

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

**Ijtimoiy-gumanitar
fanlarning dolzarb
muammolari**

Jild 3, Son 5/8

2023

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ 5/8 (3)-2023

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

ТОШКЕНТ-2023

БОШ МУҲАРРИР:

Исанова Феруза Тулқиновна

ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:

07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Аброр – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакарров Қулмат Аширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликков Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Носирходжаева Гулнора Абдукаҳхаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Турдиев Бехруз Собирович – фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Бухоро давлат университети.

10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизилович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Раҳман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в/б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич – филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАРИ:

Ахмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуратовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамроқулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат хавфсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси

Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Утемуратов Махмут Ажимуратович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳакимов Комил Бахтиярович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Юсупов Сардорбек Баходирович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Актамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби;

Жўраев Шерзод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Бабаджанов Атабек Давронбекович – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Раҳматов Элёр Жумабоевич – юридик фанлар номзоди, Тошкент давлат юридик университети;

13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:

Хашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибрагимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Тайланова Шоҳида Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент.

19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Каримова Василя Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбаҳор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психологияси кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Латипова Нодира Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сеитов Азамат Пўлатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

Содиқова Шоҳида Мархабоевна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси

23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР

Назаров Насриддин Атакулович – сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Хайруллаевич – сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

ОАК Рўйхати

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхати (Рўйхатга) киритилган.

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари электрон журнали 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.
Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамият.

Тахририят манзили:

Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил: scienceproblems.uz@gmail.com
Телеграм канал: https://t.me/scienceproblems_uz

МУНДАРИЖА

07.00.00 – ТАРИХ ФАНЛАРИ

<i>Намазова Умида Нормуродовна</i> ФРАГМЕНТЫ ИЗ ИСТОРИИ САМАРКАНДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ВЕТЕРИНАРНОЙ МЕДИЦИНЫ, ЖИВОТНОВОДСТВА И BIOTEХНОЛОГИЙ (1929-1945 ГОДЫ).....	10-15
<i>Эрназаров Туйгун Раджабович</i> ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ ТУРКЕСТАНСКОГО ГЕНЕРАЛ- ГУБЕРНАТОРСТВА: КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ И ДОСТИЖЕНИЯ	16-21
<i>Хужаниязов Уктам Ешбаевич</i> “ҚОРАҚАЛПОҚФИЛЬМ” СТУДИЯСИ ХУЖЖАТЛИ ФИЛЬМЛАРИДА ТАРИХИЙ МАВЗУЛАР ТАЛҚИНИ	22-27
<i>Шаимкулов Азамат Холмуратович</i> ҚАЙТА ҚУРИШ ДАВРИ МАТБУОТИДА ИҚТИСОДИЙ МАСАЛАЛАР ТАЛҚИНИ	28-38
<i>Муродов Ҳалим Салимович</i> ТУРИЗМ РИВОЖИ ТАРИХИГА БИР НАЗАР	39-46
<i>Юлдашев Саиданварбек Бахромжон ўғли</i> ФАРҒОНА ВОДИЙСИНИНГ– ҚОРАХОНИЙЛАР ТОМОНИДАН ЗАБТ ЭТИЛИШИ ТАРИХИДАН	47-51
<i>Shonazarova Nargiza</i> TOSHKENT SHAHRIDA “OBOD MAHALLA” DASTURI VA UNING IJROSI XUSUSIDA AYRIM MULOHAZALAR	52-57
<i>Axmadova Nafisa Axmad qizi</i> O‘ZBEKISTON VA FRANSIYA MADANIY ALOQALARINING RIVOJLANISHI	58-64
<i>Qodirova Ra’no Mamirjonovna</i> O‘ZBEKISTON SSR MAKTABLARIDA 1930-YILLARNING IKKINCHI YARIMIDA TARIX FANINING O‘QITILISHI	65-70
<i>Yunusxo’jayev Habibulla Zafar g’o’li</i> SHARQDA KUCHLI IJTIMOIIY NIHOYA TIZIMI TARIXI	71-75
<i>Нарбеков Абдикамил</i> НАЦИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА СОВЕТСКОГО ГОСУДАРСТВА В ТУРКЕСТАНЕ И ЕГО СУЩНОСТЬ	76-80
<i>Alimova G‘unchaxon Baxadirovna</i> JAMIYAT TARAQQIYOTINING TARIXIY RIVOJLANISH ASOSLARI DIN VA DAVLAT MISOLIDA	81-85
<i>Jumanazarova Fotima</i> XOTIN QIZLAR BANDLIGINI TA'MINLASH TIZIMINING SHAKLLANISH JARAYONI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI	68-93
08.00.00 – ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ	
<i>Ziyodilloev Khushnud Rahimboevich</i> PORTFOLIO OPTIMIZATION OF COMMERCIAL BANK CREDITS: A LITERATURE REVIEW	94-100

