

ISSN 2181-2357

XALQARO NAZARIY VA AMALIY TADQIQOTLAR
JURNALI

INTERNATIONAL JOURNAL OF THEORETICAL AND PRACTICAL RESEARCH

JURNAL FARG'ONA POLITEXNIKA
INSTITUTI HAMKORLIGIDA NASHR
ETILADI



VOLUME 2,
Issue 5
2022



9 772181 235007 >



«Al-Ferganus» MChJ Nashriyot markazi.

A. M. Abdullayev

2-tom, 5-son.

«Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali»

Ilmiy jurnal.

May 2022 y.

2021 yil noyabrdan beri nashr etilmoqda.

Oyiga bir marta nashr etiladi. 16+

Tahririyat kengashi raisi Salomov O'ktam Raximovich, Rector of FerPI

Bosh muharrir K. I. Kurpayanidi

Tahririyat hay'ati: A.M.Abdullaev, M.S.Ashurov, E.A.Mo'minova, K.X.Abduraxmonov, A.N.Asaul, A.V.Burkov, U.V.G'ofurov, M.A.Ikromov, D.Kudbiev, E.S.Margianiti, B.Obrenovich, L.NA Sultonov, L.NA. , A.Xasanov, Sh.T.Karimov, Sh.Sh.Salixanova, U.K.Alimov, S.M.Turabdjano, B.A.Alimatov, R.J.Tozhiyev, A.A.Risqulov, B.M.Tursunov, A.A.Shermukhamedovsh, Y.S.A. H.A.Akramov, M.X.Hakimov, Sh.M.Iskandarova, Z.M.Sobirova, A.M.Muxtorova, L.M.Babaxo'jaeva.

Tahririyat manzili: 150107

Farg'ona shahri, Farg'ona ko'chasi, 86 -

uy

Тел. +998971003888

<https://alferganus.uz/en/site/index>

E-mail: alferganus.ltd@gmail.com



IF(Impact Factor) **8.7 / 2021**
<http://journalseeker.researchbib.com/view/issn/2181-2357>



TOGETHER WE REACH THE GOAL
SJIF 2022: 5,962
<http://sjifactor.com/passport.php?id=21994>

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti administratsiyasi huzuridagi axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligida ro'yxatga olingan.

Ro'yxatga olish № 1189 Berilgan sanasi: 17-06-2021.

Xalqaro nazariy va amaliy tadqiqotlar jurnali Crossref, OpenAIRE, Google Scholar bazalariga kiritilgan.

Impact-faktor 2021 Evaluation Pending



CC litsenziyasi turi: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

Jurnal jahon va mintaqaviy darajada fan va amaliyotning rivojlanish masalalariga bag'ishlangan.

Jurnal olimlar, o'qituvchilar, doktorantlar, talabalar uchun mo'ljallangan.

Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali.

2022. T. 2. №5. <https://alferganus.uz>

ISSN 2181-2357



9 772181 235007 >

© «Al-Ferganus» nashriyot markazi,
2022 Farg'ona, O'zbekiston





Publishing Center «Al-Ferganus» LLC.
A. M. Abdullaev
“International journal of theoretical and practical research”
Scientific Journal.
Published since November 2021.
Schedule: monthly. 16+

Volume 2, Issue 5

May, 2022.

Chairman of the Editorial Board Salomov Uktam Rakhimovich, FarPI rektori

Editor-in-chief K. I. Kurpayanidi

Editorial Board: A. M. Abdullaev, M. S. Ashurov, E. A. Muminova, K. Kh. Abdurakhmanov, A. N. Asaul, A. V. Burkov, U. V. Gafurov, M. A. Ikramov, D. Kudbiev, E. S. Margianiti, B. Obrenovich, L. Ivars, K. E. Onarkulov, N. A. Sultanov, A. Khasanov, Sh. T. Karimov, Sh. Sh. Khamdamova, D. S. Salikhanova, U.K. Alimov, S.M. Turabdzhanov, B.A.Alimatov, R.Zh. Tozhiev, A.A. Riskulov, B.M. Tursunov, A.A. Shermukhamedov, S. F. Ergashev, Y.S. Abbasov, Kh.A. Akramov, M.Kh. Khakimov, Sh.M. Iskandarova, Z.M. Sobirova, A.M. Mukhtarova, L.M. Babakhodzhaeva.

Address of the editorial office:

150107

Fergana city, Fergana str., 86.

Phone +998971003888

<https://alferganus.uz/en/site/index>

E-mail:

alferganus.ltd@gmail.com



IF(Impact Factor) **8.7 / 2021**

<http://journalseeker.researchbib.com/view/issn/2181-2357>



TOGETHER WE REACH THE GOAL
SJIF 2022: 5,962

<http://sjifactor.com/passport.php?id=21994>

Registered with the Agency of Information and Mass Communications under the Administration of the President of the Republic of Uzbekistan.
Registration No. 1189 dated 17-06-2021.

The journal "International Journal of Theoretical and Practical Research" is included Crossref, OpenAIRE, Google Scholar.

Impact-factor 2021 Evaluation Pending



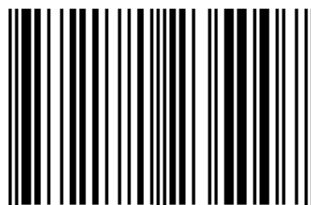
License type supported CC: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

The Journal addresses issues of global and regional Science and Practice. For scientists, teachers, doctoral students, students.

(2022). International journal of theoretical and practical research, 2(5).

<https://alferganus.uz>

ISSN 2181-2357



9 772181 235007 >

© Publishing Center«Al-Ferganus»,
2022, Fergana, Uzbekistan



License type supported CC: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



Издательский центр «Al-Ferganus» ООО.

А. М. Абдуллаев

«Международный журнал теоретических и практических исследований»

Научный журнал.

Издается с ноября 2021 г.

Выходит один раз в месяц. 16+

Том 2, Номер 5.

Май 2022 г.

Председатель редакционного совета Саломов Уктам Рахимович, ректор ФерПИ

Главный редактор К. И. Курпаяниди

Редакционная коллегия: А.М.Абдуллаев, М.С.Ашуров, Э.А.Муминова, К.Х.Абдурахманов, А.Н.Асаул, А.В.Бурков, У.В.Гафуров, М.А.Икрамов, Д.Кудбиев, Э.С.Маргианити, Б.Обренович, Л.Иварс, К.Э.Онаркулов, Н.А.Султанов, А.Хасанов, Ш.Т.Каримов, Ш.Ш.Хамдамова, Д.С.Салиханова, У.К.Алимов, С.М.Турабджанов, Б.А.Алиматов, Р.Ж.Тожиев, А.А.Рискулов, Б.М.Турсунов, А.А.Шермухамедов, С.Ф.Эргашев, Ё.С.Аббасов, Х.А.Акрамов, М.Х.Хакимов, Ш.М.Искандарова, З.М.Собирова, А.М.Мухтарова, Л.М.Бабаходжаева.

Адрес редакции: 150107

г. Фергана, ул. Ферганская, 86

Тел. +998971003888

<https://alferganus.uz/en/site/index>

E-mail: alferganus.ltd@gmail.com



IF(Impact Factor) 8.7 / 2021

[http://journalseeker.research](http://journalseeker.researchbib.com/view/issn/2181-2357)

[hbib.com/view/issn/2181-](http://journalseeker.researchbib.com/view/issn/2181-2357)

[2357](http://journalseeker.researchbib.com/view/issn/2181-2357)



TOGETHER WE REACH THE GOAL

SJIF 2022:5,962

[http://sjifactor.com/passp](http://sjifactor.com/passport.php?id=21994)

[ort.php?id=21994](http://sjifactor.com/passport.php?id=21994)

Зарегистрирован в Агентстве информации и массовых коммуникаций при Администрации

Президента Республики Узбекистан.

Регистрации № 1189 от 17-06-2021.

