

SPECIAL ISSUE

JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

VOLUME II | ISSUE 3 | MAY-JUNE | 2024

ISSN: 2181-4031



Available online at www.imfaktor.com

ISSN: 2181-4031
DOI Journal 10.56017/2181-4031

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

II-ЖИЛД, 3 СОН

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТОМ- II, НОМЕР 3

JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

VOLUME-II, ISSUE 3

ТОШКЕНТ – 2024

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

№ 3 (2024) DOI <http://dx.doi.org/10.56017/2181-4031-2024-3>

Бош муҳаррир:

Тураев Б.

– фалсафа фанлари доктори, профессор

Масъул муҳаррир:

Расулова Д.

– иқтисодиёт фанлари доктори, доцент

Таҳририят аъзолари:

1. Каримов Б. – тарих фанлари номзоди, доцент
2. Ходжаметова Гулчира Илишевна – тарих фанлари номзоди, профессор
3. Ҳайдаров Ўрал Ахмадович – иқтисодиёт ф.б.ф.д (PhD), доцент
4. Мусаев Джамалиддин Камалович – юридик ф.б.ф.д (PhD), доцент
5. Жамолдинов Хумоюн Бахтиёрбек ўғли – юридик ф.б.ф.д (PhD), доцент в.б
6. Узакова Зарина Фуркатовна – социология ф.б.ф.д (PhD), доцент
7. Мамадияров Дилшод Уралович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент
8. Тўраев Шавкат Нишонович – фалсафа фанлари номзоди, доцент
9. Бердиева Гулмира Аминовна – тарих фанлари номзоди
10. Гаипов Жасур Бахром ўғли – иқтисодиёт ф.б.ф.д (PhD)
11. Сохибова Лола Жонибоевна – фалсафа ф.б.ф.д (PhD)
12. Шарипов Дилшод Бахшиллоевич – сиёсатшунос, эксперт
13. Содиржонов Мухриддин
Махамадаминович – социология ф.б.ф.д (PhD)
14. Саттаров Дилшод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент
15. Турақулов Акмалжон Анварович – фалсафа ф.б.ф.д (PhD)
16. Каримов Бозарқул Худдайбердиевич – фалсафа фанлари номзоди

“Фундаментал тадқиқотлар” илмий-амалий журнали 2022 йил 22 декабрь куни № 054837-сонли гувоҳнома билан оммавий ахборот воситаси сифатида давлат рўйхатидан ўтказилган.

Мазкур журнал 6 та халқаро маълумотлар базаларида индексланган бўлиб, жорий йил учун UIF 2023 = 7.5 “импакт-фактор” кўрсаткичига эга.

Ўзбекистон Республикаси Олий таълим, фан ва инновациялар вазирлиги ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясининг 2023 йил 24 июлдаги 01-02/1199-сонли хатига мувофиқ ушбу журналда чоп этилган мақолалар хорижий мақолалар сифатида тан олинади.

Саҳифаловчи\Page Maker\Верстка: Абдураҳмон Хасанов

Таҳририят манзили: Тошкент шаҳар, Учтепа тумани, “Ватан” МФЙ, Чилонзор 24-мавзеси, 2/27-уй. Почта индекси 100152. Веб-сайт: www.imfaktor.uz/com

Телефон номер: +99894-410 11 55, **E-mail:** tahririyat@imfaktor.uz

© “ИМФАКТОР Pages” илмий нашриёти, 2024 йил.

© Муаллифлар жамоаси, 2024 йил.