<i>Hamrayev Amirzoda</i> ISLOMIY MOLIYA XIZMATLARINI KO'RSATUVCHI TASHKIOTLAR KAPITAL STRUKTURASI SAMARADORLIGI TAHLILI.....	101-109
<i>Xaitbobaeva Nigora Bakmatatovna</i> T'UQIMACHILIK SANOAT KORXONALARIDA MARKETING STRATEGIYASIDAN FOYDALANIШ B'YIЧA ХОРИЖИЙ МАМЛАКАТЛАР ТАЖРИБАЛАРИ.....	110-119
<i>Xalilov Qahramon Qurbonboyevich</i> MINTAQADA TURIZM HUNARMANDCHILIK KLASTERNI SHAKLLANTIRISHNING DESTINATSION MODELI.....	120-132
<i>Махмудов Турсунпулат Давронович</i> ИНВЕСТИЦИЯ МАНБАЛАРИНИНГ МИНТАҚА ИҚТИСОДИЁТИГА ТАЪСИРИ	133-144
<i>Ishchanova Salomat</i> KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING FAOLIYATINING O'RNI.....	145-150
<i>Muydinova Zilola Voxid qizi</i> ЧЕГАРА БОЖХОНА ПОСТЛАРИ ФАОЛИЯТИДА “АВТОМАТЛАШТИРИЛГАН ЙЎЛОВЧИ ҲАРАКАТИ” МОБИЛ ИЛОВАСИНИ ЖОРИЙ ЭТИШ ОРҚАЛИ ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ.....	151-158
<i>Samandarov O'gabek, Ismoilov Shohjahon</i> TURIZMNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI VA ULARNING O'ZIGA XOS JIHATLARI	159-164
09.00.00 - ФАЛСАФА ФАНЛАРИ	
<i>Саидова Камола Усканбаевна</i> ФЕНОМЕН СВОБОДЫ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА: КОМПАРАТИВИСТСКИЙ АНАЛИЗ	165-173
<i>Отонтурdiyev Orzu G'afforovich</i> INSONNING MA'NAVIY MOHIYATINI SHAKLLANTIRISHDA QADRIYATLARNING AHAMIYATI	174-179
<i>Очилова Гузаль Араловна</i> ЮКСАК МАЪНАВИЯТ-МАНФААТЛАР БИРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ МУҲИМ ОМИЛИ.....	180-185
<i>Nurmatova Umida Jalolidinovna</i> MUTOLAA, SAVODXONLIK VA TA'LIMNING ANTINOMIK XUSUSIYATLARI.....	186-192
<i>Vafayeva Dilafruz Artikovna</i> AHMAD YASSAVIY TASAVVUFIIY TA'LIMOTIDA MA'NAVIY BARKAMOLLIK.....	193-198
<i>Karimov Zafarbek Ataboyevich</i> IJTIMOIY-PSIXOLOGIK MEKANIZMLARINING SOG'LOM TURMUSH TARZINI SHAKLLANTIRISHDAGI AHAMIYATI.....	199-202
<i>Bozorova Ro'zigul Sharofovna</i> MEHRSIZLIK HODISASINI KELITIRIB CHIQUVCHI OMILLAR	203-212
<i>Xudoyberdieva Anorabonu Hayotovna</i> DINIY MANBALARDA IJTIMOIIY HAMKORLIK O'OYALARI	213-218
<i>Tursunkulova Shaxnoza Tuychiyevna</i> TASAVVUF FALSAFASIDA GO'ZALLIKNING IMMANENT JIHATLARI	219-224

<i>Dehqonov Behzod Baxtityorovich</i> YANGI O'ZBEKISTONDA UCHINCHI RENESSANS POYDEVORINI QURISHDA YETTI PIRNING BAG'RIKENGLIK G'OYALARINI O'RNI VA AHAMIYATI	225-230
<i>Abdullayeva Firuza Sharipovna</i> NASIRIDDIN TUSIYNING IDROK NAZARIYASI VA KOMILLIK FALSAFASI	231-236
<i>Murtozayev Shahobiddin Baxriddinovich</i> SHIHOBUDDIN UMAR SUXRAVARDIYNING "AVORIF UL -MAORIF" ASARI VA UNDA ILGARI SURILGAN G'OYALAR	237-243
<i>Ибрагимов Солижон Эргашович</i> АХБОРОТ ХУРУЖИ ВА "ОММАВИЙ МАДАНИЯТ" ТАҲДИДИ.....	244-251
10.00.00 - ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ	
<i>Qodirova Mukaddas Tog'ayena</i> BIZNES DISKURSINING MURAKKAB LINGVISTIK TABIATI.....	252-257
<i>Abdullayev Ikramjon Xashimdjanoich</i> DIFFERENT APPROACHES TO THE QUANTITATIVE-STATISTICAL CHARACTERISTICS OF PARTS OF SPEECH IN THE ENGLISH LANGUAGE	258-265
<i>Hamroyeva Sharifa Shukur qizi</i> TARJIMADA MILLIY SO'ZLARNING BERILISHI (OYBEKNING "NAVOIY" ROMANI INGLIZCHA TARJIMASI MISOLIDA)	266-271
<i>Olimova Gulfiza Muradullayevna</i> BADIY SAN'AT TURLARINING XORAZM DOSTONLARIDA QO'LLANILISHI.....	272-281
<i>Айниддинов Иқрориддин Шарифович</i> АДАБИЙ МАНБАЛАРДА АШРАФ САМАРҚАНДИЙНИНГ ТАРЖИМАИ ҲОЛИНИНГ ЎРГАНИЛИШИ	282-287
<i>Turaeva Dilfuza Daminovna</i> O'ZBEK TILIDA OBRAZLI SO'ZLARNING SEMANTIK XUSUSIYATLARI	288-295
<i>Mahmudova Nilufarxon Ravshanovna</i> LISONIY GRADASIYANING MORFOLOGIK, LEKSIK-SEMANTIK SATHDA PARADIGMA SIFATIDA NAMOYON BO'LISHI	296-305
<i>Ashurova Maftuna Asqar qizi, Yuldoshev Rustam Dilshod ugli</i> LINGUOCULTURAL COMPARATIVE ANALYSIS OF IDIOMS IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES	306-311
<i>Isroilova Manzura Jamolovna</i> FRANSUZ PUBLITSISTIK MATNLARDA KOMPARATIV FRAZELOGIK BIRLIK LARNING KOMMUNIKATIV TA'SIRI XUSUSIDA	312-317
<i>Шамақсудова Саодат Хидоятовна</i> МАССМЕДИА АСПЕКТНИНГ МЕДИАМАТН ШАКЛИГА КЕЛИШИДАГИ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАР.....	318-324
<i>Шатова Ирина Юрьевна</i> ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ЛЕКСИКИ ПО РОДУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИЦ В РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ	325-330
<i>Nortoyeva Nodira Muhammadaliyevna</i> FRAZELOGIK DERIVATLARNI KONTEKSTLARDA ISHLATILISHINING KOGNITIV ASOSLARI	331-335