Журнал «Международный журнал теоретических и практических исследований» включен в Crossref, OpenAIRE, Google Scholar.

Импакт-факторы журнала: 2021 Evaluation Pending



Тип лицензии CC поддерживаемый журналом: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

В журнале рассматриваются вопросы развития мировой и региональной науки и практики. Для ученых, преподавателей, докторантов, студентов.

Международный журнал теоретических и практических исследований. 2022. Т. 2. №5.

<https://alferganus.uz>

ISSN 2181-2357



9 772181 235007 >

©Издательский центр «Al-Ferganus»,
2022, Фергана, Узбекистан



License type supported CC: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



TABLE OF CONTENTS

Iqtisodiy fanlar / Economic Sciences/ Экономические науки

- | | | |
|----|---|-----------|
| 1. | Saidaxror Saidakhmedovich Gulyamov, Abbas Tairovich Shermukhamedov, Mukhitdinova M. H. | 7 |
| | <i>Development of artificial intelligence in Uzbekistan</i> | |
| 2. | Gulnara Mukhammedzhanovna Davlyatova, Sevarakhon Hasanovna Abdullaeva | 18 |
| | <i>Ensuring the economic stability of textile enterprises based on the development of inter-sectoral relations in the economy</i> | |
| 3. | Julia Mikhailovna Nikiforova | 30 |
| | <i>Intellectual capital navigator as a resource assessment tool business entity</i> | |
| 4. | Nozimjon Nabijonovich Rasulov | 58 |
| | <i>Problems of improving the use of marketing research in the footwear market</i> | |

Pedagogika fanlari / Pedagogical sciences/ Педагогические науки

- | | | |
|----|--|-----------|
| 5. | Farkhod Musazhonovich Nishonov | 75 |
| | <i>Problems of organization of individual works of students in mathematics</i> | |

Texnik fanlar / Technical sciences / Технические науки

- | | | |
|----|---|-----------|
| 6. | Nuritdin Rakhimovich Shukurov, Rakhmatulla Tangrikulovich Khalikov | 81 |
| | <i>Ways to reduce water consumption during car maintenance</i> | |

Review of the monograph / monografiyaga taqriz / Рецензия на монографию

- | | | |
|----|--|-----------|
| 7. | Akmaljon Akhmadzhonovich Urinov | 87 |
| | <i>Review of the textbook of Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics of the Fergana Polytechnic Institute Kurpayanidi K.I. and Doctor of Economics, Acting Professor Muminova E.A. edited by Doctor of Economics, Professor of the Tashkent State University of Economics Ikramov M.A. "Fundamentals of Economic knowledge" for students of the joint study project Novosibirsk State Technical University of higher education 5311000 Automation and control of technological processes and production (by industry)</i> | |

E'lon / Reklama / Advertisement

- | | | |
|--|-------------------------|-----------|
| | <i>Advertisement</i> | 89 |
| | <i>Our publications</i> | 96 |





International journal of theoretical and practical research

Scientific Journal

Year: 2022 Issue: 5

Volume: 2

Published:

31.05.2022

<http://alferganus.uz>

Citation:

Rasulov. N.N. (2022). Problems of improving the use of marketing research in the footwear market. *SJ International journal of theoretical and practical research*, 2 (5), 58-74.

Расулов, Н.Н. (2022). Пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланишни такомиллаштириш муаммолари. *Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali*, 2 (5), 58-74.

Doi:

<https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.6945586>

Nozimjon Nabijonovich Rasulov
PhD, Department of Management,
Fergana Polytechnic Institute



QR-Article

UDC 338.45

PROBLEMS OF IMPROVING THE USE OF MARKETING RESEARCH IN THE FOOTWEAR MARKET

Abstract: *In the world, research is being conducted on the use of marketing research methods in the effective organization of market activities of shoe enterprises, the organization of marketing research based on consumer-oriented concepts, the use of digital marketing, the use of modern methods of collecting, processing and analyzing data, the development of long-term marketing strategies based on reducing the effectiveness of innovative research, improving the foundations of the formation of local shoe brands. Currently, research is being carried out in priority areas to reduce the costs of marketing research at shoe enterprises, the formation of managers for conducting analytical research, improving the scientific and methodological basis for the use of experimental models and target software complexes, software based on "artificial intelligence". In Uzbekistan, the shoe industry is an important sector of the economy, and a kind of marketing environment has been formed on the market. The article analyzes some problems of improving the use of marketing research in the segment of the shoe industry.*

Keywords: *marketing, shoe industry, strategy, marketing strategy, economy of Uzbekistan.*

ПОЙАФЗАЛ МАҲСУЛОТЛАРИ БОЗОРИДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ



**Нозимжон Набиджонович Расулов**

PhD, "Менежмент" кафедраси, Фаргона политехника институти

Аннотация: Жаҳонда пойафзал ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг бозор фаолиятини самарали ташиқил этишида маркетинг тадқиқоти усулларидан фойдаланиши, бозор тадқиқотларини истеъмолчиларга йўналтирилган концепциялар асосида ташиқил этиши, рақамли маркетингдан фойдаланиши, ахборотларни йиғиши, қайта ишлаш ва таҳлил қилишининг замонавий усулларини қўллаши, инновациялар асосида тадқиқотлар самарадорлигини ошириши орқали узоқ муддатли маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиши, маҳаллий пойафзал брендларини шакллантириши асосларини такомиллаштириши бўйича тадқиқотлар олиб борилмоқда. Ҳозирги кунда пойафзал ишлаб чиқарувчи корхоналарда маркетинг тадқиқотлари ўтказиши харажатларини қисқартириши, амалий тадқиқотлар ўтказиши бўйича менежерларнинг кўникмаларини шакллантириши, тадқиқотларда эксперимент моделлардан ҳамда мақсадли дастурий тизимлар, ахборотлар билан ишлашда «сунъий интеллект» асосида ишловчи дастурий маҳсулотлардан фойдаланишининг илмий услубий асосларини такомиллаштириши бўйича устувор йўналишларда илмий тадқиқотлар олиб борилмоқда. Ўзбекистонда пойафзал саноати иқтисодиётнинг муҳим тармоғи ҳисобланиб, унинг бозорида ўзига хос маркетинг муҳити шаклланган. Мақолада пойафзал саноати сегментида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланишни такомиллаштиришининг баъзи муаммолари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: маркетинг, пойафзал саноати, стратегия, маркетинг стратегияси, Ўзбекистон иқтисодиёти.

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА РЫНКЕ ОБУВНОЙ ПРОДУКЦИИ

Нозимжон Набиджонович Расулов

PhD, кафедра "Менежмент", Ферганский политехнический институт

Аннотация: В мире проводятся исследования по использованию методов маркетинговых исследований в эффективной организации рыночной деятельности обувных предприятий, организации маркетинговых исследований на основе концепций, ориентированных на потребителя, использования цифрового маркетинга, применения современных методов сбора, обработки и анализа данных, разработки долгосрочных маркетинговых стратегий на основе повышения эффективности инновационных исследований, совершенствования основ формирования местных обувных брендов. В настоящее время проводятся исследования в приоритетных направлениях по снижению затрат маркетинговых исследований на обувных предприятиях, формированию навыков менеджеров по проведению аналитических исследований, совершенствованию научно-методической базы по использованию экспериментальных моделей и целевых





программных комплексов, программного обеспечения на основе «искусственного интеллекта». В Узбекистане обувная промышленность является важным сектором экономики, и на рынке сформирована своеобразная маркетинговая среда. В статье проанализированы некоторые проблемы совершенствования использования маркетинговых исследований в сегменте обувной промышленности.

