

YENGIL SANOAT KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHDA MARKETING STRATEGIYALARI

Shohista Davronovna Haydarova

TerDU magistranti

E mail: shdaydarova90@mail.ru

ANNOTATSIYA

Maqolada jahon bozorida raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish kengaytirishda yengil sanoat korxonalarida marketing strategiyalarini ishlab chiqishning xos xususiyatlari haqida fiklar qalamga olingan.

Kalit so'zlar: raqobatbardosh mahsulot, ishlab chiqarish, yengil sanoat, korxonalar, marketing, strategiya.

ABSTRACT

The article discusses the peculiarities of the development of marketing strategies in light industry enterprises in the expansion of production of competitive products in the global market.

Keywords: competitive product, manufacturing, light industry, enterprise, marketing, strategy.

KIRISH

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

Engil sanoat mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlanishiga katta hissa kelayotgan tarmoqlardan biridir. Ushbu sanoat yanada rivojlantirishning imkoniyatlari kengligini 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 ega emas, u ayrim faoliyatining individual yoki bir necha parametrlari bilan belgilanadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Adabiyot manbalarini tahlil qilish shuni, ilmiy qarashlarga qarab, mualliflar korxonalarining raqobatbardoshligiga etuvchi omillar majmuini turli bilan asoslab berishadi. Raqobatbardoshlik omillari deganda korxonaning ishlab chiqarish-faoliyati va jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy hayotining mutlaq yoki nisbiy olib keladigan hodisalar yoki jarayonlar tushuniladi. [1, 96].

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

I.V. Sergeev [2, 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, 199]: "Korxonaning raqobatbardoshligi - bu 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, 18]: "Korxonaning raqobatbardoshligi - bu korxonaning mahsulotlarini bozorda moliyaviy -iqtisodiy majburiyatlarini, shuningdek, miqdoriy va sifat narxda ishlab chiqish, ishlab chiqarish va sotish qobiliyati. uning salohiyati "

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 etakchilik aloqasi

Mamlakatimizdagi tadqiqotchilardan G.A.Bekmurodova raqobatbardoshligini baholashni BSC tizimi asosida raqobatbardoshlik tashqi imkoniyatini tavsiflaydigan va bankning ichki salohiyatida tadqiq etgan [5].

M.R.Boltaboev sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini baholashda samarali raqobat nazariyasiga asoslangan marketing strategiyasidan foydalangan, unga ushbu usul ekspertlarning bosqichma-bosqich taqqoslash

usuli yordamida aniqlangan raqobatdoshlikning guruh yoki mezonlari ishlab chiqarish faoliyatini belgilovchi samaradorlik, korxonaning moliyaviy ahvolini belgilovchi samaradorlik, tovarni sotish va bozorda ilgari surishni tashkil qilish samaradorligi hamda tovarning raqobatdoshligiga asoslanadi [6]. I.B.SHaripov va Z.A.Xakimovlar korxonaning operatsion samaradorligiga, innovatsion faoliyatiga, bozor ulushining integral tayangan holda baholashgan [7]. N.G.Akbarov paxta tozalash sanoati korxonalarini taqqosiy reyting usuli asosida paxta tolasining raqobatbardoshligi, bozor ulushi, ichki resurslardan foydalanish darajasi baholash tadqiqotini olib borgan [8].

Tadqiqot metodologiyasi. Raqobatbardoshlikni baholash yordamida korxonada kamchilik yoki muammoga aniq tashxis. Muammoni yechish izlanadi, joriy davrda imkoniyati mavjud, strategik rejalar tarkibiga kiritiladi. Raqobatbardoshlikni baholash uslubidan foydalanish uchun korxonaning sotish, marketing, buxgalteriya, rejalashtirish, ombori, ishlab chiqarish tseklari faoliyati yaqindan va bazasi asosida iqtisodiy tahlilning qiyoslash, tizimli yondashuv, mantiqiy yondashuv kabi uslublardan samarali foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Engil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini boshqarish tizimini ishlab chiqishda mahsulotlarning sifati va narxiga katta qaratish zarur. Bunda mahsulotning sifat, foydalanishdagi imkoniyatlariga, estetik, xizmat muddatiga, mato xususiyatini tez kabilarga berish zarur.

