



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2023
1-сон



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2023 йил, 1-сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда
0561-ракам билан рўйхатга олинган.

ЎЗР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Таҳририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:

и.ф.д. **М.Э.Пўлатов**

Бош муҳаррир

ўринбосари:

профессор **Д.Х.Асланова**

Масъул котиб:

профессор **М.Қ.Пардаев**

Муҳаррирлар:

Ф.А.Сафаров

Ш.З.Ўрозов

Техник муҳаррир:

А.Н.Холиқулов

Корректор:

С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:

Ҳ.Н.Очилова

1 йилда 4 мартаба
чоп этилади.

Ўзбекистон ҳудудида
тарқатилади.

Таҳририят манзили:

140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,

факс: +998(366)231-12-53

эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Таҳририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
ректори, иқтисод фанлари доктори, профессор

Таҳририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва инновациялар
бўйича проректори, иқтисод фанлари номзоди, профессор

Таҳрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Давлат Статис-
тика кўмитаси раиси, иқтисод фанлари доктори, профессор

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.К.Ғойбназаров – иқтисод фанлари доктори, профессор.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ каф.мудир, профессор, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ Самарқанд филиали директори,
иқтисод фанлари доктори, профессор

М.Р.Болтабаев – Ўзбекистон Давлат жисмоний тарбия ва
спорт университети ректори, иқтисод фанлари доктори

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ каф. мудир, и.ф.д., профессор

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ кафедра мудир, и.ф.д.

Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ декани, и.ф.д.

М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.

З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ доценти, и.ф.д.

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Илхом Ачилович Усманов Қурилиш соҳасида ўз-ўзини тартибга солишнинг жаҳон тажрибасини қўллаш	76
Юлдуз Пирназаровна Урунбаева Мухим стратегик вазифаларни ҳал этишда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни	80
Фарход Анварович Сафаров Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида инновацияларни жорий этиш ҳолати ва истиқболлари	85
Насиба Раҳматуллаевна Эргашева Аутсорсинг хизматларининг иқтисодий моҳияти ва аҳамияти	91
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Зарина Улугбековна Ташкенбаева Важность создания положительного имиджа туристических организаций на рынке	96
Бехзод Бахтиёр ўғли Бекназаров Маданий мерос объектларига ташриф буюрувчилар ҳолати ва таҳлили	100
Adxam Anvarovich Karshiyev Turizm sohasini strategik rivojlantirishning ahamiyati	106
Zokirjon Erkinovich Mamarasulov, Izzatillo Xikmatilloevich Shukurov Turistlar marshrutlari uchun ovqatlanish ratsionini takomillashtirish	110
Бекназар Абдуҳалилович Султонов Самарқанд вилоятида гастрономик туристлар хулқ-атвори таҳлили	115
Азиз Қаҳрамонович Тўхтамишов Туризм соҳасида кластерлар ривожланишининг омиллари ва йўналишлари	119
Хонкул Қаҳхарович Самаров Миллий маданий мерос объектларидан фойдаланиб туризмни ривожлантириш истиқболлари	124
КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК	
Gulnora Mardiyevna Shadiyeva The concept of "family economy", its development	129
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Шоира Азимовна Мусаева, Дилфуза Илхомовна Усмонова “Sam anter gilam” МЧЖида маркетингни бошқариш элементларини янада ривожлантириш йўллари	134
Абдуҳолик Эгамович Тангиров Бизнес-моделларини ишлаб чиқиш	140
Наврўзжон Тўхтамишович Маҳкамов Корхоналарни барқарор ривожлантиришда сифат менежменти тизимининг роли	145

МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

Шоира Азимовна Мусаева – СамИСИ профессор в.б.
Дилфуза Илхомовна Усмонова – СамИСИ доценти

“SAM ANTER GILAM” МЧЖДА МАРКЕТИНГНИ БОШҚАРИШ ЭЛЕМЕНТЛАРИНИ ЯНАДА РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мазкур мақолада замонавий маркетинг-менежмент тамойиллари, элементларини таҳлил қилиш, маркетинг бошқарувини шаклланишини ўрганиш, корхонанинг товар ишлаб чиқариш фаолиятига тавсиф бериш, корхонада ишлаб чиқарилаётган товарларнинг ассортиментини, нархи, силжитиш тизими, сифат ва рақобатбардошлигини таҳлил қилиш кўриб чиқилган.
Калит сўзлар: иқтисодиёт, бозор, корхона, рақобат, товар, ассортимент, силжитиш, сифат, таҳлил.