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

QOSIMOV Farrux Farhodovich

*O'zbekiston respublikasi bank-moliya akademiyasi
Biznesni boshqarish (Master of Business Administration-MBA)*

*General mutaxassisligi kunduzgi ta'lim shakli
magistratura tinglovchisi*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11217754>

MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA TIKUV-TRIKOTAJ MAHSULOTLARIGA TALABNI SHAKLLANTIRISH

ANNOTATSIYA

Maqolada marketing strategiyalari asosida tikuv-trikotaj mahsulotlariga talabni shakllantirishning o'ziga xos xususiyatlari haqida fiklar qalamga olingan. Bundan tashqari, marketing strategiyalari asosida tikuv-trikotaj mahsulotlariga talabni shakllantirishning o'ziga xos xususiyatlari haqida fiklar yuritilibgina qolmay, tikuv-trikotaj mahsulotlari haqida to'liq va yetarlicha ma'lumotlar berib o'tishga harakat qilingan. Shiddat bilan rivojlanib borayotgan hozirgi zamonda, jahon standarti talablariga javob beruvchi, eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarish, yuqori texnologiyaga asoslangan ishlab chiqarishni tashkil etish, yengil sanoat korxonalarining infratuzilmasini rivojlantirish va innovatsion texnologiyalar haqida ham ma'lumotlar berib o'tilgan.

Kalit so'zlar: marketing, strategiya, tikuv-trikotaj, mahsulotlar, talab, marketing strategiyalar, tikuv-trikotaj mahsulotlar, eksportbop mahsulotlar, ishlab chiqarish, yuqori texnologiya, yengil sanoat, infratuzilma, innovatsion texnologiyalar.

ШИТЬЕ-ВЯЗАНИЕ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА НА СВОЮ ПРОДУКЦИЮ

АННОТАЦИЯ

В статье изложены идеи об особенностях формирования спроса на швейно-трикотажную продукцию на основе маркетинговых стратегий. Кроме того, на основе маркетинговых стратегий были не только сделаны соображения об особенностях формирования спроса на швейно-трикотажную продукцию, но и предпринята попытка дать полную и достаточную информацию о швейно-трикотажной продукции. В бурно развивающемся современном мире также представлена информация о производстве экспортной продукции, отвечающей требованиям мирового стандарта, организации высокотехнологичного производства, развитию инфраструктуры предприятий легкой промышленности и инновационных технологий.

Ключевые слова: маркетинг, стратегия, швейно-трикотажная, продукция, спрос, маркетинговые стратегии, швейно-трикотажная продукция, экспортная продукция, производство, высокие технологии, легкая промышленность, инфраструктура, инновационные технологии.

SEWING-KNITTING BASED ON MARKETING STRATEGIES FORMATION OF DEMAND FOR THEIR PRODUCTS

ANNOTATION

The article presents ideas about the peculiarities of the formation of demand for sewing and knitting products based on marketing strategies. In addition, based on marketing strategies, not only considerations were made about the specifics of the formation of demand for sewing and knitting products, but also an attempt was made to provide complete and sufficient information about sewing and knitting products. In the rapidly developing modern world, information is also provided on the production of export products that meet the requirements of the world standard, the organization of high-tech production, the development of infrastructure for light industry enterprises and innovative technologies.

Keywords: marketing, strategy, sewing and knitting products, demand, marketing strategies, sewing and knitting products, export products, production, high technologies, light industry, infrastructure, innovative technologies.

Kirish.

O‘zbekistonda jahon standarti talablariga javob beruvchi va eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni ta‘minlovchi yuqori texnologiyaga asoslangan ishlab chiqarishni tashkil etish, yengil sanoat korxonalarining infratuzilmasini rivojlantirish va innovatsion texnologiyalarni joriy etish hisobiga jahon bozorida raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish ko‘lamini kengaytirishning asosiy strategiyasi sifatida ishlab chiqarishning klaster usulidan foydalanishga qaratilgan yangi yo‘nalish joriy etilmoqda.

Yengil sanoat mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlanishiga katta hissa qo‘shib kelayotgan tarmoqlardan biridir. Ushbu sanoat tarmog‘ini yanada rivojlantirishning imkoniyatlari kengligini e‘tiborga olib, tarmoqning samaradorligini yanada oshirish, xalqaro bozorlarga mos raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish va sanoat brendini butun dunyoga tanitish dolzarb masalalardan hisoblanadi.

Raqobatbardoshlik korxonaning barcha turdagi resurslardan foydalanish samaradorligini aks ettiradi. Korxonaning raqobatbardoshligi mutlaq o‘lchovga ega emas, u ayrim faoliyatining individual yoki bir necha parametrlari bilan belgilanadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.