Engil sanoat korxonalari 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 qaratish kerak. Korxonaning raqobatbardoshligini boshqarish barcha boshqaruv jarayonlarini 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 kabilar mumkin. Korxonalarining raqobatbardoshligini uchun oqilona boshqaruv qarorini qabul qilish, avvalgi tajriba va taxlillarga tayanish xar doim xam samarali mumkin. SHuning uchun shunday bir mexanizm ishlab chiqish kerakki, u korxonaning raqobatbardoshligini 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[9. 32 b]. Korxonaning raqobatbardoshligini boshqarish tizimi bozordagi raqib mahsulotlarga nisbatan ustunlik tomonlarini kengaytirish, farqli ijobiy xususiyatlarini oshirish imkoniyatini beradi. Korxonaning raqobatbardoshligini oshirish uchun nafaqat eng muhim satkichlar va omillarni aniqlash, balki ushbu parametrlarni muntazam ravishda tahlil qilish kerak. Tahlilning asosiy vazifasi

raqobatbardoshlik darajasi tarkibidagi korxonalarining mutanosibligini aniqlash, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sifatini yaxshilash chora-tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirish hisoblanadi. Tahlillar yordamida aniqlangan umumlashtirgan holda yoki mahsulotga , 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 korxonalarini 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, mahsulotga xos alohida talablari rivojlanayotganligini inobatga olish juda muhimdir.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish borasida marketing strategiyalarini ishlab chiqish maqsadida quyidagi tadbirlarni tavsiya etamiz:

korxonalar mahsulotlarining aksariyat qismi eksportga olgan holda, eksport mutaxassislarida marketing xizmatlari malarini rivojlantirish;

bugungi kunda reklama faoliyatini takomillashtirish imkoniyatlari

olib ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish, korxonaning internetdagi saytini ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar reklamasi, mahsulotlar tavsifi, sifat darajasi, ISO standartlari asosida mahsulot ishlab chiqarilayotganligi kabi bazasi bilan ;

korxonani rivojlantirish har bir va tsexlarning strategik rejalarini ishlab chiqish;

raqobatbardoshlikni maqsadida ishchi - xodimlar lavozim tarkibini qayta chiqish va mahsulot sifat darajasini oshirish talablar kiritish;

buyurtmaga mahsulot tayyorlanayotganda ipning turiga mos paxta sortidan foydalanish, qoldiqlardan foydalanmaslik, boshqa sort paxtalarni aralashtirmaslik kabi korxonaga imijiga salbiy omillarni oldini olish ishchi-xodimlar oshirish;

sohaga berilayotgan imtiyozlardan samarali foydalangan holda, sohasida eng davlatlardan zamonaviy stanoklar olib kelish va mahsulotlarini ishlab chiqarishni zarur.

REFERENCES

1. Respublikasi Prezidenti SH.Mirziyoevning 2016 yil 21 dekabrda -2019 yillarda va tikuv-trikotaj sanoatini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari dasturi gi PQ-2687-sonli qarori.

2.

-1

3.

-

08.00.05. -

5.

33-39 .

6. Bekmurodova G.A. Tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirishning innovatsion marketing kontseptsiyasini takomillashtirish. Dissertatsiya. T.;TDIU, 2017. 49 b.

7. Boltabaev M.R sanoati korxonalarining raqobatdoshligini baholash uslubini takomillashtirish T Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy elektron jurnali -2 b.
8. SHaripov I.B., Xakimov Z.A. Yengil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini baholash uslublarini takomillashtirish. T Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy elektron jurnali. b.
- 9.

- - -