Ключевые слова: *маркетинг, обувная промышленность, стратегия, маркетинговая стратегия, экономика Узбекистана.*

Кириш

Жаҳон мамлакатларида пойафзал саноати азалдан саноатлашишининг «старт олувчи» соҳаси бўлиб келган. «Ривожланган мамлакатларда пойафзал саноатининг саноат ишлаб чиқариши таркибидаги улуши 8-12 фоизни ташкил қилиб, ички бозорни маҳаллий ишлаб чиқарилган маҳсулотлар билан 75-85 фоизга тўлдиришга имкон берган». Бинобарин, пойафзал саноати энг ривожланган Италия, Туркия ва Хитой каби мамлакатлар амалий маркетинг тадқиқотларидан самарали фойдаланиш, чарм-пойабзал, мўйна, қоракўл маҳсулотлари ҳамда жундан ишланган буюмлар сегментларида ташқи бозорларнинг маркетинг тадқиқотларини тизимли равишда олиб бориш, экспорт салоҳиятини кенгайтиришни қўллаб-қувватлаш, моделлаштириш ва маҳсулот брендини ошириш, шунингдек, инновацион маркетинг стратегиялари асосида жаҳон бозорида рақобатбардошлигини оширишга эришмоқдалар.

Жаҳонда пойафзал ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг бозор фаолиятини самарали ташкил этишда маркетинг тадқиқоти усулларида фойдаланиш, бозор тадқиқотларини истеъмолчиларга йўналтирилган концепциялар асосида ташкил этиш, рақамли маркетингдан фойдаланиш, ахборотларни йиғиш, қайта ишлаш ва таҳлил қилишнинг замонавий усуллари қўллаш, инновациялар асосида тадқиқотлар самарадорлигини ошириш орқали узоқ муддатли маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, маҳаллий пойафзал брендларини шакллантириш асосларини такомиллаштириш бўйича тадқиқотлар олиб борилмоқда. Ҳозирги кунда пойафзал ишлаб чиқарувчи корхоналарда маркетинг тадқиқотлари ўтказиш харажатларини қисқартириш, амалий тадқиқотлар ўтказиш бўйича менежерларнинг кўникмаларини шакллантириш, тадқиқотларда эксперимент моделлардан ҳамда мақсадли дастурий тизимлар, ахборотлар билан ишлашда «сунъий интеллект» асосида ишловчи дастурий маҳсулотлардан фойдаланишнинг

илмий услубий асосларини такомиллаштириш бўйича устувор йўналишларда илмий тадқиқотлар олиб борилмоқда. Ўзбекистонда пойафзал саноати иқтисодиётнинг муҳим тармоғи ҳисобланиб, унинг бозорида ўзига хос маркетинг муҳити шаклланган. Тармоқда 450 минг киши иш билан банд. Чарм-пойабзал ишлаб чиқариш ва унинг савдосини ташкил этиш соҳасида мингга яқин кичик корхоналар самарали фаолият юритмоқда. Бироқ, республиканинг пойафзал экспортидаги улуши эса бир фоиздан ҳам кам, шунингдек, маҳаллий корхоналар томонидан мамлакат ички бозорида атиги 42 фоиз эҳтиёжлар таъминланган.

Чарм хом ашёсини чуқур қайта ишлаш асосида экспортга йўналтирилган тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ва турларини кенгайтириш, шунингдек,





аҳолини маҳаллий ишлаб чиқарилган сифатли ва арзон пойафзал маҳсулотлари билан таъминлаш жараёнларига бозор эҳтиёжидан келиб чиққан ҳолда, катта эътибор берилмоқда. Республикада истеъмолчилар талабини қондира оладиган, сифатли ва арзон, маҳаллий ва хорижий бозорларда рақобатлаша оладиган пойафзал маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ривожлантириш мақсадида: «...талаби юқори бўлган сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини кўпайтириш ва турларини кенгайтириш, ички бозорни маҳаллий ишлаб чиқарилган импорт ўрнини босувчи ва рақобатбардош маҳсулотлар билан тўлдириш учун шарт-шароитлар яратиш» вазифалари белгиланган. Бирок, пойафзал маҳсулотларини ишлаб чиқаришнинг истеъмолчилар талаби даражасида эмаслиги, маҳаллий корхоналарнинг ички бозор эҳтиёжларини тўлиқ таъминлашга тўсқинлик қилмоқда. Ушбу ҳолатлар пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотларидан самарали фойдаланишни талаб этади⁶.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон «2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегияси» тўғрисидаги фармони, 2018 йил 3 майдаги ПҚ-3693-сон «Чарм-пойабзал ва мўйначилик соҳаларини ривожлантириш ва экспорт салоҳиятини оширишни рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида», 2016 йил 15 сентябрдаги ПҚ-2592-сон «2016-2020 йилларда чарм-пойабзал саноатини янада ривожлантириш чора-тадбирлари дастури тўғрисида»ги қарорлари ва бошқа меъёрий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишга ушбу тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси

Маркетинг тадқиқотларини самарали ташкил этишнинг илмий-назарий ва услубий жиҳатлари жуда кўплаб иқтисодчи олимларнинг илмий ишларида ўрганилган. Хорижлик иқтисодчи олимлардан Ф.Котлер, Ж.Армстронг, Майкл, Дж.Бейкер, Аакер, Дж.Эванс, Б.Берман, D.Rosa, O.L.Rua, E.E.Wonah, C.U.Sonye, R.Abdul Majeed, K.V.Sriram, P.Verma, S.A.Kharma, M.Портер² ва бошқаларнинг илмий ишларида маркетинг тадқиқотлари билан боғлиқ бўлган масалалар атрофлича ўрганилган.

Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги мамлакатларида маркетинг тадқиқотлари масалалари билан С.Г.Божук, Л.Н.Ковалик, Г.А.Черчилль, И.К.Белявский, Е.П.Голубков, А.В.Куликова, Д.Е.Коротков, Н.Б.Сафронова, И.Е.Корнеева, Ю.А.Мартьшов, С.В.Полевода ва бошқа иқтисодчи олимлар илмий иш олиб борганлар.

Ўзбекистонда эса маркетинг тадқиқотлари, хусусан истеъмолчиларни ўрганиш, сегментлаш, рақобатчиларни ўрганиш ҳамда бозорни истеъмол товарлари билан тўлдириш муаммоларига бағишланган илмий ишлар қаторида олимлардан Г.Н.Ахунова, А.Ш.Бекмуродов, Ж.Ж.Жалолов, М.Р.Болтабоев, А.Солиев, И.Иватов, М.А.Икрамов, Ш.Дж.Эргашходжаева, А.А.Фаттахов,

⁶ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 3 майдаги «Чарм-пойабзал ва мўйначилик соҳаларини ривожлантириш ва экспорт салоҳиятини оширишни янада рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-3693-сон қарори.





Д.М.Мухитдинов, М.А.Насриддинова, А.Усманов, М.Юсупов ва бошқаларнинг илмий ишларини келтириб ўтиш мумкин.

Бирок, мазкур йўналишда амалга оширилган илмий тадқиқот ишларининг кўламига қарамасдан, ушбу тадқиқот иши пойафзал маҳсулотлари бозорининг ривожланиш ҳолати, маҳаллий бозор сегменти ва рақобат муҳитини ўрганиш, бозор конъюнктураси ва нархни шаклланиш жараёнларини тадқиқ этиш, маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш жараёнларининг услубий асосларини ва уни такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш масалаларига йўналтирилган тадқиқотлар олиб борилишини тақозо этади.

Тадқиқотнинг усуллари. Тадқиқотда гуруҳлаш, абстракт-мантикий фикрлаш, монографик, таққослаш, солиштирма таҳлил, эксперт баҳолаш, сўровнома, иқтисодий-математик, статистик, кластер таҳлил, STEP таҳлил усулларидан фойдаланилган.

