

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14601777>

TO‘QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT KORXONALARIDA MARKETING STRATEGIYALARI

Abdurazzak Abdusattarovich Abdujabbarov

Standartlar instituti, ilmiy izlanuvchi

abduimom77@gmail.com

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada jahon bozorida raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish ko‘lami kengaytirishda to‘qimachilik va yengil sanoat korxonalarida marketing strategiyalarini ishlab chiqishning o‘ziga xos xususiyatlari bayon etilgan.

Kalit so‘zlar: *raqobatbardosh mahsulot, ishlab chiqarish, to‘qimachilik va yengil sanoat, korxonalar, marketing, strategiya.*

ABSTRACT

This article describes the features of developing a marketing strategy at textile and light industry enterprises to expand the scale of production of competitive products on the world market.

Key words: *competitive product, production, textile and light industry, enterprise, marketing, strategy.*

KIRISH(BВЕДЕНИЕ/INTRODUCTION).

To‘qimachilik va yengil sanoat tarmog‘i so‘nggi yillarda mamlakatimizning barcha hududlarida keng tarqalgan va aholi eng ko‘p ish bilan band qilingan salohiyatli sanoat tarmoqlaridan biri sanaladi. Jumladan, bugungi kunda 6 mingdan ziyod to‘qimachilik va yengil sanoat korxonalarida 570 ming kishi ish bilan ta‘minlangan.

Ushbu sohaning mamlakatimiz iqtisodiyoti va tadbirkorlik muhitida tutgan yuqori o'rnini sabab "O'zbekiston - 2030" strategiyasi doirasida ham to'qimachilik va yengil sanoat tarmog'ini rivojlantirishga qaratilgan bir qator vazifalar belgilab olingan. Xususan, Strategiyaning 48-maqsadida sanoatning "drayver" sohalarini rivojlantirish va hududlarning salohiyatini to'liq ishga solish maqsad qilingan.

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.

To'qimachilik va yengil sanoatlari mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishga katta hissa qo'shib kelayotgan tarmoqlardan hisoblanadi.. Ushbu sanoat tarmoqlarini yanada rivojlantirishning imkoniyatlari kengligini e'tiborga olib, tarmoqning samaradorligini yanada oshirish, xalqaro bozorlarga mos raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish va tayyor sanoat mahsulotlarining brendini butun dunyoga tanitish dolzarb masalalardan biridir.

To'qimachilik va yengil sohasi taraqqiyoti nafaqat mamlakat iqtisodiyoti yuksalishiga hamda daromadi yuqori bo'lgan yangi ish o'rinlari yaratilishiga, shu bilan birga, qishloq xo'jaligi, mineral o'g'itlar kabi yana bir qator tarmoqlar rivojiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Raqobatbardoshlik to'qimachilik va yengil sanoat korxonalarining barcha turdagi resurslardan foydalanish samaradorligini aks ettiradi. to'qimachilik va yengil sanoat korxonalarining raqobatbardoshligi mutlaq o'lchovga ega emas, u ayrim faoliyatining individual yoki bir necha parametrlari bilan belgilanadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA(ЛИТЕРАТУРА И МЕТОДОЛОГИЯ/METHODS). Adabiyotlar tahlili 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].

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

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

M.X. Mescon [3]: "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]: "Korxonaning raqobatbardoshligi - bu korxonaning o‘z mahsulotlarini bozorda moliyaviy -iqtisodiy majburiyatlarini, shuningdek, miqdoriy va sifat o‘shishini to‘liq ta‘minlaydigan narxda ishlab chiqish, ishlab chiqarish va sotish qobiliyati. uning salohiyati to‘g‘risida".

T.Kono: "Korxonaning raqobatbardoshligi quyidagi xususiyatlarning kombi-natsiyasidan iborat: korxonaga egallagan bozor ulushi; korxonaning ishlab chiqarish, sotish va rivojlantirish qobiliyati; yuqori qobiliyat maqsadni amalga oshirish bilan yetakchilik aloqasi "[5].

Mamlakatimizdagi tadqiqotchilardan G.A.Bekmurodova raqobatbardosh-ligini baholashni BSC tizimi asosida raqobatbardoshlik o‘shishining tashqi imkoniyatini tavsiflaydigan ko‘rsatkichlarga va bankning ichki salohiyatida qo‘llaniladigan ko‘rsatkichlarga bo‘lib tadqiq etgan.