<i>Alimjanova Shohsanam Azamat qizi</i> KO'P MA'NOLI IBORALARNING KOGNITIV XUSUSIYATLARI	336-340
<i>Турниязова Шахноза Нигматовна</i> МАТНДАГИ БОҒЛАНИШЛИЛИК ҲАҚИДА АЙРИМ МУЛОҲАЗАЛАР	341-347
<i>Mamarasulova Iroda Jumanovna, Xojimetov Sa'dulla Jumanazarovich</i> INGLIZ ADABIYOTI TUSHUNCHALARINING XILMA -XILLIGI	348-352
<i>Aminova Dilnoza Hikmatullayevna</i> THE IMPORTANCE OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE ORIGIN OF MILITARY TERMINOLOGY	353-358
12.00.00 - ЮРИДИК ФАНЛАР	
<i>Исломқулова Шоҳсанам Ваҳобжон қизи</i> ВРАЧНИНГ КАСБИЙ ЖАВОБГАРЛИГИНИ СУҒУРТА ҚИЛИШ ТУШУНЧАСИ ВА МОҲИЯТИ	359-365
<i>Mamatallyev To'liqin Xushmamat o'g'li</i> O'ZBEKISTONDA MASOFAVIY TA'LIM HUQUQIY ASOSLARINING SHAKLLANISHI	366-378
13.00.00 - ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ	
<i>Saidov Jur'at Sodirovich</i> МАКТАВГАСНА ТА'LIM TASHKILOTLARIDA BOLALARGA TARBIYA BERISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	379-384
<i>Yusupaliyeva Shaxnoza Hakimjanovna,</i> ТЕХНИК ОЛИЙ О'QUV YURTLARIDA OO'ZAKI NUTQ KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISH USUL VA METODLARI	385-390
<i>Tadjixodjaeva Эльвира Рашидовна</i> ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ИГРОПЕДАГОГИКИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ	391-396
<i>Тўрахонова Барно Турсунбой қизи</i> БЎЛАЖАК ПЕДАГОГ-ПСИХОЛОГЛАРНИ ТАРБИЯВИЙ ФАОЛИЯТНИ ТАШКИЛ ЭТИШГА ТАЙЁРЛАШНИНГ ДИДАКТИК ИМКОНИЯТЛАРИ	397-406
<i>Ashurova Sitora Erkinovna</i> USING DIGITAL TECHNOLOGIES IN EDUCATION	407-412
<i>Каримжоновна Мунаввар Ибрагимовна</i> ХИЗМАТ ИТЛАРИНИ МАХСУС ЙЎНАЛИШГА ТАЙЁРЛАШДА УНГА ТАЪСИР ҚИЛУВЧИ ОМИЛЛАР ТАҲЛИЛИ (Божхона қўмитасининг Миллий кинология маркази мисолида).....	413-421
<i>Xamirayev Rustam Abdirazakovich</i> VOLEYBOLCHILARDA HARAKAT SIFATLARINI RIVOJLANTIRISHNING USLUBIY ASOSLARINI ТАКОМИЛЛАСHTIRISH	422-426
<i>Хашимова Масуда Камилжановна</i> КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ПРОЦЕССУ НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЦИИ НАУК	427-435
<i>Бердикулова Насиба Эркинжоновна</i> СОДЕРЖАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ И ИНТЕГРАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАЧАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ	436-442

Saidnazarova Gulshan Bolta qizi

AL-BUXORIYNING MA'NAVIY-AXLOQIY QARASHLARINI O'RGANISH PEDAGOGIK MUAMMO

SIFATIDA443-448

08.00.00- Иқтисодиёт фанлари

Хайтбоева Нигора Бакмататовна
Урганч давлат университети таянч докторанти

ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТ КОРХОНАЛАРИДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИДАН ФЙДАЛАНИШ БЎЙИЧА ХОРИЖИЙ МАМЛАКАТЛАР ТАЖРИБАЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада тўқимачилик саноат корхоналарини ривожлантиришда хорижий мамлакатларнинг илғор тажрибалари ва фойдаланилган маркетинг стратегиялари ўрганилган, шунингдек тадқиқотлар натижасида мамлакат саноат тармоғини ривожлантириш бўйича тавсиялар берилган.

Калит сўзлар. Тўқимачилик саноати, инновацион маркетинг, тез мода, мерчандайзер, арзон нарх стратегияси.

Khaytboeva Nigora Bakmatatovna,
PhD Student of Urganch State University

EXPERIENCES OF FOREIGN COUNTRIES ON THE USE OF MARKETING STRATEGY IN TEXTILE INDUSTRY

Abstract: This article examines the best practices of foreign countries in the development of textile enterprises and marketing strategies used, as well as provides recommendations for the development of the country's industrial sector as a result of research.

Key words: Textile industry, innovative marketing, fast fashion, merchandiser, low price strategy.

Хайтбоева Нигора Бакмататовна,
Базовый докторант Ургенчского
государственного университета

ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация. В данной статье рассматривается передовой опыт зарубежных стран в области развития текстильных предприятий и используемые маркетинговые стратегии, а также даются рекомендации по развитию промышленного сектора страны в результате исследования.

Ключевые слова: Текстильная промышленность, инновационный маркетинг, быстрая мода, мерчандайзер, стратегия низких цен.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V3SI8Y2023N16>

Кириш

Жаҳон тўқимачилик саноатининг ўсиши асосан дунёдаги энг йирик тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи мамлакатлар ва тўқимачилик экспортчилари ҳисобига шаклланмоқда, бу мамлакатлар асосан пахта, ип, тола ва бошқа тайёр маҳсулотлар ёки

кийим-кечак каби материалларни ишлаб чиқариш ва сотиш билан шуғулланади. Хитой дунёдаги энг йирик тўқимачилик ишлаб чиқарувчилари ва экспортчилари бўлиб қолса-да, Европа Иттифоқи, Ҳиндистон ва АҚШ каби бошқа йирик тўқимачилик бозорлари ҳам сўнгги бир неча йил ичида йиллик ўсиш суръатларини намойиш этмоқда. Жаҳон тўқимачилик саноати дунёдаги мода бозори билан мутаносиб равишда тез ўзгарувчан бўлиши билан, тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи ва экспорт қилувчи мамлакатлар иқтисодиётида янада ривожланиш имкониятлари мавжуд. Қўшма Штатлар пахта хом-ашёсининг етакчи ишлаб чиқарувчиси ва экспортчиси, шу билан бирга тўқимачилик маҳсулотлари ва кийим-кечакларнинг энг яхши импортчиси ҳисобланади. Европа Иттифоқининг тўқимачилик саноати Германия, Испания, Франция, Италия ва Португалияни ўз ичига олади ва жаҳон тўқимачилик саноатининг 1/5 қисмидан кўпроғини ташкил қилади. Ҳиндистон ҳам дунёдаги энг йирик тўқимачилик ишлаб чиқарувчи мамлакатлар ва энг йирик тўқимачилик экспортчиларидан биридир. Йилига 30 миллиард АҚШ долларидан ортиқ экспорт қийматига эга. Ҳиндистон дунёдаги умумий тўқимачилик ишлаб чиқаришининг 6,9% дан ортиғига эга ва унинг тўқимачилик саноати тахминан 150 миллиард АҚШ долларига тенг. Ўзбекистон Республикасида тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми 2021 йилда 2 927,2 млн АҚШ долларини ташкил этиб, умумий экспортнинг 17,6% ини ташкил этган. Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясида Республиканинг экспорт салоҳиятини ошириш орқали 2026 йилда республика экспорт ҳажмларини 30 миллиард АҚШ долларига етказиш белгиланди [1]. Бу ислохотларни амалга оширишда қуйидагилар асосий йўналишлар ҳисобланади:

- Мавжуд имкониятларни тўлиқ ишга солган ҳолда маҳаллий саноат тармоқлари экспорт салоҳиятини янада ривожлантириш;
- Ташқи бозор ва халқаро талабларга жавоб берадиган стандартларни жорий этиш ва машҳур брендларни жалб қилиш;
- Экспорт таркибида тайёр ва ярим тайёр маҳсулотлар ҳажмини 3,3 баравар кўпайтириб, Европа давлатларига GSP+ тизими доирасида тайёр маҳсулотлар экспортини кенгайтириш ва бошқалар.