Таҳлиллар ва натижалар

Замонавий маркетинг тадбиркор учун ўзининг истеъмолчисини топишга ёрдам берувчи бозор илми ва фалсафасидир. Маркетингни ўрганиш корхона учун бозорни тушунишига, унда фаолият юритиш, унга таъсир кўрсатиш ва уни бошқара олишга ёрдам беради. Маркетингни ўрганиш замонавий бизнесда муваффақиятга эришишда асосий дастакдир. Инсон эҳтиёжларининг чексизлиги сабабли уларни ҳеч қачон самарали қондириб бўлмаслиги маркетингнинг нима билан тугагини аниқлашга имкон бермайди. Ушбу ҳолат бозорда маркетинг тадқиқотларидан фойдаланишни тақозо этади. Замонавий маркетинг бизнес-фаолият функцияси сифатида намоён бўлиб, тадбиркорнинг «йўлчи юлдузи», бозор муносабатларида иштирок этувчи барча субъектлар учун ўз мақсадларини амалга ошириш ҳамда истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини самарали қондиришга ёрдам берадиган восита сифатида шаклланган. Ушбу ҳолатлар Ўзбекистон бозорида замонавий маркетинг тамойилларидан фойдаланиш ва унинг илмий-услубий асосларини такомиллаштириб бориш вазифаларини кўйган.

Пойафзал саноати жаҳоннинг кўпгина ривожланган мамлакатлари учун азалдан саноатлаштиришнинг «старт олувчи» соҳаси бўлиб келган ва Ўзбекистонда ҳам кенг ривожланган тармоқлардан биридир. Иқтисодиётнинг ушбу секторини ривожлантириш аҳолини асосий истеъмол товари ҳисобланган пойафзаллар билан таъминлабгина қолмай, турмуш даражасини оширишда муҳим роль ўйнайди. Муаллиф томонидан амалга оширилган тадқиқотлар натижасида шундай хулосага келиндики, пойафзалга бўлган талаб истеъмолчиларнинг хоҳишларига боғлиқ бўлиб, бу ерда пойафзални объектив баҳолашдан кўра, уни субъектив идрок қилиш ҳал қилувчи омил ҳисобланар экан. Шу сабабли, пойафзалларни қайси мезонлар бўйича баҳоланиши ва сотиб олинишини аниқлаш катта аҳамиятга эга. Пойафзал маҳсулотлари хилини, истеъмолчилар учун қанча ишлаб чиқаришни билиш, улар эҳтиёжлари, урф-одатлари ва яна бошқа кўплаб хислатларини ўрганиш ва шу асосда уларни гуруҳлаштириш орқали аниқ харидорларга мўлжалланган мақсадли бозор сегментларини шакллантириш ва ривожлантириш корхоналар учун зарур жараён ҳисобланади. Чунки истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини қондириш йўллари маркетинг воситалари асосида бозорни сегментларга ажратиб ўрганиш





тамойилларига таянади ва шу орқали ўзига жалб қилувчи сегментларни аниқлаш ва шакллантириш, истеъмолчилар эҳтиёжларини қондиришда аниқ белгиланган стратегияларга таянган ҳолда ҳар бир сегмент учун маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш заруриятини туғдиради.

Жаҳон иқтисодиётида глобаллашув жараёнлари кучайиб бораётган бир пайтда чарм ва чарм-пойафзал маҳсулотларини ишлаб чиқаришнинг ҳамда стратегик иқтисодий ресурс сифатидаги аҳамияти ортиб бормоқда. «Бугунги кунда дунё бўйича бир йилда ўртача 4,4 млрд жуфт чарм-пойафзал маҳсулотлари ишлаб чиқарилади. Бундай маҳсулотларнинг 41,7 фоизи Хитойда, 6,3 фоизи Мексикада, 5,4 фоизи Италияда, 4,4 фоизи Бразилияда, 4,3 фоизи Ҳиндистонда ва Ўзбекистоннинг ушбу бозордаги улуши 2010 йилда 0,04 фоиздан 2019 йилда 0,02 фоизга пасайган»⁷. Жаҳон пояфзал экспортида ТОП-10лик мамлакатлар (Хитой, Вьетнам, Италия, Германия, Бельгия, Франция, Индонезия, Нидерландия, Испания, Гонконг) ҳиссасига эса жами пояфзаллар экспортининг қарийб 80 фоизи тўғри келади. Пояфзал маҳсулотларини экспорт қилишда Ўзбекистоннинг ҳиссаси камлиги, мамлакат пояфзал саноатини жаҳон бозоридаги рақобатли кураш шароитларида маркетинг тадқиқотларини ўтказиш, инновацион маркетинг концепцияси асосида маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш, инновацияларга асосланган тизимларни жорий этиш каби энг муҳим вазифаларни амалга оширишни талаб этади. Бозор тадқиқотларини олиб борадиган компаниялар маълумотларига кўра, пояфзал маҳсулотлари бўйича йирик бренд компанияларнинг 97 фоизида бозор салоҳиятини, бозор улушини ва бозордаги асосий кўрсаткичларини доимий ўрганиб борувчи тизимлари йўлга қўйган.

Пояфзал маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг маркетинг тадқиқотини олиб бориш жараёнида эътибор қаратиши лозим бўлган асосий жиҳатлар куйидагилар: пояфзал маҳсулотлари бозор конъюнктурасидаги ўзгариши; пояфзалнинг истеъмол хусусияти ва истеъмолчиларнинг ўзгариш тенденциялари; мақсадли аудиториянинг сегмент хусусиятлари; бозорда шаклланган ассортимент кенглиги, сотиш ва рекламани ташкил қилиш жараёнлари; пояфзалларга бўлган талаб, таклиф ва нархнинг тебранишлар динамикаси; рақобат муҳити ва корхонанинг бозордаги ўрни кабилар.

Маркетинг фаолиятининг йўналишлари, албатта бозорнинг ривожланганлик даражаси, ундаги рақобат интенсивлиги, тегишли товарлар ва хизматлар билан машғул бўлган фирмаларнинг катта-кичиклиги, маркетинг ахборот тизимларининг шаклланиши ва бошқа омилларга бевосита боғлиқ. Маркетинг тадқиқотида асосан ахборот катта роль ўйнайди. Дастлаб бозор, харидор, рақобатчи ва маҳсулот хусусидаги ахборотларни керакли шаклга жамлаш ва ахборотларни тартибга солиш, улардан ўз ўрнида фойдаланиш ва уларнинг янгиланиб, бойиб туришини таъминлаш муҳим аҳамиятга эга.

Юқорида баён этилган маркетинг концепциялари ва уларни амалга ошириш усуллари, шакллари корхоналарнинг маркетинг стратегиясини тўғри ва аниқ шакллантириш учун муҳим омил ҳисобланади. Пояфзал маҳсулотлари бозорини

⁷ «ЎзчармПояфзал» уюшмаси маълумотлари асосида тайёрланди.



тадқиқ қилишнинг усул ва шакллар соҳанинг ўзига хос хусусиятларига қараб қўлланилади.



1-расм. Пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотларини ташкил этишдаги элементларнинг ўзаро боғлиқлиги

Маркетинг тадқиқотларининг асосий вазифаси - маркетинг мақсадларига эришиш учун аниқ ва объектив ахборотларни тақдим этишга қаратилганлиги сабабли пойафзал маҳсулотлари бозорида истеъмолчиларга йўналтирилган маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, рақобатбардошликни ошириш асосий муаммо. Мақсадли бозор хусусиятлари ва афзалликларини ўрганиш маркетинг тадқиқотларининг муҳим жиҳатларидан бири ҳисобланади. Ушбу ҳолатдан келиб чиққанда, пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотларини ташкил этишдаги элементларнинг ўзаро боғлиқлиги 1-расмда келтирилган.

Таклиф этилган пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотларини ташкил этишдаги элементларнинг ўзаро боғлиқлиги корхоналарда маркетинг тадқиқотларини олиб борилишини самарали бажарилишини таъминлайди. Анъанавий ёндашувга нисбатан таклиф этилган ўзаро боғлиқ муносабатлар тизимида маркетинг тадқиқотларини амалга оширувчи субъектлар ва тадқиқот жараёнларига бир қатор компонентлар қўшилган.