Кириш. Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётини жадал ривожлантириш Стратегиясида тўқимачилик ва тикув саноатига катта аҳамият берилган. Бунинг сабаби, бир томондан пахта хомашёсининг чуқур қайта ишлаш натижасидан қўшилган қиймати юқори бўлган маҳсулотлар яратиш бўлса, иккинчи томондан мамлакатимиз экспорт салоҳиятини оширишда тўқимачилик саноатининг имкониятларининг кўплигидир. Мамлакатимиз Президенти Ш.Мирзиёев томонидан 2017 йил 14 декабрда “Тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноатини жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5285-сонли Фармонининг қабул қилиниши соҳанинг ривожланишига ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Хорижий тажрибаларга таяниб шуни таъкидлаш лозимки корхонанинг бозордаги рақобатбардошлиги унинг бозорга йўналтирилган сиёсатининг самарадорлиги билан белгиланади. Маркетинг тамойилларини ривожлантириш ва уларни амалда қўллаш бўйича кўплаб иқтисодчи олимлар шуғулланиб келган Улар қаторига Ф.Котлер, М.Портер, Д.Эванс, И.Ансофф, М.Берман, М.Голубков, П.Самуэльсон, Д.Маршалл каби таниқли олимларни киритишимиз мумкин.

Мамлакатимизда қатор йиллар давомида маркетинг соҳасида олиб борилган изланишлар миллий хусусиятлардан келиб чиққан ҳолда маркетинг назариясини ривожлантиришга катта ҳисса қўшган олимларни ҳам эътироф этиш лозим. Буларга Р.Ибрагимов, Ё.Абдуллаев, А.Салиев, М.Шарифхўжаев, Д.Рахимова, Ш.Эргашходжаева ва бошқаларни киритиш мумкин.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот жараёнида тизимли ёндашув, абстракт-манتيкий фикрлаш, гуруҳлаш, таққослаш, омилли таҳлил, танланма кузатиш усулларидан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар Гилам маҳсулотлари бозорида илмий тадқиқотимизни мақсадига “SAM ANTER GILAM” МЧЖ қўшма корхонасида маркетингни бошқариш фаолиятини такомиллаштириш, жумладан товар сиёсатини ташкил этилиши, ассортимент сиёсатини йўлга қўйиш, товар ҳаётининг даврини бошқариш, ички ва ташқи бозорларда рақобатбардошлигини ошириш бўйича амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат. Бу мақсадларни амалга ошириш учун куйидаги вазифалар олға сурилган ва ҳал қилинган:

- замонавий маркетинг-менежмент тамойиллари, элементлари ҳамда назарий асосларини танқидий таҳлил қилиш;

- иқтисодиётни эркинлаштириш ва модернизация қилиш шароитида корхоналарнинг маркетинг бошқарувини шаклланишини ўрганиш;

- “SAM ANTER GILAM” МЧЖ қўшма корхонасининг товар ишлаб чиқариш фаолиятига тавсиф бериш;

- корхонада ишлаб чиқарилаётган товарларнинг ассортиментини, нархи, силжитиш тизими, сифат ва рақобатбардошлигини таҳлил қилиш;

“SAM ANTER GILAM” Хорижий корхонаси масъулияти чекланган жамияти ҳам Президент томонидан белгиланган вазифаларни бажаришга ва бозорни сифатли гилам маҳсулотлари билан тўйинтиришга ҳаракат қилади.

Ҳозирги кунда Ўзбекистонда иқтисодийни модернизация қилиш шароитида бўлаётган катта ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда, “SAG” МЧЖ гилам ишлаб чиқариш соҳасида Ўзбекистондаги етакчи корхоналардан биридир.