Фикримизча, белгиланган йўналишларни амалга оширишда ривожланган хорижий давлатларнинг тажрибасини ўрганиб, уларни мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда қўллаш мақсадга мувофиқ. Чунки, ривожланган мамлакатлардаги жадал саноатлаштириш ва ривожланаётган технологиялар тўқимачилик саноатида юқори самарали мато ишлаб чиқаришга ва юқори даромад олишга имконият яратади.

Адабиётлар таҳлили

Тўқимачилик саноати энг қадимги ишлаб чиқариш тармоқларидан ҳисобланади. Шунингдек, R.K. Mohideen ва бошқалар (2016) таъкидлашicha, ушбу тармоқ агросаноат сифатида ҳам танилган, чунки тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш учун зарур бўлган хом-ашёни асосан қишлоқ хўжалиги соҳаси етиштириб беради. Дунё бўйлаб тўқимачилик ва тикувчилик бизнесига бир қанча омиллар таъсир кўрсатмоқда. J. Moses ва бошқалар (2006) тўқимачилик саноатининг жадал ривожланиши мамлакатни иқтисодий фаровонликка олиб келишига қарамасдан, лекин айни пайтда атроф-муҳитнинг ифлосланишига ҳам сабабчи бўлмоқда. Оловли чиқиндилар, толали чанг ва

ишлаб чиқариш шовқини ва сувнинг ифлосланиши атмосферага хавф туғдирмоқда деб ҳисоблайди .

Biselli M (2009) маълумотларига кўра, тўқимачилик саноати қачон пайдо бўлганлигини аниқлаш жуда қийин. Археологик топилмалар шуни кўрсатадики, биринчи кийим жун ёки теридан ишлаб чиқарилган. Тўқимачилик биринчи марта қўлланилган ҳудудларга Миср, Ҳиндистон, Туркия ва Хитой киради.

S. Cruz-Ros, D. Garzon (2017) маркетингни ушбу тармоқ соҳасида инновацион рақобатдош устунликнинг муҳим манбаи сифатида аниқлайди. J. Murga ва бошқалар (2011) таъкидлашча, маркетинг инновацияси фирмаларга янги ва табақалаштирилган маҳсулотларни, рақобатчиларга тақлид қилиш қийин бўлган кучли бренд имиджини яратишга имкон беради. Леонидоу (2002) таъкидлашча, фирмалар ўз ички ва ташқи омилларнинг ўзаро таъсири натижасида экспорт мақсадларини амалга ошириши учун янги экспорт-маркетинг стратегияларидан фойдаланишини кўрсатади. Гупта ва бошқалар (2016) бренд имиджи билан боғлиқ маркетингнинг инновацион услублари фирманинг рақобатбардошлигига ҳисса қўшишини аниқлайди.

Юқоридаги фикрлардан хулоса қилиш мумкинки, Ўзбекистон ташқи иқтисодий фаолиятини ривожлантиришда тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш соҳасини янада такомиллаштириш, шунингдек, ривожланган давлатларнинг маркетинг стратегияларини мамлакат энгил саноат тармоғида қўллаш лозим.

Тадқиқот методологияси

Мазкур тадқиқот ишида тўқимачилик корхоналарини ривожлантириш бўйича хорижий тажрибаларни ўрганишга қаратилган таҳлил ва синтез, шунингдек қиёсий ва статистик ҳамда индукция усулларида фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар

Бугунги кунда Ўзбекистон Республикасида 522 турдаги тўқимачилик маҳсулотлари дунёнинг 65 та давлатига экспорт қилинади. 2021 йилда 2 927,2 млн. АҚШ долларлик тўқимачилик маҳсулотлари экспорти амалга оширилиб, умумий экспортнинг 17,6 % ини ташкил этган ва ўтган йилга нисбатан 52,3 % га ўсган. Тўқимачилик маҳсулотлари таркибида пахтадан йигирилган ип (55,1%), тайёр трикотаж ва тикувчилик кийимлари (22,0%) жами экспортнинг динамикасида энг катта улушга эга ҳисобланади. Бундан ташқари нақшли мато, пахтадан газламалар, ипак ва ипак маҳсулотлари, пахта маҳсулотлари, гиламлар ва бошқа тўқимачилик маҳсулотлари Россия Федерацияси, Хитой, Туркия, Қирғиз Республикаси, Польша, Покистон, Италия, Беларусия ва бошқа бир қатор давлатларга экспорт қилинади.

