.

19. «Radiasiýa howpsuzlygy hakynda» Türkmenistanyň Kanuny. «Türkmenistan» gazetiniň 22.08.2009 ý.

20. «Durmuş üpjünçiligi hakynda» Türkmenistanyň Bitewi kanuny. «Türkmenistan» gazetiniň 17.03.2007 ý.

21. «Türkmenistanyň halkara şertnamalary hakynda» Türkmenistanyň Kanuny. «Türkmenistan» gazetiniň 22.05.2010 ý.

22. «Syýahatçylyk hakynda» Türkmenistanyň Kanuny. «Türkmenistan» gazetiniň 21.05.2010 ý.

23. Türkmenistanyň Jenaýat Kodeksi. «Нейтральный Туркменистан» gazetiniň 20.05.2010 г.

24. *Ataýew Ç.A., Hojanazarowa S.K., Kadyrow K.H., Sarygulow D.G.* «Bazary öwrenmek». 1-nji kitap. Aşgabat, TDNG, 2001 ý.

25. *Rahmanow B., Berdigulyjow T., Kakalyýewa G., Şükürow A., Hojamgulyýewa B.* «Bazary öwrenmek». 2-nji kitap. Aşgabat, TDNG, 2001 ý.

26. *Паттен Д.* «Успешный маркетинг для малого бизнеса». М.: «Издательский торговый дом Гранд», 2003 г.

27. *Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Дж., Армстронг Г.* «Основы маркетинга». Москва, 2009 г.

28. *Витале Джо.* «Малый бизнес. Реклама». Довгань, «Издательский дом», 1998 г.

29. *Уткин Э. А., Кочеткова А. И., Юликов Л.И.* «Сборник ситуационных задач, деловых и психологических игр, тестов, контрольных заданий, вопросов для самопроверки по курсу Маркетинг». М., «Финансы и статистика», 1999 г.

30. «Современный маркетинг» Под. ред. Хруцкого В.Е. М., «Финансы и статистика», 1991 г.

31. *Велисава Т. Севрук.* «Банковский маркетинг». М., «Дело ЛТД», 1994 г.

32. *Кеннет Дж. Кук.* «Малый бизнес. Маркетинг». М., 1998 г.

33. *Уткин Э. А., Кочеткова А. И.* «Рекламное дело». М., 1999 г.

34. *Вербер Д.* «Сетевой маркетинг». М., 2000 г.

35. *Клофер П.* «Многоуровневый маркетинг» М., 2002 г.

36. *Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стенли Л. Брю.* «Экономикс». Таллин, 1993 г.

37. *Черняк В.З.* «Бизнес-планирование». М., 2002 г.

38. «Маркетинг». Журнал, 2007 г.

39. «Реклама. Теория и практика». Журнал, 2007 г.

40. «Логистика сегодня». Журнал, 2007 г.

41. «Нейтральный Туркменистан» gazetі, 2010-2011 ý.ý.

42. «Biznes-reklama» gazetі, 2010-2011 ý.ý.

43. *Babaýewa A., Bazarowa S.* «Ykdysadyýetimiziň kuwwaty artýar». «Mugallymlar gazetі», 09.06.2010 ý.

44. *Atabayew M., Baýramow B.* «Uzak möhletli maksatnama». «Mugallymlar gazetі», 07.06.2010 ý.

[www.turkmenbusiness.org](http://www.turkmenbusiness.org) – «Türkmenistan» işewürlik merkezi.

[www.turkmenistan.gov.tm](http://www.turkmenistan.gov.tm) – Türkmenistan altyn asyr saýty.

## MAZMUNY

Giriş .....	7
<b>I bap. Bazary derňemegiň ähmiýeti we mazmuny.</b>	
<b>Bazarlary ösdürmekde onuň tutýan orny .....</b>	<b>11</b>
<b>II bap. Marketing maglumatlar ulgamy</b>	
<b>we marketing derňewleri .....</b>	<b>27</b>
2.1. Marketing maglumatlar ulgamy .....	28
2.2. Marketing derňewleri .....	37
<b>III bap. Bazarda kärhanalaryň işine täsir edýän</b>	
<b>makroýagdaýlary derňemek .....</b>	<b>67</b>
3.1. Demografiki, ykdysady we tebigy ýagdaýlar .....	68
3.2. Tehnologiki, syýasy we medeni ýagdaýlar .....	71
<b>IV bap. Bazarda kärhanalaryň işine täsir</b>	
<b>edýän mikroýagdaýlary derňemek .....</b>	<b>77</b>
4.1. Kärhana, üpjün edijiler, bäsdeşler .....	77
4.2. Marketing dellallary, müşderiler	
we galtaşma toparlar .....	80
<b>V bap. Bazaryň islegini öwrenmek.</b>	
<b>Olaryň sygymyny derňemek .....</b>	<b>83</b>
5.1. Islegiň emele gelmegine täsir edýän ýagdaýlar .....	83
5.2. Bazaryň sygymyny derňemek .....	86
<b>VI bap. Bazar bölekleriniň derňewi .....</b>	<b>94</b>
6.1. Bazary böleklemegiň derejeleri .....	95
6.2. Bazary böleklemegiň peýdalylygy. Maksatly bazara	
baha bermek we marketing ugruny saýalamak .....	111