Adabiyot manbalarini tahlil qilish shuni ko‘rsatdiki, ilmiy qarashlarga qarab, mualliflar korxonalarining raqobatbardoshligiga ta‘sir etuvchi omillar majmuini turli yo‘llar bilan asoslab berishadi. Raqobatbardoshlik omillari deganda korxonaning ishlab chiqarish-xo‘jalik faoliyati va jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy hayotining mutlaq yoki nisbiy o‘zgarishiga olib keladigan hodisalar yoki jarayonlar tushuniladi [1, B.96].

Raqobatbardoshlik tushunchasining iqtisodiy mohiyatini ochib berish uchun uning ta‘rifini tahlil qilish kerak.

I.V. Sergeev [2, B.25] “Korxonaning raqobatbardoshligi deganda korxonaning moliyaviy, ishlab chiqarish va mehnat salohiyatidan samarali foydalanish qobiliyati orqali raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati tushuniladi”.

M.X. Mescon [3, B.199] “Korxonaning raqobatbardoshligi - bu ma‘lum bir firma rivojlanishining, uning tovarlari odamlarning ehtiyojlari va ehtiyojlarini qondirish darajasidagi farqlarni ifodalovchi nisbiy xususiyat, ishlab chiqarish faoliyatining samaradorligi, korxonaning raqobatbardoshligi bozor raqobati sharoitiga moslashish imkoniyatlari va dinamikasini tavsiflaydi”.

O. Samodurov [4, B.18] “Korxonaning raqobatbardoshligi - bu korxonaning o‘z mahsulotlarini bozorda moliyaviy - iqtisodiy majburiyatlarini, shuningdek, miqdoriy va sifat o‘shirishini to‘liq ta‘minlaydigan narxda ishlab chiqish, ishlab chiqarish va sotish qobiliyati, uning salohiyati to‘g‘risida”.

T. Kono: “Korxonaning raqobatbardoshligi quyidagi xususiyatlarning kombinatsiyasidan iborat:

- korxonaga egallagan bozor ulushi;
- korxonaning ishlab chiqarish, sotish va rivojlantirish qobiliyati;
- yuqori qobiliyat maqsadni amalga oshirish bilan yetakchilik aloqasi” [5, B.23].

Mamlakatimizdagi tadqiqotchilardan G.A.Bekmurodova raqobatbardoshligini baholashni BSC tizimi asosida raqobatbardoshlik o‘shirishining tashqi imkoniyatini tavsiflaydigan ko‘rsatkichlarga va bankning ichki salohiyatida qo‘llaniladigan ko‘rsatkichlarga bo‘lib tadqiq etgan [5].

M.R.Boltaboyev to‘qimachilik sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini baholashda samarali raqobat nazariyasiga asoslangan marketing strategiyasidan foydalangan, unga ko‘ra ushbu usul ekspertlarning bosqichma-bosqich taqqoslash usuli yordamida aniqlangan raqobatbardoshlikning to‘rt guruh ko‘rsatkichlari yoki mezonlari ishlab chiqarish faoliyatini belgilovchi samaradorlik, korxonaning moliyaviy ahvolini belgilovchi samaradorlik, tovarni sotish va bozorda ilgari surishni tashkil qilish samaradorligi hamda tovarning raqobatbardoshligiga asoslanadi [6].

I.B.Sharipov va Z.A.Xakimovlar korxonaning operatsion samaradorligiga, innovatsion faoliyatiga, bozor ulushining integral ko‘rsatkichlariga tayangan holda baholashgan [7].

