

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ
УНИВЕРСИТЕТИ**



**ХАЛҚАРО ТУРИЗМ ФАКУЛЬТЕТИ
МАРКЕТИНГ КАФЕДРАСИ**

**МИЛЛИЙ ТОВАРЛАР РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ
ОШИРИШДА ЗАМОНАВИЙ МАРКЕТИНГ
КОНЦЕПЦИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ**

**мавзусидаги
республика илмий-амалий анжумани**

**ИЛМИЙ МАҚОЛА ВА
ТЕЗИСЛАРИ ТЎПЛАМИ**

Тошкент шаҳри, 2018 йил 27 ноябрь

Миллий товарлар рақобатбардошлигини оширишда замонавий маркетинг концепцияларидан фойдаланиш. Республика илмий-амалий анжумани илмий мақола ва тезислари тўплами (2018 йил, 27 ноябрь). –Т.: Фан ва технологиялар, 2018 й. – 498 б.

Ушбу Республика илмий-амалий анжуманининг илмий мақола ва маъруза тезислари тўпламида, Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида белгилаб берилган вазифаларни самарали амалга ошириш йўллари, замонавий маркетинг концепцияларидан фойдаланишнинг назарий, услубий ва амалий масалалари, миллий товарлар рақобатбардошлигини оширишда маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш йўллари, миллий товарлар рақобатбардошлигини ошириш бўйича маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, ички ва ташқи бозорларда товарлар рақобатбардошлигини оширишда инновацион маркетинг стратегияларидан фойдаланиш бўйича илмий, услубий ва амалий тавсиялар ишлаб чиқилган.

Мазкур илмий мақола ва маъруза тезислари тўплами маркетинг йўналишида илмий изланиш олиб бораётган таянч докторантлар, докторантлар, мустақил изланувчилар ва профессор - ўқитувчилар, шунингдек, магистрантлар, талабалар ҳамда турли мулкчилик шаклидаги корхона ва ташкилотларнинг етакчи мутахассисларига мўлжалланган.

Ушбу анжуман 2017-2018 йилларга мўлжалланган ОТ-А2-050-рақамли “Енгил саноат корхоналарининг маркетинг фаолиятида мотивация усулларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш” мавзусидаги амалий лойиҳа доирасида бажарилган.

Маъсул муҳаррир: и.ф.д., проф. Б.Ю. Ходиев

Таҳрир хайъати:

и.ф.ф.д., Ғ.Э. Заҳидов,
и.ф.д., доц. Ш.И. Мустафакулов,
и.ф.д., проф. Г.Н. Ахунова,
и.ф.д., проф. М.С. Қосимова,
и.ф.д., доц. О.Ҳ. Ҳамидов,
и.ф.д., доц. Б.Ю. Мақсудов,
и.ф.д., проф. А.С. Кучаров,
и.ф.д., проф. Ш.Дж. Эргашходжаева,
и.ф.д., проф. М.А. Икрамов,
и.ф.д., доц. М.А. Юсупов,
и.ф.н., доц. А.Н. Самадов

Такризчилар:

и.ф.д., проф А.А. Фаттахов,
и.ф.н., доц. Б.Ж. Сафаров

Мазкур тўпламга киритилган мақолалар ва тезисларнинг мазмуни, статистик маълумотлар ҳамда билдирилган фикр ва мулоҳазаларга муаллифларнинг ўзлари масъулдирлар.

29.	Шоназарова Н.Б., Кенжаева Б.О.	Автомобиль транспортида маркетингни бошқариш тизимини такомиллаштириш	148
30.	Мирзаев С.А.	Маркетинг концепциясидан фойдаланишда замонавий бошқарув усулларини ўрни.....	150
31.	Маматкулова Н.М., Урунбаев С.С.	Товар рақобатбардошлигини оширишнинг асосий йўналишлари.....	152
32.	Меликулов А.Н.	Инновациялардан фойдаланиш асосида ташқи бозорларда товарлар ва хизматлар рақобатбардошлигини ошириш.....	155
33.	Маҳкамбоев А.Т., Шодиев Э.Т.	Банкларда маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш йўллари.....	159
34.	Muminova A.M.	Packaging of products as a factor for improving product competitiveness.....	162
35.	Насимов Б.В.	Қишлоқ хўжалигида амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар таҳлили ва истиқболлари.....	164
36.	Kosimova D.	The role of small businesses in ensuring social stability in society.....	166
37.	Нематов И., Акрамов Б.	Использование технологии брендинга в развивающихся странах.....	168
38.	Odilova S.S., Valijonov R.A.	Iste'mol tovarlarini takomillashtirishda brend texnologiyalaridan samarali foydalanish.....	172
39.	Kosimova D.	Creating an effective management structure for an oil and gas company.....	174
40.	Қурбонов Ж.	Реал сектор корхоналарида халқаро сифат стандартлари асосида маҳсулотлар ишлаб чиқаришни такомиллаштириш.....	176
41.	Шоев А.Х.	Мамлакат экспорт салоҳиятини оширишда маркетинг концепцияларининг тутган ўрни...	178
42.	Шадиева З.Т., Умарова Т.	Франчайзинговая деятельность в туристическом секторе.....	180
43.	Шакирова Г.А.	Оилавий тадбиркорлик – аҳоли бандлиги ва даромадлари манбаи.....	183
44.	Шамсутдинов Х.Ш.	Холистик маркетингнинг ўзига хос хусусиятлари.....	186
45.	Сулайманов С.А.	Масофавий банк хизматлари маркетингини ривожлантиришнинг ўзига хос жihatлари.....	188