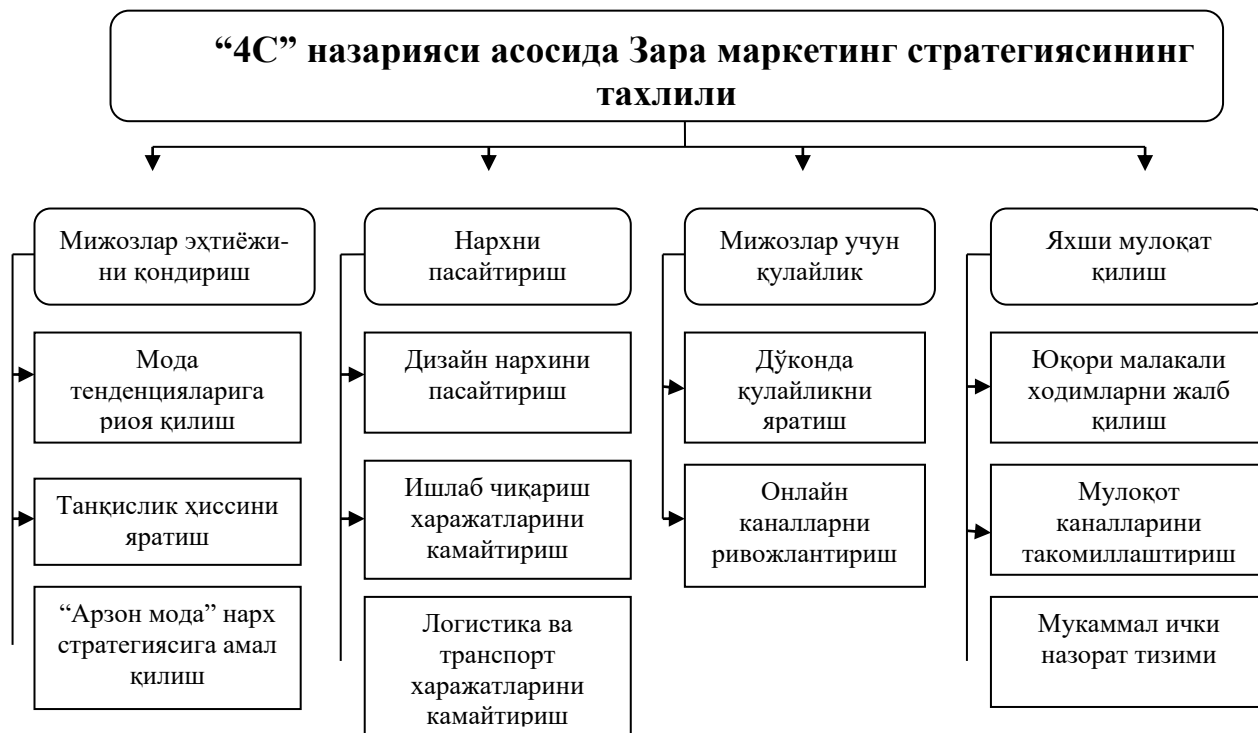
1-жадвал

**Давлатлар кесимида тўқимачилик маҳсулотлари экспорти динамикаси
(млн.АҚШ доллари) [4]**

Давлатлар	2019 йил	2020 йил	2021 йил
Россия Федерациясига	592,3	655,5	910,7
ХХРга	437,6	438,2	636,3
Туркияга	196,7	206,1	461,1
Қирғиз Республикасига	96,6	283,9	401,1
Полшага	25,3	43,4	65,6
Покистонга	10,4	16,5	59,2
Украинага	29,5	33,1	51,6
Қозоғистонга	39,7	42,3	48,6
Эронга	55,2	26,4	46,3
Италияга	11,4	10,1	32,8
Мисрга	12,1	18,2	30,2
Беларусга	24,1	17,2	23,4
Бошқа давлатларга	96	131,6	160,1

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, тўқимачилик маҳсулотлари экспорти энг катта улуши Россия Федерацияси (31,1 %), Хитой Халқ Республикаси (21,7 %), Туркия (15,8 %) ва Қирғиз Республикаси (13,7 %) давлатлари ҳиссасига тўғри келади.

Хитой тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноати маҳсулотларни ишлаб чиқаришда ва сотув тизимини ташкил қилишда “тез мода” (Fast fashion) сотув режимидан фойдаланилади. Тез мода ХХ асрнинг охирида Европада пайдо бўлган тушунча бўлиб, бу катта брендларнинг дизайнига тақлид қилиб модани тезда эгаллаб оладиган сўнгра трендга мос келадиган, тезда янгиланадиган кийим услубларини тақдим этадиган ва истеъмолчиларга арзонроқ нархда таклиф қиладиган кийим сотиш режимидир. Ушбу сотув режимини амалга оширишда анъанавий маркетинг миксинг “4Р” назариясига асосланган “4С” моделидан фойдаланилади. 4С назарияси америкалик маркетинг мутахассиси профессор Р.Ф.Лаутерборн томонидан 1990 йилда илгари сурилган. Истеъмолчилар талабига биноан у маркетинг миксинг тўртта асосий элементини қайта аниқлади: мижоз (Customer), нарх (Cost), қулайлик (Convenience) ва алоқа (Communication). Назария шуни кўрсатадики мижозлар талабини ва эҳтиёжини қондиришни яхшилаш, сўнгра мижозларни сотиб олиш харажатларини камайтириш, харидорларга имкон қадар сотиб олиш жараёнида қулайлик яратиш ва мижозлар билан мулоқат қилиш энг устувор вазибалардир.



1-расм. 4C назарияси асосида маркетинг стратегиясининг таҳлили

Маълумотларга кўра, ЗАРА Испанияда биринчи рақамли кийим бренди ва дунёдаги энг яхши учликдир. ЗАРА дизайни трендга мос келади, аммо бу мода йирик брендлар нархи билан солиштирганда жуда паст. Заранинг 4C маркетинг стратегиясининг назарияси Заранинг муваффақияти сабабларини умумлаштирди ва Хитой кийим кечак корхоналари учун фойдали таклифларни илгари сурган.

Мижозлар эҳтиёжини қондириш (Customer). ЗАРА тўқимачилик корхонаси мақсадли мижозларнинг мода тенденцияларига интилишини қондириш учун кийим дизайнида халқаро брендлар дизайнига тақлид қилишни танлайди. Шу билан бирга мижозларнинг савдо маълумотларига кўра истеъмолчиларнинг фикр-мулоҳазаларини афзал билиб кейин маҳсулот ишлаб чиқариш ёки уни яхшилаш йўлини афзал билади.

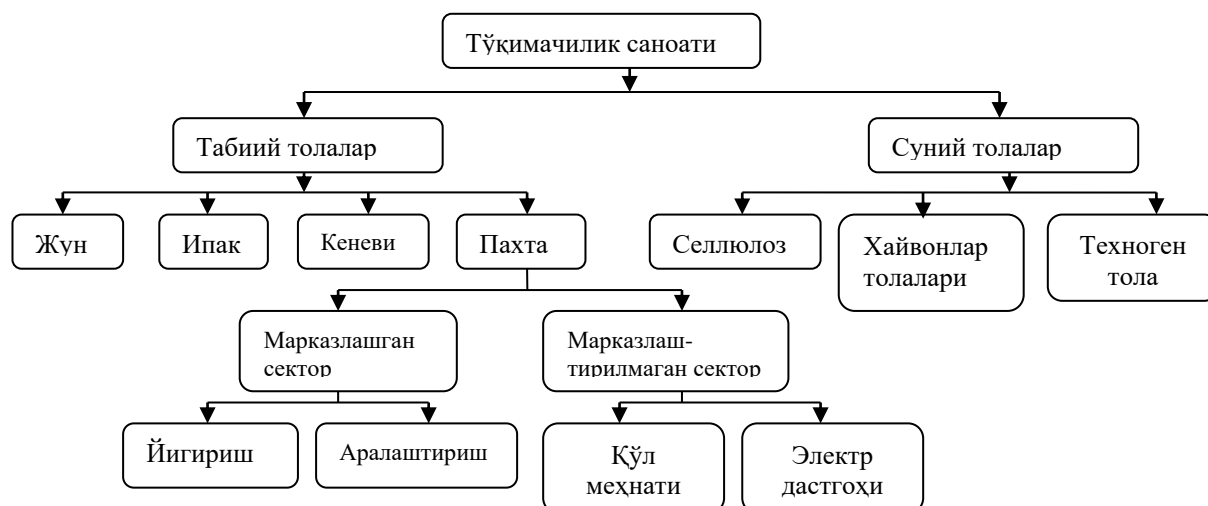
Нархни пасайтириш (Cost). ЗАРА дизайни мода тенденцияларининг кескин ва ноёб талқинидан келиб чиқади. Унинг дизайни тўлиқ ўзига хосликка асосланмаган аммо тўлиқ нусха ҳам кўчирилмаган. Ушбу турдаги диверсификация энг сўнгги мода элементларини ўзлаштиради. ЗАРА маҳсулот дизайни, ишлаб чиқариш харажатларини ва логистика, транспорт харажатларини камайтириш орқали товар нархини пасайтиришга эришганини маълум қилган.