SAG gilamlari – гилам ва гилам тўшамалар ишлаб чиқарувчи корхона бўлиб, шу давр ичида у кичик тўқимачилик фабрикасидан ҳозирги кунда Ўрта Осиё ва МДХ мамлакатларида етакчи ўринни эгаллаб келаётган корхонагача бўлган узоқ йўлни босиб ўтди.

SAG савдо маркаси – бу гилам саноатида энг илғор технологиялардан фойдаланиш ва мунтазам сифат назоратининг гаровидир. Ип ишлаб чиқаришдан бошлаб ва маҳсулотнинг якуний қадоқлаш жараёнигача бўлган бутун ишлаб чиқариш цикли – фабриканинг ўзида амалга оширилади. Корхонада фақат юқори сифатли ва экологик тоза хомашёдан фойдаланилади. Шунингдек, ISO 9001:2008 сифат назорати халқаро тизими жорий этилган, бу эса маҳсулотларимизнинг барча халқаро меъёр ва сифат стандартларига мувофиқлигининг гаровидир. Корхона Бельгия ва Германиянинг Shoner Wohnen ва VanDeWiele каби энг инновацион асбоб-ускуналари билан жиҳозланган.

SAG – Ўзбекистон Республикасидаги энг йирик иш берувчилардан бири ҳам ҳисобланади. Аҳил ва уюшган жамоа ўз олдига доим улкан мақсадлар қўяди ва ўз мақсадлари йўлида доим муваффақиятларга эришади.

Компаниянинг режаси янада инновацион ускуналарни харид қилиш, янги иш жойларини кўпайтириш ва таклиф этиладиган коллекцияларимиз сонини ошириш йўли билан ишлаб чиқариш ҳажмини кўтаришдан иборат.

Компания бош мақсади – юқори сифатли гилам маҳсулотларининг кенг танловини тақдим этган ҳолда, инсонлар ҳаётига қувонч олиб кириш, шинамлик ва қулайликлар яратишдир. 1-жадвал.

“SAG” МЧЖнинг иқтисодий кўрсаткичларининг динамикаси

	2000й.	2005 й	2010 й	2016 й	2020 й	2022 й.
Замонавий ускуналарнинг жорий этилиши	1	12	25	30	35	40
Ишлаб чиқариш динамикаси (минг,м²)	1000	7000	12000	18000	20000	30000
Ходимлар сони	50	200	500	700	900	1000

Корхонанинг шахсий лабораторияси мавжуд бўлиб, унга 2012 йил асос солинган. 1 ой давомида лабораторияда 30-35 тоннагача бўйаш воситалари ишлаб чиқарилади. Ўзининг шахсий бўйаш воситалари лабораториясига эга Ўзбекистонда ягона гилам корхонасидир.

Корхонада кунига 38 тоннагача ип йигирилади. Бу корхона мамлакатимизда полепропилин (PP BCF, PP HS, PP HS FREEZE, TRICOLOR YARNS) ипларини биринчилардан бўлиб ишлаб чиқаришни йўлга қўйган корхоналардан бири.



1-расм. Корхонада ип ишлаб чиқариш жараёни

Тўқув ипларини ишлаб чиқариш эса 2016 йилда йўлга қўйилган бўлиб, ҳозирда бу йўналишда 350 кишига яқин ишчи ходимлар меҳнат қилмоқда. Йилига ўртача 2,5 тоннагача пахта толалари қайта ишланади. Пахта ва сунъий толалар аралашмасидан иборат тўқув ипларини ишлаб чиқаришга асос солинган корхоналардан бири.

Бундан ташқари корхонада полиестер иплари ҳам ишлаб чиқарилиб, бунга 2016 йилда асос солинган. Йиллик ишлаб чиқариш ҳажми 3,5 тоннани ташкил қилиб, полиестер ипларини ишлаб чиқариш полиэтилен идишларни қайта ишлаш орқали амалга оширилади.

Ушбу корхона нафақат миллий бозор балки чет эл бозорига ўзининг юқори сифатли гилам ва гилам тўшамаларини таклиф этган ҳолда кириб борган. Ҳозирда корхона ўз маҳсулотларини барча МДХ давлатлари (Россия, Украина, Қозоғистон, Тожикистон, Озарбайжон ва бошқалар) ва Хитой, Туркия каби мамлакатларга ҳам экспорт қилмоқда. Корхонанинг экспорт потенциали жуда юқори.