ишлаб чиқиш ва жорий этиш; мижозларнинг ўсиб боровчи эҳтиёжларини қондиришга мослашиш ва тайёрлик; мажмуавий транспорт-экспедицион хизматни таклиф этиш;

б) бошқа транспорт турлари, ҳамда транспорт бозорининг бошқа ташувчи ва субъектлари билан ўзаро ҳамкорлик бўйича самарали иш технологияларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш;

в) транспорт хизматларига талабни прогнозлаш;

г) ходимлар меҳнатини мотивациялаш ва транспорт хизматларини ўтказишни рағбатлантириш тизимини такомиллаштириш.

Автомобиль транспорти корхонасининг маркетинг фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг юқорида таклиф этилган баҳолаш механизми амалиётга жорий этиш имконияти юқорилиги билан ажралиб туради. Унинг асосида Тошкент шаҳрида фаолият юритаётган йўловчи автобус корхоналарининг маркетинг фаолияти баҳоланиб, бу йўналишда амалга оширилиши лозим бўлган тавсиялар ишлаб чиқилди.

Ўзбекистонда автомобиль транспорти хизмати кўрсатувчи субъектларнинг маркетинг тизимини такомиллаштириш бўйича берилган тавсия ва таклифларнинг назарий аҳамиятини баҳолаш, тадқиқотларнинг натижаларини амалиётга тадбиқ этиш имкониятларини асослаш уларнинг самарадорлик даражасини аниқлашга боғлиқдир.

*Мирзаев С.А.,
Андижон машинасозлик институти, катта ўқитувчиси*

Маркетинг концепциясидан фойдаланишда замонавий бошқарув усулларини ўрни

Ушбу мақолада сиз маркетинг концепциясидан фойдаланишда замонавий чет эл бошқарув тизимларидан бўлмиш тежамкор ишлаб чиқариш тизими ҳақида маълумотлар билан танишиб чиқасиз.

Президентимиз Ш. Мирзиёев “Мамлакатимизда амалга оширилаётган тадқиқотларнинг ҳаммасини ҳам илм-фаннинг бугунги юқори ривожланиш даражасига тўла жавоб беради, деб бўлмайди. Юқори технологик илмий маҳсулотларни амалиётга жорий этиш учун янги замонавий тажриба-ишлаб чиқариш, конструкторлик-технологик ташкилотлар ҳамда инновация марказларини ташкил этиш зарур. Маркетинг ва лицензиялаш хизматлари талаб даражасида эмас. Бу мамлакатимиз илмий-инновацион маҳсулотларини амалиётга кенг татбиқ этишда яққол сезилмоқда”⁶⁵, деб таъкидлаб ўтган эди.

⁶⁵ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2016 йил 30 декабрь куни мамлакатимизнинг етакчи илм-фан намояндалари билан учрашуви.

Ҳозирги даврда кўпчилигимиз биламизки, бошқарув структурасининг яйрим бўғинларида маркетингни ўрни унчалик сезилмаётганлигини учратишимиз мумкин. Биламизки, мулкчилик шакли, хўжалик механизми ва хусусийлаштиришнинг ўзгарганлиги тўғрисида кўп гапирилмоқда. Аммо барча иқтисодий ўзгаришлар инсонлар онги орқали ҳақиқатга айланади. Бошқача қилиб айтганда, бозор иқтисоди учун янги хизматчи ходимлар, биринчи навбатда, маркетинглар, менежерлар, дилерлар, брокерлар, маклерлар керак. Уларсиз бозор иқтисодиётини тасаввур этиш мушкул деб ўйлайман.

Чунки, бошқарувнинг таркибида маркетинг марказий ўринни эгаллаши зарур, сабаби унга тўлақонли бозор иқтисодиётини ташкил қилишда, истеъмолчи топишда етакчи вазифа ҳисобланади. Маркетингнинг вазифаларини ўрганишдан олдин бозор иқтисодиётига таъсир кўрсатувчи механизм тўғрисида тўла тушунчага эга бўлиш зарур.

Кузатувлар шуни кўрсатдики, ҳозирги кунда замонавий бошқарувнинг усуллари кўллаш, ишлаб чиқаришни такомиллаштиришга олиб келмоқда. Замонавий бошқарув усулларида бири Lean production яъни Тежамкор ишлаб чиқариш усуллари ҳақида ушбу мақолада танишиб чиқасиз.