6.3. Harytlaryň bazarda ornuny tapdyrmak (pozisionirmek) . . . . .	119
<b>VII bap. Kärhanalarda strategiki meýilnamalaşdyrmagyň ähmiýetiniň we ulanylyşynyň derňewi . . . . .</b>	<b>127</b>
7.1. Strategiki meýilnamalaşdyrmak düşüňjesi . . . . .	127
7.2. Kärhanalarda ösüş strategiýalaryny işläp taýýarlamak . . . . .	132
7.3. Marketing gözegçiligi . . . . .	142
<b>VIII bap. Kärhanalarda göni we interaktiw marketingiň ulanylyşynyň derňewi . . . . .</b>	<b>146</b>
8.1. Göni marketing düşüňjesi, onuň ösüşi, artykmaçlyklary we görnüşleri. . . . .	146
8.2. Interaktiw marketing we elektron söwda . . . . .	167
8.3. Göni marketingde jemgyýetçilik pikiri we etiki meseleleri . . . . .	183
<b>IX bap. Kärhanalaryň arasynda bäsdeşlik strategiýalarynyň ulanylyşynyň derňewi . . . . .</b>	<b>186</b>
9.1. Kärhana bilen sarp edijileriň arasyndaky gatnaşyklaryň marketingi. . . . .	187
9.2. Marketingiň bäsdeşlik strategiýalary . . . . .	206
9.3. Bäsdeşleriň eýeleýän orunlary (pozisiýalary) . . . . .	216
<b>X bap. Kärhanalaryň halkara söwdany ulanylyşynyň derňewi . . . . .</b>	<b>232</b>
10.1. Halkara marketing gurşawy . . . . .	232
10.2. Halkara bazara çykmagyň maksadalaýyklygy . . . . .	241
10.3. Halkara bazara çykmagyň usullary . . . . .	243
<b>XI bap. Marketing bilen jemgyýetiň aragatnaşyklarynyň derňewi . . . . .</b>	<b>254</b>
11.1. Jemgyýet tarapyndan marketinge tankyt. . . . .	255
11.2. Marketingi kadalaşdyrmaga gönükdirilen hereketler . . . . .	268
11.3. Marketingde etika . . . . .	277

<b>XII bap. Marketingde hyzmatlaryň derňewi</b> .....	285
12.1. Hyzmatlaryň tebigaty we häsiýetnamasy .....	286
12.2. Hyzmatlar gurşawyny guramak üçin ulanylýan marketing strategiýalary .....	289
<b>XIII bap. Sarp ediş bazarlary we alyjylaryň özlerini alyp barşy</b> .....	298
13.1. Alyjylaryň özlerini alyp barşynyň nusgasy (modeli) .....	298
13.2. Harytlary satyn almak barada çözüň kabul edilende sarp edijileriň özlerini alyp barşy .....	325
13.3. Harytlary satyn almak barada çözüdi kabul etmek prosesi .....	330
<b>XIV bap. Bazary derňemek boýunça amaly sapaklaryň ýumuşlary</b> .....	342
Peýdalanylýan edebiýatlar .....	353

*Gülbahar Kakalyýewa*

## BAZARY DERÑEMEK

Ýokary okuw mekdepleri üçin okuw kitaby

Redaktor	<i>A. Aşyrowa</i>
Surat redaktory	<i>G. Orazmyradow</i>
Teh. redaktory	<i>O. Nurýagdyýewa</i>
Neşir üçin jogapkär	<i>M. Babayewa</i>

Çap etmäge rugsat edildi 27.09.2011.  
Möçberi 60x90<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Ofset kagyzy. Edebi garniturasy.  
Ofset çap ediliş usuly. Şertli çap listi 22,5. Şertli reňkli ottiski 25,75.  
Hasap-neşir listi 20,17. Çap listi 22,5. Sargyt № 337. Sany 500.

Türkmen döwlet neşirýat gullugy  
744004. Aşgabat, 1995-nji köçe. 20.

Türkmen döwlet neşirýat gullugynyň Daşoguz welaýat çaphanasy.  
Daşoguz ş., Gurbansoltan eje adyndaky köçe, 8.