Маркетинг бошқарувининг таҳлили тадқиқотимизнинг назарий қисмида келтирилган маркетинг-микс концепциясига мос равишда ўтказилади, яъни товар (маҳсулот ассортимент), нарх (нарх сиёсати), жой (сотишни ташкил қилиш) ва силжитиш (маркетинг коммуникациялари). Бундан ташқари маркетинг бошқарувини таҳлил қилишда бизлар компаниянинг ходимларга нисбатан бўлган сиёсатини ҳам алоҳида кўриб чиққанмиз.

А) маҳсулот ассортименти ва унинг таҳлили

Товар ассортиментининг ривожланиши корхона маркетингининг энг муҳим функцияси ҳисобланади. У ишлаб чиқарувчининг анъанавий ёки яширин техникавий ва моддий имкониятларини муайян истеъмол қийматига эга бўлган, харидорни қондирадиган ва корхонага фойда келтирадиган маҳсулот ва хизматларга татбиқ этишда намоян бўлади.

SAG қўшма корхонаси маҳсулотлари ассортиментига ўзининг таркиби, ишлаб чиқариш технологияси, зичлиги, патининг узунлиги, ўлчами, кўриниши, дизайни ва бошқа техник параметрлари билан фарқланувчи турли гиламлар, йўлакча, ковролин ва бошқа турдаги тушамалари киради.

Бугунги кунда Республика бозорларида сотилаётган гилам тўшамалар ассортиментини кенгайтириш ва истеъмолчилар талабини қондириш мақсадида SAG қўшма корхонасида 30 га яқин коллекция таркибига кирган 3000 дан зиёд дизайндаги гилам тўшамалар ишлаб чиқариш йўлга қўйилган. Жумладан “Тумарис”, “Зилли”, “Родин”, “Зара”, “Троя”, “Эрон”, “Шайх”, “Пантера” “Шоҳсултон”, “Империл”, “Авангард”, “Супер шагги”, “Исфахон”, “Авангард”, “Баби”, “Империл қахва” коллекциялари ва бошқалар. Бу ердаги коллекциялар дизайни бўйича турлича. Гиламлар турли рангларда ишлаб чиқарилади, асосан 8 рангда бўлади ва шу орқали коллекциялар дизайни бир-биридан фарқ қилади.

2-жадвал

“Sam Antep Gilam” ҚК МЧЖ маҳсулотларининг компания даромадида иштирок

ЭТИШИ

Коллекция номи	Даромаддаги улуши	Ўсиш тарзида
Isfahan	19,45%	19,45%
Tumaris	18,39%	37,84%
Rodin Gray	11,40%	49,24%
Zilly	9,86%	59,1%
Emir	6,98%	66,08%
Ponte	5,24%	71,32%
Reflex	4,62%	75,94%
Therapy	4,61%	80,55%
Avangard	2,89%	83,44%
Baby	2,87%	86,31%
X(20 та бошқалар)	13,69%	100%
Умумий	100,00%	

“Sam Antep Gilam” ҚК МЧЖ маҳсулотларининг компания учун аҳамиятини баҳолаш

Коллекция номи	Даромадаги улуши	Ўсиш тарзида	Гурухланиши
Isfahan	19,45%	19,45%	A
Tumaris	18,39%	37,84%	A
Rodin Gray	11,40%	49,24%	A
Zilly	9,86%	59,1%	A
Emir	6,98%	66,08%	A
Ponte	5,24%	71,32%	A
Reflex	4,62%	75,94%	A
Therapy	4,61%	80,55%	B
Avanguard	2,89%	83,44%	B
Baby	2,87%	86,31%	B
X(20та бошқалар)	13,69%	100%	B-C
Умумий	100,00%		

Бизнинг ҳолатда А гуруҳ (қонуният бўйича 15-80%) Sheyx, Imperial, Iran, Aladin, Almira, Zara, Fortuna (ассортиментнинг 23%и) умумий даромаднинг 75,94% ини ташкил этди, В гуруҳ ва С гуруҳ Super Shaggy, Troya, Imperial Grey ва бошқа 20 та коллекциялар даромаднинг қолган миқдорини ташкил этди. Бундан кўришиб турибдики, корхона учун А гуруҳдаги коллекциялар даромаднинг асосий манбалари экан.