Маркетинг тадқиқотларини ўтказиш жойи ва ташкилий тизими турлича



ҳисобланади. Баъзиларида маркетинг тадқиқотлари ўтказиш марказлашган, штаб-квартирада амалга оширилса, бошқаларида эса марказлашмаган бошқарувга эга бўлиб, маркетинг тадқиқотларини ўтказувчи корпорацияларда алоҳида бўлимлар ташкил этган. Марказлашган бошқарув тизимига эга бўлган ҳолатда улар истеъмолчилар сегменти, географик ёки ҳудудий жиҳатдан ихтисослашиши мумкин. Ушбу ҳолатларга кўра, маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш шакли ва ихтисослашуви бўйича ички, ташқи ва универсал субъектларга ажратилиши мақсадга мувофиқ.

Маркетинг тадқиқотлари жараёни бир қатор ҳаракатлар мажмуини ўз ичига олади, ҳар бир босқични ўзининг аниқ вазифалари бор: муаммони аниқлаш, муаммони ҳал этиш бўйича ёндашувни ишлаб чиқиш, тадқиқот режасини тузиш, дала тадқиқоти, маълумотлар тайёрлаш, таҳлил қилиш, ҳисоботни тайёрлаш ва тақдим этишни ўз ичига олади.

Пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотларини ташкил этишдаги элементларнинг ўзаро боғлиқлигидан келиб чиқиб, мамлакатимиз пойафзаллар бозори субъектларининг бозор фаолияти тўғрисидаги билимлари замонавий маркетингнинг муҳим қондаларига асосланиши лозим. Бунинг учун эса, маркетинг, маркетинг тадқиқотларини ўтказиш услубияти тўғрисида чуқур тасаввурга эга бўлиш талаб этилади.

Пойафзал маҳсулотлари ассортименти таркиби, истеъмолчилар эҳтиёжларини ўзгаришини аниқлаш, урф-одатлари ва яна бошқа кўплаб хислатларини ўрганиш ва шу асосда уларни гуруҳлаштириш орқали аниқ мақсадли бозор сегментларини шакллантириш ва ривожлантириш корхоналар учун зарур жараён ҳисобланади. Чунки истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини қондириш йўллари маркетинг воситалари асосида бозорни сегментларга ажратиб ўрганиш тамойилларига таянади. Шунинг учун ҳам маркетинг тадқиқотларидан фойдаланган ҳолда бозорни сегментларга ажратиб ўрганиш тамойилларига таяниш ва шу орқали ўзига жалб қилувчи сегментларни аниқлаш ва шакллантириш, истеъмолчилар эҳтиёжларини қондиришда аниқ белгиланган стратегияларга таянган ҳолда ҳар бир сегмент учун маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш заруриятини туғдиради.

Ўзбекистондаги барча пойафзал корхоналари замонавий кўринишда бўлиб, чармни қайта ишлашдан бошлаб, тайёр пойафзал тикишгача бўлган тизимга асосланган ишлаб чиқариш жараёнини ўзида мужассамлаштирган. Бунинг натижасида, ушбу соҳанинг мамлакат саноат соҳасида банд бўлганларнинг 4,1 фоизи, ишлаб чиқаришдаги улуши 8 фоизни ташкил қилади. 2019 йилнинг биринчи январ ҳолатига Ўзбекистонда пойафзал маҳсулотлари ишлаб чиқариш фаолияти билан шуғулланувчи корхоналар сони 870 тани ташкил этиб, 2010 йилга нисбатан қарийб 5 мартага, ишлаб чиқарилаётган пойафзаллар эса 3,8 марта ўсган.

Ўзбекистон пойафзал саноатида мустақилликдан кейинги йилларда ишлаб чиқариш ҳажми ортган, ассортимент таркиби ўзгарган ва маҳсулотлар сифати яхшиланиши ҳисобига тайёр маҳсулотларни экспорти ривожланган. Ўзбекистонда 2017 йилда пойафзаллар экспорти (ТИФ ТН 64 код бўйича) 11,9 млн. АҚШ долларини ташкил этиб, жаҳон экспортидаги ҳиссаси 0,009 фоизни ташкил этган бўлса, 2019 йилда 3 марта ошиб, 35,6 млн. АҚШ долларни ташкил





этиб, экспорт ҳиссаси 0,024 фоизни ташкил этган.

"Ўзчармсаноат" уюшмаси ҳисоботларига кўра, республика корхоналари томонидан 2019 йилда 38,2 млн. долларга маҳсулот экспорт қилинган. Бунинг учун 12,9 минг. тонна чармдан пойафзал тикилган, 3,2 млн. дона эркаклар пойафзали, 7,8 млн. дона аёллар пойафзали ва 3,65 млн. дона болалар пойафзалини ишлаб чиқара оладиган кўшимча қувватли технология киритилган.

Ўзбекистон пойафзаллар бозорини ривожлантиришга қаратилган давлат сиёсати корхоналарнинг бозор фаолиятини ривожланишига ижобий таъсир этиб, ички бозорда маҳаллий маҳсулотлар улуши ошиб боришига эришилган. Ўзбекистонда энг йирик пойафзал ишлаб чиқарувчи корхона сифатида ўз маҳаллий брендига эга бўлган Фарғона вилоятидаги «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонаси хом-ашёни қайта ишлашдан тортиб, тайёр пойафзал шаклида товар маҳсулотлари тайёрлаш ёпиқ циклини ўз амалиётларига жорий қилган йирик корхона ҳисобланади. Корхона 1998 йилдан бошлаб ички бозорни сифатли пойафзаллар билан таъминлашга қаратилган маркетинг дастури асосида фаолият юритиб келган. Корхонада жами 354 ишчи-хизматчи ходимлар, шу жумладан 25 маъмурий аппарат ходимлари иш билан банд. Унинг асосий фаолияти тайёр пойафзал маҳсулотларини тикиш, ишлов бериш, чарм маҳсулотини қайта ишлаш ва ундан тайёр пойафзал маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи мажмуа ҳисобланади.

Ишлаб чиқариш ассортименти эркаклар пойафзали, аёллар пойафзали, болалар пойафзали ассортиментидан иборат. Бозор талаблари ва кучли рақобат шароитига мос ишлаш ва бошқариш принциплари, усулларини ўз вақтида ўзлаштириш асосида корхона фаолияти самарадорлигини янада ошириб, ишлаб чиқарган маҳсулотлар экспорти ва ички бозорда сотилиш динамикасида барқарор ўсиш кузатилган.

2012-2019 йиллар давомида «UzSalaman» қўшма корхонасининг пойафзал маҳсулотлари экспорт ва ички бозор учун мўлжалланган бўлиб, унинг таркибида импортни ўрнини босувчи маҳсулотлар ҳажми юқори. Корхона томонидан амалга оширилаётган стратегиянинг асосий мазмун-моҳияти, бу жаҳон бозорида мустаҳкам ўрин эгаллашга қаратилган. Шу билан бир вақтда ички бозорда ҳам рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва шу орқали республикада салмоқли ўринни эгаллашга қаратилган ҳаракатларни янада жонлантириш билан белгиланади (1-жадвал).

1- жадвал. «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонасида пойафзал маҳсулотларининг ассортименти бўйича сотилиши¹

№	Маҳсулот тури	Жами сотилган		Ички бозорда	
		Минг жуфт	Жамига нисбатан	Минг жуфт	Жамига нисбатан
1.	Эркаклар пойафзали	1560	27,4	485	41,0
2.	Аёллар пойафзали	516	9,2	47	4,1
3.	Болалар пойафзали	240	4,2	10	0,8
4.	Қиз болалар пойафзали	360	6,2	22	1,9
5.	Бошқа маҳсулотлар	756	13,4	101	8,6
	ЖАМИ	5688	100	1182	100

¹ *Манба: "UzSalaman" Ўзбек-Герман қўшма корхонаси корхонаси маълумотлари асосида ҳисобланган.





«UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонасида ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг сотилиши 2019 йилда 5688,0 минг донани ташкил этган бўлса, шундан 27,4 фоизи эркаклар пойафзалига тўғри келиб, бу маҳсулотлар жаҳон бозорида ҳам рақобатбардошлик талабларига жавоб беради. Корхонанинг ички бозордаги мавқеини ортиб бориши натижасида унинг маҳсулотларини харид қилувчи харидорлар сони ҳам ортиб борган.

Пойафзал маҳсулотларининг янги авлод ассортименти кўп функцияли бўлиб, уларнинг қулайлик хусусиятлари, инсон соғлигини таъминлаши, кишига мослашган, атроф-муҳит ҳавфсизлигини сезиларли даражада оширадиган хусусиятларга эга бўлиши лозим. Модага мослик билан бир қаторда пойафзал маҳсулотларининг функционал хусусиятлари ҳам уларни муваффақиятли сотишда катта аҳамият касб этган. Шунингдек, пойафзалларнинг эластиклик, енгиллик, иссиқни сақлаб туриш, терламаслик ва бошқалар каби функционал хусусиятларига эътибор қаратиш рақобат устунлигининг асосий шарти ҳисобланади.

«UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонаси фаолияти етарли даражада рентабелликка эга. Корхона тўла қувват билан ишлаганда сарф этилаётган инвестицияларнинг қопланиш вақти 4 йилу 2 ойни ташкил этади. Бундан ташқари, аниқ ҳисоб-китоб натижаларига кўра, корхонани қуриш, бор ишлаб чиқариш ресурсларини қайта реконструкция қилиш ва ишлаб чиқаришни тўла қувватгача етиб ишлашига кетадиган барча вақтни ҳисобга олганда, лойиҳа қурилиш бошлангандан кейин, 7 йилда соф фойда келтира бошлаган. Дисконтлаштирилган даромад бўйича ҳисобланганда, лойиҳа 8 йилдан кейин тўла қопланган.

Пойафзал маҳсулотларининг моделлари бўйича сегментлари ичида буюмнинг ўлчамлари, нархлари, сотиб олиш жойларини танлашда ҳам шундай ўхшашликлар мавжуд. Шунинг учун буюмларнинг ранги, гули, ўлчами, нархи бўйича таркиби ҳам умумий тусга эга бўлиб, истеъмолчиларнинг шаклланган талаб-истаклари, дидлари доирасида аниқланиши ва белгиланиши мақсадга мувофиқдир. Бу ишлар эркаклар пойафзали бўйича амалга оширилди (2-жадвал).

Рақобатбардошликни ўн баллик тизим ёрдамида баҳолаб, унинг уч даражасини ажратиш мақсадга мувофиқдир: сегментнинг жами кўрсаткичлар бўйича умумий бали етти ва ундан юқори бўлса рақобатбардошлик даражаси юқори, 4 дан 7 гача бўлса - ўртача ва 4 гача бўлса - паст деб ҳисоблаш лозим.

Жадвалдан кўришиб турибдики, «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонаси сегментдаги рақобатбардошлиги энг юқори бўлиб, 8,11 баллга тенг. Фарғона вилояти корхоналари рақобатбардошлиги бўйича олинган умумий балл 5,11 ни ташкил этиб, Наманган вилояти корхоналарига нисбатан паст кўрсаткични ташкил этди. Наманган вилояти корхоналари рақобатбардошлиги «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонаси рақобатбардошлигига нисбатан 63 фоизни, алоҳида хунармандлар рақобатбардошлигига нисбатан 72 фоизни ташкил этади.

«UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонасининг рақобатбардошлиги ўртача даражада бўлиб, сегментнинг маълум қисмини эгаллаб келмоқда.



Эркаклар пойафзали сегментида рақобатбардошликни баҳолаш

Кўрсаткичлар	Кўрсаткичлар қиймати		Фарғона вилояти корхоналари		Наманган вилояти корхоналари		«UzSalaman» қўшма корхонаси	
	Баллда	Кoeffицентда	Якка балл	Вазнли балл	Якка балл	Вазнли балл	Якка балл	Вазнли балл
Пойафзалнинг сифати	8	0,27	7	1,89	8	2,16	9	2,43
Пойафзалнинг нархи	7	0,23	5	1,15	8	1,84	9	2,07
Пойафзалнинг тақдим этиш, кўрсатиш, сотиш, маслаҳатлар бериш	6	0,20	5	1,0	7	1,40	8	1,60
Истеъмолчилар билан алоқа ўрнатиш, уларни жалб қилиш ва кўндириш	5	0,17	4	0,68	7	1,19	8	1,36
Корхона бренди	4	0,13	3	0,39	4	0,52	5	0,65
Жами:	30	1,0		5,11		7,11		8,11

Унинг Фарғона вилояти бозор сегментларидаги асосий вазифаси рақобат устунликларини таъминлашга қаратилган истеъмолчиларга йўналтирилган бренд стратегияларни амалга оширишдан иборат. Корхона бозорда пойафзаллар бренди бўйича устунлик қилади. Бренд истеъмолчиларнинг онгида образ шаклини яратиш, брендинг номига тасниф беришига ёрдам беради. Хусусан, «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонасининг логотиби, «Сизга бежиримлик ва қулайлик ярашади», «Сиз бундан толикмайсиз, оёгингиз дам олади», «Сиз бунга муносибсиз» деган слоганлари асосида бозордаги рақобатда устунликни таъминлаган. «UzSalaman» брендинг идентификациялари асосий қиймат шакллантирувчи воситага айланган. Эркаклар пойафзали сегментида «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонасининг бренд бўйича устунлиги корхона учун рақобатчиларга нисбатан маҳсулотни 50 фоизгача юқори нархларда сотилишини таъминлашга имкон берган.

Корхонанинг турғун рақобатбардошлигини шакллантиришнинг муҳим шарти-истеъмолчи хусусиятларига мувофиқ ҳолда товарни такомиллаштириш ва ассортимент кенгайтириш стратегияларидир. Белгиланган стратегик мақсадларни амалга ошириш корхоналар олдида самарали маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш, стратегик таҳлил усулларида фойдаланиш муаммосини кўяди.

Бозордаги товар таклифига фақатгина ассортиментни кенгайтириш йўли билан эришилмайди. Агар таклиф этилаётган товарлар тўплами, сифати, ассортимент ва нархлари бўйича бир-бирига яқин бўлса, биринчи ўринга савдо жараёнларидаги сервис чиқади. Пойафзал сотувчи савдо шаҳобча-ларидаги сервис таклиф этилган пойафзалларнинг рақобатбардошлигини кўшимча равишда ошириш, мустақамлашнинг энг муҳим воситаси сифатида намоён бўлади.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда, «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонаси томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулотларни сотувчи корхоналар фаолиятини доимий тадқиқ қилиб боришни тақозо этади. Ушбу тадқиқотлардан эксперимент усулларида фойдаланиш афзалликлари юқори ҳисобланади.



Эксперимент моделларининг бир қатор турлари мавжуд:

1) дастлабки эксперимент;
2) тажриба гуруҳи доирасида бошланғич ва якуний натижалар олишга қаратилган эксперимент;

3) статик гуруҳлаш бўйича эксперимент;

4) назорат гуруҳидан фойдаланган ҳолдаги дастлабки ва якуний эксперимент.

Эксперимент усуллари орқали истеъмолчилар сегменти бўйича пойафзаллар савдо дўконига ташриф буюрувчи янги ва доимий мижозлар дастлабки ва якуний эксперимент усулларида доимий баҳолаб бориш имконияти мавжуд.

Тажриба ва назорат гуруҳи сифатида истеъмолчилар сегментини жинси, ёши ёки бир марталик ташриф ҳамда доимий мижозлар бўйича дисперсион таҳлиллар асосида таққослаш имконини беради. Анкета сўровларини натижалари бўйича олинган умумлашган кўрсаткичлар 3-жадвалда акс этган.