M.R.Boltaboev to‘qimachilik va yengil sanoati korxonalarining raqobatbar-doshligini baholashda samarali raqobat nazariyasiga asoslangan marketing strategiyasidan foydalangan, unga ko‘ra ushbu usul ekspertlarning bosqichma-bosqich

taqqoslash usuli yordamida aniqlangan raqobatdoshlikning to‘rt guruh ko‘rsatkichlari yoki mezonlari ishlab chiqarish faoliyatini belgilovchi samara-dorlik, korxonaning moliyaviy ahvolini belgilovchi samaradorlik, tovarni sotish va bozorda ilgari surishni tashkil qilish samaradorligi hamda tovarning raqobatdoshligiga asoslanadi.

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

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 uslublardan samarali foydalanildi.

NATIJALAR(PEZYJIBTATY/RESULTS). To‘qimachilik va yengil sanoat korxonalarining 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‘zgartirmasligiga kabilarga e‘tibor berish zarur.

To‘qimachilik va yengil sanoat korxonalarining 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, harajatlar, ishchi kuchi, texnika-texnologiya, sifat, narx, rentabellik kabilar ta'sir ko'rsatishi mumkin. Korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlash uchun oqilona boshqaruv qarorini qabul qilish, avvalgi tajriba va tahlillarga tayanish har doim ham samarali bo'lmasligi mumkin. Shuning uchun shunday bir mexanizm ishlab chiqish kerakki, u to'qimachilik va yengil sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlashga katta xizmat qilsin.

MUHOAKAMA(ОБСУЖДЕНИЕ/DISCUSSION). Korxonaning raqobatbardoshligini boshqarish tizimi - bu "ichki va tashqi manfaatlar nuqtai-nazaridan kuchli raqobat muhitida xavf soluvchi tahdidlarga munosib javob berish imko-niyati"ni bera oladigan mexanizmdir[9].

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 ob'ektning raqobatbardoshlik darajasi tarkibidagi korxonalarining mutanosibligini aniqlash, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sifatini yaxshilash bo'yicha choratadbirlarni 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. To'qimachilik va yengil sanoat korxonalarining 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(ЗАКЛЮЧЕНИЕ/CONCLUSION).

To'qimachilik va yengil sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish borasida marketing strategiyalarni ishlab chiqish maqsadida quyidagi tadbirlarni o'tkazishni tavsiya etamiz:

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

2) bugungi kunda reklama faoliyatini takomillashtirish imkoniyatlari ko'pligini e'tiborga olib ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish, to'qimachilik va yengil sanoat korxonalarining internetdagi saytni ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar reklamasi, mahsulotlar tavsifi, sifat darajasi, ISO standartlari asosida mahsulot ishlab chiqarilayotganligi kabi ma'lumotlar bazasi bilan ta'minlash;

3) to'qimachilik va yengil sanoat korxonalarini rivojlantirish bo'yicha har bir bo'lim va sexlarning strategik rejalarini ishlab chiqish;

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

5) buyurtmaga ko'ra mahsulot tayyorlanayotganda ipning turiga mos paxta navidan foydalanish, qoldiqlardan foydalanmaslik, boshqa nav paxtalarni aralash-tirmaslik kabi korxonalar imijiga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi omillarni oldini olish bo'yicha ishchi-xodimlar mas'uliyatini oshirish;

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

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI (REFERENCES):

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoevning “2017-2019 yillarda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari dasturi to‘g‘risida” 2016-yil 21-dekabrda PQ-2687-son qarori.
2. Voronov D.S. Dinamicheskiy podxod k otsenke konkurentosposobnosti predpriyatiy // Marketing v Rossii i za rubejom. 2014, №5. 92-102 b.
3. Tompson A.A., Striklend A.Dj. Strategicheskiy menedjment: kontseptsii i situatsii. Uchebnik dlya vuzov. – M.:INFRA-M, 2000. 412 b.
4. Danilyuk N.V. Obespecheniye konkurentosposobnosti organizatsiy sferы uslug na osnove metodov upravleniya kachestvom: dis. kand. ekon. nauk: 08.00.05. - SPb., 2011. – 153 b.
5. Maksimova I.V. Otsenka konkurentosposobnosti promыshlennogo predpriyatiya // Marketing. – 1996, №3. 33-39 b.6. Bekmurodova G.A. Tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirishning innovatsion marketing kontseptsiyasini takomillashtirish. Dissertatsiya. – T:,TDIU, 2017. 49 b.