Маҳсулотларни бундай гуруҳларга ажратиш орқали, корхона айнан қайси товарлар гуруҳи асосий даромад манбаи эканлигини аниқлаши тўғрисидаги ҳисоботга эга бўлиши мумкин.

“Sam Antep Gilam” ҚК МЧЖ маҳсулотларининг компания даромадида диққат марказида бўлган яна бир йўналиш – бу гиламларнинг шакли ва ранглар уйғунлигидир. Охирги йилларда бизлар буюртмачининг хоҳишига қараб ҳар қандай ўлчамдаги гиламлар ишлаб чиқаришни йўлга қўйганмиз, яъни индивидуал буюртмалар устида ишлашни жорий этганмиз. Бугунги кун вазифамиз турли шаклдаги (айлана, овал, мураккаб шакллар) гилмалар ишлаб чиқарилишини жорий қилишдир. Бунда истеъмолчиларнинг дизайнга бўлган талаблари тўла қондирилиши мумкин бўлади.

Товар сиёсатининг яна бир жиҳати гиламларнинг тўқиш зичлигини оширишдан иборат, яъни гиламлар майинлиги ва функционал жиҳатларини оширишдир. Бу йўналишда корхона раҳбарияти томонидан ишлаб чиқаришни модернизациялашга қаратилган сиёсатини қайд этиш мумкин. Бугунги кунда ишлаб чиқаришни янада такомиллаштириш бўйича инвестицион лойиҳалар устида ишламоқда. Гиламларда қўлланиладиган ипларнинг турларини ошириш, рангларнинг мустаҳкамлигини таъминлаш, гилам маҳсулотлари ассортиментини кенгайтириш каби йўналишлар ҳам маҳсулотларимиз сифатини ошириш сиёсатининг алоҳида жиҳатлари ҳисобланади.

Ривожланган бозор муносабатлари инновацияларсиз бўлмайди, шунинг учун корхона илмий изланишларга катта эътибор билан қарайди ва илмий изланишлар натижаларини жорий қилишга ҳаракат қилиб келади.

Б) Нарх сиёсати ва унинг таҳлили

“Sam Antep Gilam” ҚК МЧЖнинг нарх сиёсати ишлаб чиқариладиган маҳсулотларнинг функционал вазифаси ҳамда харид қилиш мақсадидан келиб чиқади. Бунда компания маҳсулотларининг тоифаларга ажратилиши уларнинг нархини белгилашнинг асосий мезони ҳисобланади.

А-тоифаси: Истеъмолчи учун мавқеини тасдиқлайдиган, уй беаги сифатида тан олинадиган, юқори сифатли хомашёдан ишлаб чиқариладиган ва индивидуал хоссаларга эга маҳсулотлар. Одатда бу маҳсулотлар коллекция таркибида бўлиб ҳар бир истеъмолчининг талабини қондиришга йўналтирилади;

В-тоифаси: юқори сифатли хом ашёдан ишлаб чиқарилган, дизайни билан ажралиб

турадиган, аммо оммавий дизайн ва модага мос келадиган маҳсулот партияларини ўз ичига оладиган, аҳолининг юқори ва ўрта даромадли қатламига мўлжалланган маҳсулотлар;

С-тоифаси: Аҳолининг талабларига мос ржавишда оммавий ишлаб чиқариладиган гилам маҳсулотлари. Уларнинг асосий хусусияти истеъмолчиларнинг кўпчилик қисмига йўналтирилганлиги, нарх ва сифатнинг уйғунлиги ҳамда буюртма бажарилишида тезкорликка риоя қилинишидир.

Д-тоифаси. Жамоатчилик жойлари, корхона ва ташкилотлар учун ишлаб чиқариладиган гилам ва тўшама маҳсулотлари.