Lean инглизча сўз бўлиб “ихчам” деган маънони англатади. Lean мақсади кўп маҳсулот ишлаб чиқариш эмас, аксинча кам маҳсулот яъни керакли маҳсулот ишлаб чиқариш. Бунда озгина маҳсулот аниқроғи керакли маҳсулот ишлаб чиқариб, истеъмолчи талабидан ортиқча маҳсулот ишлаб чиқармаслик.

Тежамкор ишлаб чиқариш маҳсулотни ишлаб чиқаришни бошқаришда, операцияда, таъминловчи ва мижозларни ўртасидаги ўзаро муносабатларида, истеъмолчи талаби билан маҳсулотни аниқ вақтда тайёрлашда ва кам миқдорда нуқсонли маҳсулотларни тўғрлашда, оммавий ишлаб чиқариш технологиясида тайёрланадиган корхона тизимидир. Бу билан меҳнат сарфи, майдон, маблағ ва вақтни камайтиради. Иккинчи жаҳон урушидан кейин Тойота компанияси Тежамкор ишлаб чиқариш тизимига асос солган. Lean Production термини Массачусетс технология институти илмий ходими Джон Крафчик томонидан киритилган⁶⁶.

Тежамкор ишлаб чиқариш меҳнат сарфини камайтиришга, янги маҳсулотларга ишлов бериш муддатини қисқартиришга, маҳсулот тайёрлаш муддатини қисқартиришга, ишлаб чиқариш ва сақлайдиган майдонни қисқартиришга, буюртмачига маҳсулотни етказиб беришни кафолатлашга ҳамда энг арзон нархда юқори сифатга ёрдам беради.

Тежамкор ишлаб чиқариш мафкураси бу:

➤ Асосий мақсади – ишлаб чиқариш орқали материални ўтиш тезлигини ошириш.

➤ Ўйқотишлар – истеъмолчи учун аҳамият касб этмайдиган ҳамма фаолият.

➤ Асосий вазифаси – компанияни бир марталик акциясини яхшилашга ўтказиш эмас балки, мақсади ишлаб чиқариш иқтисодиётини бошқаришни ўрганиш.

⁶⁶ Т. Луйстер, Д. Тепинг. Бережливое производства: от слов к делу. Перевод с английского. М.2008. 7-стр.

➤ Асосий урғуси – янги жиҳозларни сотиб олиш эмас балки ишлаб чиқаришни ташкил қилиш.

➤ Харакатлантирувни асосий кучи – ишлаб чиқариш ходимлари.

➤ Бошқарувни асосий усуллари – бошқарув ўзгаришини ва ходимларни жалб қилиш муҳитларини қўллаб-қувватловчиларни ташкил қилишни кераклиги.

Тежамкор ишлаб чиқаришда ўзига хос замонавий усуллари JIT, Heijunka, Pull, Kanban усуллар мавжуд бўлиб, ушбу усуллар ишлаб чиқаришни янада такомиллаштиришга ёрдам беради.

Тежамкор ишлаб чиқаришни ишлаб чиқариш корхонасига тақдим қилишда ўзига хос ҳатолари ҳам мавжуд. Буларга:

1. LEAN тизимини тақдим қилишда раҳбариятни ўрнини тушунмаслик.

2. «Тизимлар»ни тузилиши, зарур ўзгаришга эга эмаслик.

3. «Ассосиз» жорий қилишни бошлаш.

4. Иш жойини ўзгартиради лекин одат тусини ўзгартирмайди.

5. Ҳамма ўзгаради (маълумотлар тўплаш), лекин ҳеч қачон жавоб бермайди.

6. «Паралитик таҳлил» (доимий такомиллиштириш билан, тугаммас ҳолат таҳлили)

7. Ёрдамсиз эпламоқ.

Бунда яна бир нарсани айтиш жойизки, инсонларни истеъдоди ва ақл идрокини тўла қўллашни ўзи етарли эмас.

Ушбу мақолада сиз тежамкор ишлаб чиқариш бўйича қисқача маълумотга эга бўлдингиз деб умид қиламан.

*Маматкулова Н.М.,
ТАҚИ, “Менежмент” кафедраси катта ўқитувчиси,
Урунбаев С.С.,
ТАҚИ, 2-босқич магистранти*

Товар рақобатбардошлигини оширишнинг асосий йўналишлари

Товарларнинг рақобатбардошлиги бозор улушини ошириш, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишда узоқ муддатли муваффақиятларни шакллантиришнинг энг муҳим мезони ҳисобланади. Корхонанинг юқори рақобатбардошлиги бозорда кучли бренд яратиш учун муҳим ғалабаларга эришишга ёрдам беради.

Маҳсулотнинг рақобатбардошлиги – маҳсулотнинг бозорда муваффақиятини аниқлайдиган маҳсулотнинг истеъмолчи ва қиймат жиҳатлари мажмуи. Рақобатбардошликнинг таркибий қисмларидан бири бу маҳсулот ёки хизматлар сифатидир. Маҳсулот сифати, маълум эҳтиёжларни қондиришга қодир бўлган маҳсулот хусусиятларининг муайян бирикмасидир.