Мижозлар учун қулайлик (Convenience). ЗАРА дўконлари истеъмолчиларнинг харид қилиш қулайлигига асосланган. Дўкон ва магазинлар ЗАРАнинг асосий савдо каналлари бўлишига қарамай, онлайн харидларнинг кўпайиши билан ЗАРА ҳам онлайн каналларни ривожлантиради. ЗАРА истеъмолчилар учун энг сўнгги мода тарзини кўрсатиш учун тармоқ платформасидан фойдаланади.

Яхши мулоқот қилиш (Communication). ЗАРА дўконларидаги савдо ходимлари жуда дўстона ва юқори малакага эга. ЗАРА мижозлар эҳтиёжларини қондирадиган маҳсулотларни ишлаб чиқариш учун телефон қўнғироқлари ва электрон почта орқали

мижозларнинг фикр мулоҳазаларини тўплайди, ҳамда маҳсулотларни бозор ўзгаришларига тезда жавоб беришга имкон беради.

Ҳиндистон ишлаб чиқариш ҳажми бўйича дунёда иккинчи ўринда туради. Ҳиндистондаги энг йирик тўқимачилик ишлаб чиқарувчи компанияларга қуйидагилар киради: Arvind Ltd, Vardhman Textiles Ltd, Welspun India Ltd, Raymond Ltd ва Trident Ltd. Ҳиндистонда тўқимачилик саноати 20–30 йил давомида яхши ривожлана бошлаган, чунки бутун тармоқ пахта, жун ва бошқа ҳом-ашёлар тайёрлаш маҳаллий фермерларга боғлиқ бўлган. Охириги ўн йилликда, Ҳиндистон йигирув саноатида қўлланилган технологияларга ажратилган инвестициялар жами инвестицияларнинг 55 фоизини ташкил қилган. Ҳиндистон истеъмолчиларга турли хил ўлчамдаги толалар аралашмасини, турли хил безакли ва вазнли матоларни ҳамда тайёр маҳсулотларнинг кенг коллекциясини ўз ичига олган қадоқланган маҳсулотларни етказиб бера оладиган мамлакатдир. Ҳиндистон тўқимачилик маҳсулотларида пахта ҳом-ашёси жами ишлаб чиқаришнинг 70%идан ортиғига ўз ҳиссасини қўшади, тахминан 20%ида сунъий толалар ва қолган 10%ида ипак, кеневир, жун ва пиллалардан фойдаланилади (1-расм).



2-расм . Ҳиндистон тўқимачилик саноатининг таснифи [1]

Доимий ўзгарувчан бозор кийим-кечак корхоналари учун янги муаммоларни келтириб чиқаради ва мижозларнинг талаблари ҳам доимий равишда ўсиб боради, шунинг учун уларга ҳар доим ва яна юқори қўшимча қиймат таклиф қилиш керак. Ушбу қўшимча қийматни яратиш мақсадида Ҳиндистон фирмалари тўғри режалаштирилган товарни брендлаш стратегиясини афзал билишади.

АҚШ дунёдаги энг йирик тўқимачилик ишлаб чиқарувчи мамлакатлар рўйхатида учинчи ўринда. Ўзининг маҳсулдорлиги, мослашувчанлиги ва инновацияси туфайли АҚШ дунёдаги энг йирик тўқимачилик ишлаб чиқарувчилардан бири бўлиб қолмоқда. Ақшнинг энг йирик тўқимачилик ишлаб чиқарувчи компанияларидан баъзилари: TJX Companies, VF Corporation, L Brands Inc, Abercrombie & Fitch Co.

Глобал тадқиқотлар натижалари шуни кўрсатмоқдаки, кийим-кечак учун сарф-харажатлар тахминан 0,9 нарх эгилувчанлигига эга, озиқ-овқат эса АҚШ, Япония ва Европа каби кучли даромадли мамлакатларда юқори даромад эгилувчанлигида 0,1-0,3 га эга. АҚШ кийим-кечак савдоси пахта толаси ва материаллари импортига ҳам юқори

таъсир ўтказди. АҚШ кийим-кечак импорти бўйича дунёдаги энг йирик давлатлардан бири бўлиб, йиллар давомида сезиларли даражада ошди (S. Macdonald, 2008).

АҚШ тўқимачилик ва тикувчилик саноатида кўпчилик компаниялар бозор стратегиясининг ўрнига ниш стратегиясидан фойдаланмоқда. Бироқ, баъзи фирмалар нафақат арзон нархлардаги импорт билан рақобатлашиш, балки маҳаллий етказиб берувчилар билан рақобатбардошликни сақлаб қолиш учун ўзига хос стратегиядан фойдаланадилар. Америка тадқиқотчилари ниш маркетинг стратегиясининг муваффақият омилларига қуйидагилар киришини таъкидлади:

- бозор нимани хоҳлашини тушуниш ва бу эҳтиёжларни тўлиқ қондирадиган маҳсулотни тақдим қилиш;
- бозордаги истеъмолчилар базасини маҳсулот учун қандай нархни тўлашга тайёрлигини тушуниш;
- бозорни ва бозор ичидаги истеъмолчи базасини рақобатчи фирмалар фаолиятдан кўра яхшироқ тушуниш;
- бозор талаб қиладиган сервисларни таклиф қилиш;
- бозордаги истеъмолчиларга керакли инновацион маҳсулотни таклиф қилиш.