Ҳар бир тоифа маҳсулотлари учун “Sam Antep Gilam” ҚҚ МЧЖ компания ўзига хос нарх сиёсатини яратиб боради. Компания ишлаб чиқарадиган маҳсулотларнинг айримларига 2021 йилда шаклланган нархлари қуйидаги жадвалда келтирилган (4-жадвал).

4-жадвал.

“SAG” МЧЖ гиламларининг 2021 йилнинг 1 апрель ҳолатига бозор нархи

т/р	Коллекция номи	ҚҚС сиз	ҚҚС билан (чакана нарх)
1	Isfahan	373300	485300
2	Tumaris	324700	422050
3	Rodin Gray	243300	316250
4	Zilly	132200	158700
5	Emir	133300	160000
6	Ponte	248000	330050
7	Reflex	135600	165600
8	Therapy	243300	316250
9	Avangard	99700	119600
10	Baby	99700	119700

Компаниянинг нарх сиёсатини ишлаб чиқаришда асосан рақобатчиларнинг нархларига эътибор қаратилади, бошқа томондан корхона республика ва хориждаги ҳамкорлар билан келишилган ҳолда иш кўриши кўрсатиб ўтилган.

В) Товар тарқатиш сиёсатининг таҳлили

“SAG” МЧЖ қўшма корхонаси гилам бозорида барча жиҳатлар бўйича етакчилик қилиб келмоқда. Ҳозирги кунга келиб Ўзбекистон ҳудуди бўйлаб 500 дан ортиқ савдо нуқталарида ушбу корхонанинг гилам маҳсулотлари сотилмоқда.

Ҳар бир вилоятда “SAG” қўшма корхонаси ўзининг расмий диллери ва дўконларига эга бўлиб, уларнинг сони 20 дан ортиқ (...-жадвал) Дилерлар республиканинг деярли барча йирик шаҳарларда мавжуд: Тошкент, Самарқанд, Навоий, Бухоро, Урганч, Нукус, Қарши, Термиз, Наманган, Андижон, Фарғона, Қўқон, Жиззах, Гулистон.

5-жадвал.

“SAG” МЧЖнинг расмий диллер ва дўконлари

№	Шаҳар номи	Дўкон номи	Манзили
1	Тошкент	“SAG GILAMLAR DUNYOSI”	Кўксарой кўчаси, Тахта бозор
2		“SAG GILAMLARI”	ТХЙ, Бек-тўпи Савдо комплекси
3		“SAG”	Кушбеги массиви, КХЙ кўчаси, 14
4		“SAG”	Чинобод, Бардавом кўчаси, 27
5		“IDEA HOME”	ТХЙ кўчаси, Мед шаҳарча
6		“SAG”	Чилонзор, Богистон кўчаси, 4А
7	Самарқанд	“SAG”	Рўдакий кўчаси, 229
8	Навои	“SAG”	Ғалаба шоҳ кўчаси, 197
9	Бухоро	“SAG”	Хўжануробод кўчаси, 11
10	Урганч	“SAG”	Фидокорлар, 1 уй 1
11	Нукус	“SAG”	Ж.Аймирзаева, 93
12	Қарши	“SAG”	Ўзбекистон кўчаси, 405

13	Термиз	“SAG”	Тараққиёт, 47А
14	Наманган	“SAG”	Гирвонсой, 11
15	Андижон	“SAG” Кашмир дўкон	Мустақиллик, 21
16		“SAG”	Кўшарик даҳаси кўчаси, 1
17	Фарғона	“SAG”	Жойдам кўчаси, 24
18	Кўкон	“SAG”	А.Навоий кўчаси, 147А
19	Жиззаҳ	“SAG”	Ором бозор
20	Гулистон	“SAG”	Маҳалла массиви

Г) Товари бозорда силжитиш сиёсати.