N.G.Akbarov paxta tozalash sanoati korxonalarini taqqosiy reyting usuli asosida paxta tolasining raqobatbardoshligi, bozor ulushi, ichki resurslardan foydalanish darajasi bo‘yicha baholash tadqiqotini olib borgan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Raqobatbardoshlikni baholash yordamida korxonada yo‘l qo‘yilayotgan kamchilik yoki muammoga aniq tashxis qo‘yiladi. Muammoni yechish bo‘yicha yo‘nalishlar izlanadi, joriy davrda imkoniyati mavjud bo‘lmasa, strategik rejalar tarkibiga kiritiladi. Raqobatbardoshlikni baholash uslubidan foydalanish uchun korxonaning sotish, marketing, buxgalteriya, rejalashtirish bo‘limlari, ombori, ishlab chiqarish sexlari faoliyati yaqindan o‘rganildi va ma‘lumotlar bazasi yig‘ildi. To‘plangan ma‘lumotlar asosida iqtisodiy tahlilning qiyoslash, tizimli yondashuv, mantiqiy yondashuv kabi usullardan samarali foydalanildi.

Tahlil va natijalar.

Yengil sanoat korxonalarini raqobatbardoshligini boshqarish tizimini ishlab chiqishda mahsulotlarning sifati va narxiga katta e‘tibor qaratish zarur. Bunda mahsulotning sifat ko‘rsatkichlariga, ya‘ni foydalanishdagi imkoniyatlariga, estetik ko‘rinishiga, xizmat muddatiga, mato xususiyatini tez o‘zgartirmasligi kabilarga e‘tibor berish zarur.

Yengil sanoat korxonalarini raqobatbardoshligini boshqarish tizimini ishlab chiqishda korxonalarining umumiy salohiyatidan kelib chiqish zarur. Bunda ishlab chiqarish quvvati, jihozlarning texnik darajasi, ishchi-xodimlar malakasi, korxonaning moliyaviy holati, ishlab chiqarish jarayonlarini shakllari va usullariga e‘tibor qaratish kerak. Korxonaning raqobatbardoshligini boshqarish barcha bo‘g‘inlardagi boshqaruv jarayonlarini o‘z ichiga oladi, jumladan, mahsulot va mehnat sifatini boshqarish, mahsulotni ishlab chiqarish va sotishni boshqarish, narxni boshqarish, xodimlarni boshqarish va boshqalar.

Sanoat korxonalarining bir-biridan raqobat ustunligi bir qator omillar yordamida shakllanishi mumkin. Bularga, nomoddiy yoki moddiy resurs, xom-ashyo, innovatsiya, xarajatlar, ishchi kuchi, texnika-texnologiya, sifat, narx, rentabellik kabilarda ta‘sir ko‘rsatishi mumkin. Korxonalarining raqobatbardoshligini ta‘minlash uchun oqilona boshqaruv qarorini qabul qilish, avvalgi tajriba va taxlillarga tayanish xar doim ham samarali bo‘lmasligi mumkin. Shuning uchun shunday bir mexanizm ishlab chiqish kerakki, u korxonaning raqobatbardoshligini ta‘minlashga katta xizmat qilsin.

Korxonaning raqobatbardoshligini boshqarish tizimi - bu “ichki va tashqi manfaatlar nuqtai-nazaridan kuchli raqobat muhitida xavf soluvchi tahdidlarga munosib javob berish imkoniyati”ni bera oladigan mexanizmdir.

Korxonaning raqobatbardoshligini boshqarish tizimi bozordagi raqib mahsulotlarga nisbatan ustunlik tomonlarini kengaytirish, farqli ijobiy xususiyatlarini oshirish imkoniyatini beradi. Korxonaning raqobatbardoshligini oshirish uchun nafaqat eng muhim ko'rsatkichlar va omillarni aniqlash, balki ushbu parametrlarni muntazam ravishda tahlil qilish kerak.

Tahlilning asosiy vazifasi bo'lib o'rganilayotgan obyektning raqobatbardoshlik darajasi tarkibidagi korxonalarining mutanosibligini aniqlash, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sifatini yaxshilash bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirish hisoblanadi. Tahlillar yordamida aniqlangan ma'lumotlarni umumlashtirgan holda yoki mahsulotga ko'ra, ekspert baholash, kombinatsion kabi usullar yordamida korxonalarining raqobatbardoshlik darajasi aniqlanadi.

Korxonalarining raqobatbardoshlik darajasiga qarab unga mos marketing strategiya ishlab chiqish yoki takomillashtirish zarur. Yengil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini boshqarish jarayonida korxonaning bozordagi haqiqiy darajasini baholash, korxonaning raqobatbardoshligini oshirish vositalarini aniqlash va marketing strategiya ishlab chiqish juda muhim bosqichlar hisoblanadi.