Америка тадқиқотлари шуни кўрсатадики, ниш стратегияси компаниялар учун нафақат бугунги кунда, балки мамлакатдаги ҳар қандай сиёсий вазиятда катта имкониятларни тақдим этади. Бунинг сабаби қанчалик кичик бўлмасин, ҳар доим "Америкада ишлаб чиқариладиган" сегмент мавжуд бўлади ва АҚШ кўпроқ инновацион ва технологик жиҳатдан илғор маҳсулотларни таклиф қила олиш имкониятига эга бўлади.

Ҳозирги кунда Туркия мамлакат жаҳон бозорида тўқимачилик ва кийим-кечак етказиб берувчи энг йирик давлатлардан бири ҳисобланади ва Европа Иттифоқи мамлакатларига экспорт қилувчилар орасида Туркия Хитойдан кейин иккинчи ўринни эгаллайди. Туркия енгил саноати ялпи ички маҳсулотнинг 10 фоизини ташкил қиладиган ва бюджет даромадларининг 40 фоизини таъминлайди (мамлакат иқтисодиётида бу сектор фақат туризмдан олдинда). Мамлакат экспортида енгил саноат маҳсулотлари, жумладан тайёр кийим-кечак, тўқимачилик маҳсулотлари, ип-калавадан тайёрланган буюмлар, гиламлар, синтетик ва тўқимачилик матолари, жун ва ундан тайёрланган буюмлар ҳам асосий ўринни эгаллайди. Туркия кийим ишлаб чиқариш саноатида жинси кийимлар экспорти бўйича дунёда 4-ўринда, пайпоқ экспорти бўйича 2-ўринда, тайёр маҳсулотлар экспорти бўйича Европада 3-ўринда, умумий кийим ишлаб чиқариш экспорти бўйича дунёда 6-ўринни эгаллайди.

Тахминан 66 миллион аҳолига эга Туркия кийим-кечак маҳсулотлари учун катта ички бозорни ташкил этади. Пахта етиштириш ва тўқимачилик ишлаб чиқариш имкониятларини ҳисобга олган ҳолда, тўқимачилик саноати мамлакатдаги етакчи тармоқ бўлиб келган.



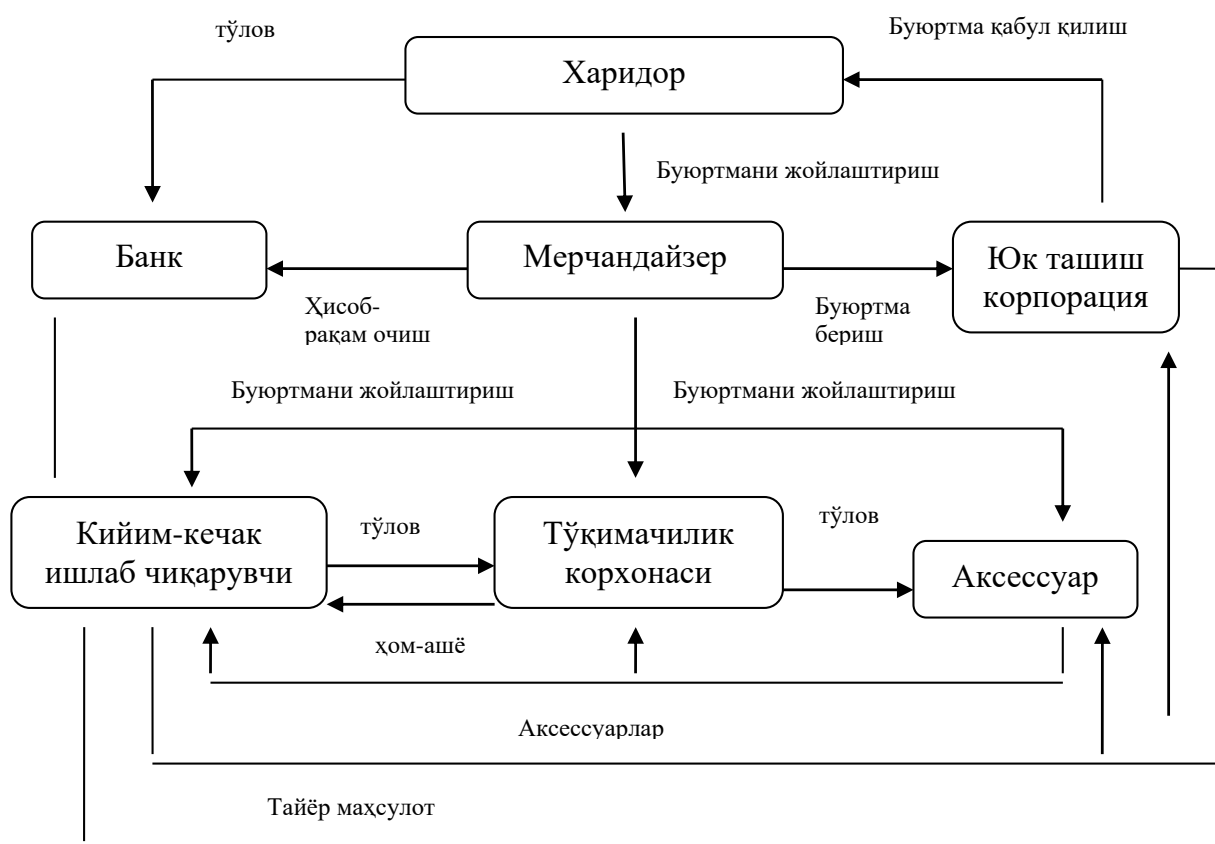
3-расм. Стратегик мувофиқлик модели [2]

Стратегик мувофиқлик модели (Strategik fit model) турк саноати фирмаларини ўнлаб йиллар давомида бошқарган асосий парадигмалардан бири ҳисобланади. Ушбу концепция фавқулдда вазиятлар назариясига асосланади, ташқи муҳит омиллари, фирма тузилиши ва маркетинги стратегияси ўртасидаги "мослик" билан ифодаланади. Ушбу модел Туркияда фаолият юритаётган фирмалар учун бизнес стратегиялари ва маркетинг ёндашувларини таҳлил қилиш ва ишлаб чиқишда ёрдам беради. Модел фирмалар тегишли стратегияларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш орқали ўз бизнесларида муваффақият қозонишлари учун компания профиллари (ресурслар ва имкониятлар) ва ташқи муҳит ўртасида стратегик мослик бўлиши кераклигини таъкидлайди.