“SAG” МЧЖ қўшма корхонасининг реклама ва коммуникация сиёсати истеъмолчиларга кўпроқ маълумот етказиб беришга қаратилган. Бунда биринчи ўринда электрон ахборот воситалайдан фойдаланилади, компаниянинг сайти (<https://www.sag.uz/uz>), телеграмм, фейсбук, инстаграмм, твиттер ижтимоий тармоқлардаги саҳифалар ва каналларнинг ташкил этилганлигини таъкидлаш лозим. Компания ташқи рекламага ҳам катта аҳамият бериб келмоқда. Гилам маҳсулотларининг вазифалари ва хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда компания улгуржи харидорлар билан алоқаларни кенгайтиришга катта эътибор қаратиб келади. Коммуникацион сиёсат корхона маркетинг бўлимининг асосий вазифаларидан ҳисобланади. “SAG” МЧЖ қўшма корхонаси хорижда савдо уйлари ташкил қилишга ҳам ҳаракат қилади. Масалан, 2020 йил 9 мартда Нью-Йорк шаҳрида “SAG” ўзбек гиламлари ва “Gulnog” ипак маҳсулотлари савдо уйининг очилиш маросими бўлиб ўтди. Ўзбекистоннинг АҚШдаги элчихонаси хабарига кўра, ушбу савдо уйи АҚШдаги иккинчи ўзбек миллий енгил саноат маҳсулотлари намойиш майдони бўлиб, бундан аввал 2019 йилда Филадельфия шаҳрида ҳам ана шундай савдо маркази очилган эди.

Олиб борилган таҳлилларнинг натижалари шуни кўрсатдики “SamAntepGilam” МЧЖда маркетинг бошқарувини амалга ошириш бўйича ўзига хос ёндашув шаклланди, яъни технологик ва техник жиҳатдан рақобатчилардан ўзиб кетиш ва маҳсулот сифатига қафолат беришдир. Мазкур ёндашув корхона ташкил қилинган даврда яхши самара берганлигини ҳисобга олган ҳолда бугунги кунда ҳам гилам сотиш бозорида корхонанинг муваффақиятига салмоқли ҳисса қўшиб келмоқда.

Аммо бугунги кунда миллий ва хорижий бозор конъюнктурасида кескин ўзгаришлар бўлиши ва потенциал истеъмолчилар хулқ-атворини мураккаблаштириш маркетинг фаолиятида ривожланиш заруратини пайдо қилмоқда. Бунда харидор билан мулоқот қилиш, сотиш ва сотишдан кейинги жараёнларига эътибор кучайтирилиши талаб қилинади.

Хулоса ва таклифлар.

Замонавий маркетинг фаолияти жаҳон бозорида рақобатбардошликни оширишнинг асосий қуролига айланган, шу сабабли Ўзбекистон корхоналари олдида маркетингнинг энг илғор технологиялардан фойдаланишини таъминлаш зарур бўлмоқда. Айниқса Ўзбекистон иқтисодиётининг кучли тармоқларидан бири бўлмиш тўқувчилик-трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришда маркетинг самарадорлигини ошириш катта аҳамиятга эга. Ушбу муаммонинг долзарблиги муҳтарам Президентимизнинг охириги йилларда қабул қилган қатор Фармон ва Қарорлари билан тасдиқланади. Корхоналарда маркетингнинг самарадорлигини ошириш зарурати бизнинг диссертациямизда олиб борилган изланишларимизнинг мақсадини ташкил қилган ва қуйидаги хулосаларга асос бўлмоқда.

1. Маркетингнинг замонавий концепцияси ишлаб чиқариш маркетинг билан бир қаторда ижтимоий этик маркетинг (ижтимоий мақсадлар, ташкилий маданият, корпоратив масъулият), янги ғоялар маркетинги (ахборот технологиялари, истеъмолчи, фан-техника тараққиёти), ҳиссий хулқ-атвор маркетинги (харид жараёни, истеъмол жараёни, харид мотивацияси), маркетинг-микс (“4Р” маркетинги, “7Р” маркетинги, “15Р” маркетинги), логистик маркетинг (маркетинг ва логистика интеграцияси, харидларни бошқариш, мижозларни бошқариш) каби концепцияларни ўзида мужассамлаштирган;

2. Ушбу концепцияларда маркетинг бошқарув ёки маркетинг-микс концепцияси

бошқаларга нисбатан универсал бўлиб, ишлаб чиқариш корхоналари учун қулай ва самарали ҳисобланади. Машҳур “4P” тамойили деярли барча соҳаларда маркетинг бошқарувининг тимсоли сифатида қабул қилинган. Шу билан бирга охириги йилларда маркетингнинг муомала соҳасига кириб бориши кўшимча тамойилларнинг ривожланишига туртки бўлган, яъни “7P” концепциясига олиб келган.