Korxonalarining rivojlanish strategiyasini ishlab chiqishda, zamonaviy iqtisodiy sharoitlarda bozorning talablari, ya'ni iste'molchilarning mahsulotga bo'lgan o'ziga xos alohida talablari rivojlanayotganligini inobatga olish juda muhimdir.

Xulosa va takliflar

Korxonaning raqobatbardoshligini oshirish borasida marketing strategiyalarni ishlab chiqish maqsadida quyidagi tadbirlarni o'tkazishni tavsiya etamiz:

- korxonaning mahsulotlarining aksariyat qismi eksportga yo'naltirilganligini e'tiborga olgan holda, eksport bo'limi mutaxassislarida marketing xizmatlari ko'nikmalarini rivojlantirish;

- bugungi kunda reklama faoliyatini takomillashtirish imkoniyatlari ko'pligini e'tiborga olib ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish, korxonaning internetdagi sayti ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar reklamasi, mahsulotlar tavsifi, sifat darajasi, ISO standartlari asosida mahsulot ishlab chiqarilayotganligi kabi ma'lumotlar bazasi bilan ta'minlash;

- korxonani rivojlantirish bo'yicha har bir bo'lim va sexlarning strategik rejalarini ishlab chiqish;

- raqobatbardoshlikni ta'minlash maqsadida ishchi - xodimlar lavozim yo'riqnomalari tarkibini qayta ko'rib chiqish va mahsulot sifat darajasini oshirish bo'yicha talablar kiritish;

- buyurtmaga ko'ra mahsulot tayyorlanayotganda ipning turiga mos paxta sortidan foydalanish, qoldiqlardan foydalanmaslik, boshqa sort paxtalarni aralashtirmaslik kabi korxonaning imijiga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi omillarni oldini olish bo'yicha ishchi-xodimlar mas'uliyatini oshirish;

- sohaga berilayotgan imtiyozlardan samarali foydalangan holda, to'qimachilik sohasida eng ilg'or davlatlardan zamonaviy stanoklar olib kelish va mahsulotlarini ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish zarur.

REFERENCES. ИҚИБОСЛАР. СНОСКИ.

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoevning 2016 yil 21 dekabrda “2017-2019 yillarda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari dasturi to‘g‘risida”gi PQ-2687-sonli qarori.
2. Воронов Д.С. Динамический подход к оценке конкурентоспособности предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. 2014, №5. 92-102 б.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации. Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2000. 412 б.
4. Данилюк Н.В. Обеспечение конкурентоспособности организаций сферы услуг на основе методов управления качеством: дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05. - СПб., 2011. – 153 б.
5. Максимова И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. – 1996, №3. 33-39 б.
6. Bekmurodova G.A. Tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirishning innovatsion marketing kontseptsiyasini takomillashtirish. Dissertatsiya. – T: TDIU, 2017. 49 b.
7. Boltabaev M.R. “To‘qimachilik sanoati korxonalarining raqobatdoshligini baholash uslubini takomillashtirish”. T:“Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. 2011, №1. 1-2 b.

ISSN: 2181-4031
DOI Journal 10.56017/2181-4031

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

II-ЖИЛД, 3 СОН

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТОМ-II, НОМЕР 3

JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

VOLUME-II, ISSUE 3

«Фундаментал тадқиқотлар» электрон журнали 2022 йил 22 декабрь куни № 054837-сонли гувоҳнома билан оммавий ахборот воситаси сифатида давлат рўйхатидан ўтказилган.

Муассис: «IMFAKTOR Pages» масъулияти чекланган жамияти.

Таҳририят манзили: 100152, Тошкент шаҳри, Учтепа тумани, “Ватан” МФЙ, Чилонзор 24-мавзеси, 2-уй.

Телефон номер: +99894-410 11 55

Эл. почта: tahririyat@imfaktor.uz

Веб-сайт: www.imfaktor.uz