Кийим-кечак ва тўқимачилик ишлаб чиқариш саноати Бангладеш иқтисодиётининг муҳим элементи ҳисобланади. Бангладешда тайёр кийим-кечаклар ишлаб чиқарувчи саноати кўплаб кичик ва ўрта тикувчилик фабрикаларидан иборат. Тикувчилик саноати сўнги 25 йил давомида экспорт ҳисобига асосий валюта манбаи бўлиб келмоқда. Айти пайтда мамлакат ҳар йили тўқимачилик маҳсулотлари экспортдан 5 миллиард АҚШ доллар миқдорида даромад олади. Бангладешда йирик кийим ишлаб чиқариш ва тўқимачилик корхоналарнинг фаолиятини ташкил қилишда корхоналар бозорни эгаллаш учун турли хил маркетинг стратегияларидан фойдаланишади.

Бангладеш кийим-кечак ва тўқимачилик маҳсулотларининг аксарияти юз фоиз экспортга йўналтирилган корхоналардир. Натижада корхоналар маҳаллий бозорга жуда оз ҳисса қўшмоқдалар. Қуйида келтирилган расмдан кўринадики, сотиб олиш жараёни ушбу соҳада жуда муҳим рол ўйнайдиган мерчандайзер фаолиятдан бошланади (4-расм). Харидорлар бевосита АКТ воситалари орқали муайян ишлаб чиқарувчи корхонанинг мерчандайзери билан мулоқат қилиши мумкин (B to B бозорида эса E-mail орқали). Харидор билан расмий алоқада бўлганидан сўнг, мерчандайзер тегишли

тадбиркорлик субъектлари билан кейинги алоқаларни ўрнатишни бошлайди. Дастлаб мерчандайзер буюртма ҳақида танланган саноат корхонасига мурожаат қилади ва намуна бўйича маҳсулот ишлаб чиқаришни сўрайди.



4-расм. Тўқимачилик ва кийим-кечак саноатининг сотиш жараёни [3]

Кейинги босқичда мерчандайзер ушбу намунани Бангладешдаги курьер хизматлари орқали харидорнинг манзилига юборади. Намуна харидорлар томонидан маъқул бўлганидан сўнг оммавий ишлаб чиқаришга ўтилиши мумкин. Шу билан бирга мерчандайзер кийим-кечак учун керакли мато етказиб бериш учун тўқимачилик корхонаси билан, унга мос керакли аксессуарлар билан безатиш учун аксессуар етказиб берувчилар билан алоқа ўрнатади. Намуна ҳолати тайёр бўлгач, кийим-кечаклар тайёр маҳсулот ҳолатида оммавий ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш учун яна мерчандайзер банк ва юк ташиш корпорациялари билан ҳам фаолиятни ташкиллаштиришга масъул ҳисобланади.

Бангладешда кўплаб кийим кечак компаниялари ушбу ривожланаётган кийим таъминот занжиридан фойдалишни бошлаган.

Хорижий мамлакатларнинг тажрибаси шуни кўрсатадики, кўпгина давлатларда маркетингнинг анъанавий усуллари орқали савдо оқимларини ташкил этиш деярли мумкин эмас. Бунга бир нечта сабаблар бўлиши мумкин: рақобат муҳитининг кескин ривожланиши; ахборот технологияларининг шиддатли ривожланиши; хом-ашё базасининг таъминланиш йўллариининг турли-туманлиги ва бошқалар. Шунинг учун Ўзбекистон тўқимачилик саноат корхоналари томонидан яратилган товарларни бозорларнинг турли сегментларига етказиб бериш учун маҳаллий хусусиятларни

ҳисобга олган ҳолда бир нечта сотиш каналларни ишлаб чиқиш, маҳсулотларни тарқатишнинг стандарт моделларидан воз кечиш, истеъмолчилар ва ишлаб чиқарувчилар учун хизматлар рўйхатини кенгайтириш, инновацион ёндашувни қўллаш мақсадга мувофиқдир.

Хулоса ва таклифлар

Сўнгги йилларда кўплаб бошқа ривожланаётган мамлакатлар ҳам тўқимачилик саноатида улкан ўсишга эришмоқдалар, чунки уларнинг тўқимачилик ёки тикувчилик саноатига сармоялари кўпаймоқда. Покистон, Индонезия, Таиланд ва Шри-Ланка, шунингдек, бир қатор Жанубий Америка мамлакатлари ҳам сўнгги йилларда тўқимачилик маҳсулотларининг сезиларли даражада ўсишига эришдилар. Жуда ўзгарувчан муҳит ва асосан глобаллашувнинг кучайиши натижасида юзага келган кучли рақобат билан ажралиб турадиган бугунги тўқимачилик бозори иқтисодиётида корхоналар учун узоқ муддатли муваффақиятни сақлаб қолиш тобора қийинлашмоқда. Оддий харажатларни сақлаб қолиш каби усуллардан фойдаланиш ўз аҳамиятини йўқотмоқда. Шунинг учун саноат бозорида маркетингнинг инновацион услубларини ишлаб чиқиш, хусусан, сотиш тизимини такомиллаштириш, хорижий ривожланган компаниялар қўллайдиган 4С назариясини мамлакат тўқимачилик корхоналари фаолиятида қўллаш, бренд имджини яратиш каби хусусиятларни инобатга олиш лозим. Ривожланган мамлакатларнинг тажрибаси шуни кўрсатадики, бренд ҳар бир фирманинг стратегик манбаи ҳисобланади. Брендга эга бўлиш, уни қандай сақлашни ва яхши бошқаришни билиш бозорда муваффақиятга эришишнинг калитига-рақобатбардош устунлик манбаига айланмоқда.

Адабиётлар/Литература/References:

1. 2022-2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида, Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони, 28.01.2022 йилдаги ПФ-60-сон
2. R.V.Chavan Indian textile industry-environmental issues Indian. J. Fibre Text. Res., 26 (2001), pp. 11-21
3. Refik Culpan, Cemal Ekin, Mehmet Kumbaraci. A critical assessment of the Turkish Apparel industry and firms. Journal of global strategic management. 2007-june
4. Md. Khaled Amin, Adnan Hossain. Expanding Apparel and Textile Market through effective Marketing Strategies: A case study of Bangladesh. International Journal of Business & Mgmt. January 2014.
5. Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий-иқтисодий ҳолати ахборотномаси маълумотлари.

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ 5/8 (3) – 2023

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил:

scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).