3. Ўзбекистон тўқимачилик соҳаси мамлакатимиз халқаро рақобатчилигининг драйверларидан бири ҳисобланади. Охириги йилларда пахта хом-ашёсининг ўзимизда қайта ишланиши натижасида тўқимачилик-тикув саноатида катта ўзгаришлар юз берган. Айниқса гилам тўқиш корхоналар сонининг ривожланиши гилам маҳсулотлари бозорида рақобатчилиқнинг кучайишига олиб келмоқда.

4. “SAM ANTEP GILAM” кўшма корхонасида маркетинг фаолиятини бошқариш юқоридаги тамойилларга асосланган бўлиб маҳсулот сифати ва ассортименти, нархи, сотиш технологияси ва товарни бозорда силжитиш жараёнларини қамраб олмақда. Шу билан бирга ишлаб чиқаришга эътиборнинг қаратилиши бозордаги рақобатбардошлигига салбий таъсир кўрсатмоқда.

Юқоридаги олиб борилган назарий ва амалий изланишлар “SAM ANTEP GILAM” кўшма корхонаси маркетинг бошқарувида кўшимча тамойилларга эътибор қаратишни талаб қилмоқда. Бизнинг фикримизча, маркетингни бошқаришнинг бозор сиёсати жиҳатларига, яъни инсонлар, сотиш жараёни ва сотиш муҳитини ривожлантириш каби учта тамойил корхонанинг диққат марказида бўлиши лозим. Таклиф этилаётган тамойилларнинг жорий қилиниши “SAM ANTEP GILAM” кўшма корхонаси фаолиятининг самарадорлиги ва рақобатбардошлигини оширади.

<p>Ш.Мусаева, Д.Усмонова Пути дальнейшего развития элементов управления маркетингом в ООО «Сам Антеп Гилам».</p>	<p>Sh.Musaeva, D.Usmonova Ways of further development of marketing management elements in "Sam Antep Gilam" LLC.</p>
<p>Аннотация: В данной статье анализируются принципы и элементы современного управления маркетингом, изучается становление управления маркетингом, описывается производственная деятельность предприятия, анализируются ассортимент, цена, система движения, качество и конкурентоспособность товаров, выпускаемых на предприятии.</p> <p>Ключевые слова: экономика, рынок, предприятие, конкуренция, товар, ассортимент, качество, анализ.</p>	<p>Abstract: This article analyzes the principles and elements of modern marketing management, studies the formation of marketing management, describes the production activities of the enterprise, analyzes the assortment, price, movement system, quality and competitiveness of goods manufactured at the enterprise.</p> <p>Keywords: economy, market, enterprise, competition, product, assortment, quality, analysis.</p>

Абдухолик Эгамович Тангиров – СамИСИ доценти, и.ф.н.

БИЗНЕС-МОДЕЛЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ

<p>Аннотация: мақолада бизнес-моделли моҳияти ва мақсади, компаниянинг бизнес-моделининг мазмунини белгилайдиган асосий элементлари, компания бизнес-моделли ва уни шакллантиришнинг асосий босқичлари каби масалалар ўрганилган.</p> <p>Калит сўзлар: бизнес-моделли, режа, ғоя, бошқариш, самарадорлик, баҳолаш, шакллантириш, рақобат, қиймат, фойда.</p>
--

Кириш. Бозор рақобати шароитда хўжалик юритувчи субъектларнинг самарали фаолият юритишини таъминлаш алоҳида аҳамиятга эга бўлиб, бу корхонанинг бозор қийматининг ошиши билан тасдиқланади. Корхоналар фаолияти самарадорлигини ошириш масалаларини уларнинг самарали бизнес-моделлини шакллантирмасдан туриб ҳал

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

9.03.2023 йилда теришга берилди. 22.03.2023 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт
табағи 12,5. Адади 100 нусха. Буюртма № 0016 А/23.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2023