3-жадвал

«UzSalaman» Ўзбек-Герман кўшма қорхонасининг ихтисослашган савдо шаҳобчаси бўйича дисперсион таҳлил натижалари

Сегментлар	Ҳисоб	Сумма	Ўртача қиймат	Дисперсия
<i>Жами танланган омишлар бўйича /(Xn)</i>				
Аёллар	101	-118	-1,2	12,3
Эркаклар	101	88	0,9	14,8
Гуруҳлараро дисперция				7,2 %
$F_{\text{крит}} = 3,8 < F_{\text{ҳисоб}} = 15,5; P = 0,0001;$				
<i>Савдо объекти бўйича -(X1)</i>				
Аёллар	101	-13	-0,13	3,77
Эркаклар	101	-28	-0,28	2,02
Гуруҳлараро дисперция				0,1 %
$F_{\text{крит}} = 3,8 < F_{\text{ҳисоб}} = 15,5; P = 0,53;$				
<i>Савдо ходими бўйича -(X2)</i>				
Аёллар	101	-7	-0,07	3,29
Эркаклар	101	34	0,34	3,47
Гуруҳлараро дисперция				1,2 %
$F_{\text{крит}} = 3,8 < F_{\text{ҳисоб}} = 15,5; P = 0,11;$				
<i>Савдо технологик жараёни бўйича /(X3)</i>				
Аёллар	101	-32	-0,32	3,00
Эркаклар	101	90	0,89	3,52
Гуруҳлараро дисперция				10,2 %
$F_{\text{крит}} = 3,8 < F_{\text{ҳисоб}} = 15,5; P = 0,00001;$				
<i>Савдо маданияти бўйича /(X4)</i>				
Аёллар	101	-66	-0,65	1,97
Эркаклар	101	-4	-0,04	2,90
Гуруҳлараро дисперция				3,7 %
$F_{\text{крит}} = 3,8 < F_{\text{ҳисоб}} = 15,5; P = 0,005;$				

Пойафзал маҳсулотлари чакана савдо шаҳобчаларида истеъмолчиларга кўрсатилаётган хизматларни қабул қилиш даражаси тегишли





сегментлар бўйича (тажриба ва назорат гуруҳи) анкета сўровлари асосида куйидаги мезонларга кўра ўзгарувчилар шакллантирилади: савдо объекти - X_1 ; савдо ходими - X_2 ; савдо технологик жараёни - X_3 ; савдо маданияти - X_4 .

Таҳлил натижаларидан маълум бўлмоқдаки, эркаклар ва аёллар сегменти бўйича «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонасининг ихтисослашган савдо шахобчасида жами танланган омиллар бўйича умумий фарқ 7,2 фоизни ташкил этади. Истеъмолчилар сегменти корхона маҳсулотларини сотувчи савдо объектларидан қониқмайди. Савдо объектларида савдо ходимлари хизматларидан аёллар сегменти эркаклар сегментига нисбатан қониқиш даражаси паст ва ушбу фарқ даражаси 1,2 фоизни ташкил этади. Аёллар сегменти учун савдо технологик жараёнларини ташкил этилиши паст даражада бўлиб эркаклар учун яратилган шароитлардан 10,2 фоизга фарқ қилади. Савдо шахобчасида савдо маданияти яхши йўлга қўйилмаган ва танланган сегментлар томонидан савдо маданиятини шакллантиришга салбий муносабатлар бирдирилган.

Хулоса

1. Тадқиқот натижаларидан келиб чиққанда «UzSalaman» Ўзбек-Герман қўшма корхонаси томонидан ишлаб чиқарилган пойафзалларни сифати ва нарх даражаси бўйича рақобатбардош бўлсада, чакана савдода истеъмолчилар учун яратилган шароит ва савдо маданиятининг пастлиги корхона рақобатбардошлигига салбий таъсирини кўрсатган. Шунга кўра, ички бозорда корхоналарнинг рақобатда устунлигини таъминлашга қаратилган маркетинг тадқиқотларидан самарали фойдаланиш асосида қарор қабул қилиши мақсадга мувофиқ.

2. Ўзбекистоннинг инновацион ривожланиш шароитда бозор фаолияти тўғрисидаги билимлар замонавий маркетингнинг муҳим қондаларига асосланиши лозим. Маркетингнинг замонавий концепцияларига мослашувчан тадқиқот ўтказиш усул ва услубиятларидан самарали фойдаланиш асосида корхоналар бозорда доимий фаолият юритиши ва самарага эришиши имконияти кенгайиб боради.

3. Маркетинг тадқиқотларининг асосий вазифаси - маркетингнинг стратегик мақсадларига эришиш учун аниқ ва объектив ахборотларни тақдим этишга, пойафзал маҳсулотлари бозорида истеъмолчиларга йўналтирилган маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишга қаратилган тадқиқотлардан кенг фойдаланишни долзарблаштиради. Пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотларини ташкил этишнинг ўзаро боғлиқ муносабатлар тизими корхоналар маркетинг фаолиятини бошқариш жараёнларидаги таҳлилий вазифаларни самарали бажарилишини таъминлашга йўналтирилган ҳолда ташкил этилиши лозим.

4. Ўзбекистонда кенг истеъмол товарлари бозори маҳаллий пойафзал маҳсулотлар билан эмас, балки хорижий брендлар улуши юқорилигича қолган. Бундай ҳолат нархларнинг ўсишига ва аҳоли реал даромадларининг пасайишига таъсири мавжуд. Пойафзаллар бозорини фаоллаштириш, мамлакатда ишлаб чиқарилган товарлар билан тўлдиришда корхоналар истеъмолчиларни шахсийлаштиришга қаратилган маркетинг стратегияларидан фойдаланишни тақозо этади. Шахсийлаштирилган маркетинг ҳар бир истеъмолчи сегменти учун





вертуал коммуникация воситалари асосида шахсий идентификацияловчи маркетинг тадқиқот усулларини ишлаб чиқишни талаб қилади.

5. «UzSalaman» Ўзбек-Герман кўшма корхонасининг маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнининг маркетинг тадқиқотлари улар орасидаги узвий боғлиқликни ўзига хос хусусиятлари мавжуд эканлигидан далолат беради. Бу маҳсулотларни яқин хориж мамлакатларига экспорт қилиш орқали кўпроқ валюта тушумига эга бўлиш билан бирга, Ўзбекистоннинг ижтимоий- иқтисодий ривожланишида муҳим манбалардан бирига айланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Akramovich, I. M., & Muratovna, N. N. (2019). Importance of Peculiarities of Services in Management of Enterprises. *Asian Journal of Technology & Management Research [ISSN: 2249-0892]*, 9(1).
2. Imamov O. Sh., & Ikramov M.A. (2021). Corporate Insurance Development Trends In The Republic Of Uzbekistan. *Euro-Asia Conferences*, 1(1), 582-584. Retrieved from <http://papers.euroasiaconference.com/index.php/eac/article/view/185>
3. Ivanovich, K. K. (2020). About some questions of classification of institutional conditions determining the structure of doing business in Uzbekistan. *South Asian Journal of Marketing & Management Research*, 10(5), 17-28. Doi: <https://doi.org/10.5958/2249-877X.2020.00029.6>
4. Kurpayanidi, K. (2021). National innovation system as a key factor in the sustainable development of the economy of Uzbekistan. Published online: 20 May 2021. Doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125805026>
5. Kurpayanidi, K. (2021). Актуальные вопросы цифровизации в индустриальном секторе экономики Узбекистана. *Общество и инновации*, 2(4/S), 201-212. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp201-212>
6. Kurpayanidi, K. I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1>
7. Kurpayanidi, K.I. (2022). Issues of regulation of small business development in the region. *Proceedings of the XV International Multidisciplinary Conference «Prospects and Key Tendencies of Science in Contemporary World»*. Bubok Publishing S.L., Madrid, Spain. 2022. doi:10.32743/SpainConf.2022.1.15.331624
8. Kurpayanidi, K.I. (2022). On the problem of developing an investment policy strategy in the context of institutional transformation. *SJ International journal of theoretical and practical research*, 2 (3), 7-23. Doi: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.6503328>
9. Kurpayanidi, Konstantin Ivanovich, & Mihaylov, Aleksandr Borisovich. (2022, June 16). К вопросам подготовки конкурентоспособных кадров для сферы услуг в условиях цифровых изменений. *Oliy ta'lim muassasalarida raqobatbardosh kadrlar tayyorlashning zamonaviy integratsiyasini ta'minlash: muammolar va yechimlar, Uzbekistan*, Konand. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6649327>
10. Mamatova, Z. M., Nishonov, F.M. end ets. (2019). To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise





- structure. *Dostijeniya nauki I obrazovaniya*. 7 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/to-the-question-of-science-approach-to-the-construction-of-outsourcing-business-model-of-modern-enterprise-structure>
11. Margianti, E. S., (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Publisher, Indonesia. Doi: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>
 12. Margianti, Eko Sri, Ikramov, Murat Akramovich, Abdullaev, Alisher Makhmudovich, & Kurpayanidi, Konstantin Ivanovich. (2022). Development of the business sector of the economy in the context of institutional transformation. In Development of the business sector of the economy in the context of institutional transformation (Version 1, p. 205) [Computer software]. Gunadarma Publisher. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6658834>
 13. Mukhsinova, S. O. end ets. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 14-22.
 14. Nabieva, N. M. (2021). Digital marketing: current trends in development. *Theoretical & Applied Science*, (2), 333-340. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.02.94.65>
 15. Nabieva, N. M. (2021). Digital marketing: current trends in development. *Theoretical & Applied Science*, (2), 333-340. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.02.94.65>
 16. Tkach, D. V. and ets. (2020). Some questions about the impact of the COVID-19 pandemic on the development of business entities. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 11 (91), 1-4. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.11.91.1>
 17. Tsoy D, Godinic D, Tong Q, Obrenovic B, Khudaykulov A, Kurpayanidi K. Impact of Social Media, Extended Parallel Process Model (EPPM) on the Intention to Stay at Home during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*. 2022; 14(12):7192. <https://doi.org/10.3390/su14127192>.
 18. Tsoy, D., Tirasawasdichai, T., & ets. (2021). Role of Social Media in Shaping Public Risk Perception during COVID-19 Pandemic: A Theoretical Review. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 7(2), 35-41.
 19. Аакер Д., Кумар, Дэй Дж. Маркетинговая исследования, СПб., 2007
 20. Абдуллаев, А., & Мухсинова, Ш. (2021). Analysis of the macroeconomic policy of the Republic of Uzbekistan. *Общество и инновации*, 2(6/S), 248-252.
 21. Абдурахмонов К.Х. Новые тенденции в экономической науке и образовании. Монография. – Т., 2016
 22. Ашуров, М. (2021). Проблемы формирования конкурентоспособной национальной инновационной системы Республики Узбекистан. *Общество и инновации*, 2(4/S), 213–223. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp213-223>
 23. Бекмуродов А.Ш., Косимова М.С., Эргашходжаева Ш.Дж. Стратегический маркетинг. – Т., 2010
 24. Икрамов М.А., Абдухалилова Л.Т. Маркетинг тадқиқотлари. – Т., 2017





25. Икрамов, М. А., & Алимов, Г. А. (2019). Формирование спроса как фактор инновационного развития Узбекистана. In *Экономический рост России: проблемы и стратегические перспективы* (pp. 38-44).
26. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. – СПб., 2014
27. Курпаяниди К. И., Илёсов А.А.(2022). Саноат маҳсулотлари экспортининг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш (Фарғона вилояти саноат тармоғи мисолида): монография / Курпаяниди К. И., Илёсов А.А.; М. А. Икрамов таҳрир остида. -Фарғона политехника институти. AL-FERGANUS, 1846. ISBN 978-9943-7707-5-1 Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6618980>
28. Курпаяниди, К. И. (2022). Теоретические аспекты развития предпринимательства. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 3-1(85). – С. 186-188. – Doi 10.24412/2411-0450-2022-3-1-186-188.
29. Курпаяниди, К. И. (2022). Факторы и направления развития институтов в сфере малого предпринимательства. *Проблемы современной экономики*, 3.
30. Курпаяниди, К.И. (2021). Современные концепции и модели развития предпринимательства. *Бюллетень науки и практики*. 7(9).
31. Курпаяниди, К.И. (2022). Вопросы разработки стратегии инвестиционной политики в условиях институциональной трансформации. *Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali*, 2 (3), 7-23. Doi: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.6503328>
32. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. – М., 2018
33. Минетт С. Маркетинг: разные подходы к разным клиентам. – М., 2004
34. Пардаев М.К., Аминов З.Ю. Хизмат кўрсатиш корхоналар иқтисодий хавфсизлиги: муаммолар ва уларнинг ечимлари. – Самарқанд, 2020
35. Расулов Н.Н. Особенности маркетинга потребительских товаров в условиях стратегического развития. «Иқтисодий ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш йўналишлари». (Республика илмий-амалий анжумани материаллари). – Фарғона, 2015 йил, 206-207 б.
36. Расулов Н.Н. Повышение эффективности управления диверсификацией деятельности предприятий обувной промышленности. Наука сегодня: проблемы и пути решения. (материалы международной научно-практической конференции) г. Вологда, 25 марта 2020 г. – Вологда: ООО «Маркер», 2020, 104 б.
37. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг фаолияти ва уни амалга оширилиши. // Сервис. 2019 й, 3-махсус сони. 131-135 б.
38. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари бозорини шаклланиш ва ривожланишида маркетинг. // Иқтисодиёт ва таълим. 2019 й. 6-сон. 56-61 б.
39. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари маркетингида товар ассортиментини стратегик режалаштириш. Иқтисодиётнинг ижтимоий секторини ривожлантиришнинг долзарб масалалари: миллий ва хорижий тажриба. Халқаро илмий-амалий конференция – Андижон.: АДУ, 2020, 360 б.
40. Расулов Н.Н. Рақобатбардошлик шароитида пойафзал маҳсулотлари бозорининг инновацион фаолиятини шаклланиш жараёнлари ва ривожланиши. «Ишлаб чиқариш корхоналарида бошқарув амалиётини такомиллаштириш: муаммолар ва ечимлар». Республика миқёсидаги илмий ва илмий техник анжумани материаллари. ФарПИ, 2018 йил 1,2-декабрь.– Фарғона.: ФарПИ, 2018. 478-480-б.



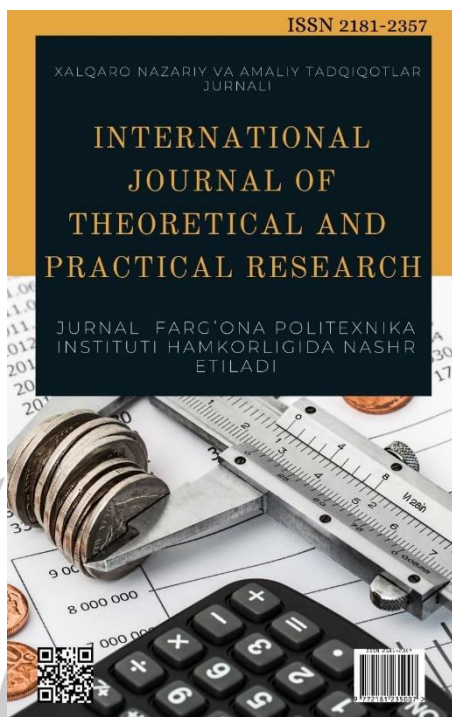


41. Расулов Н.Н. Содержание и направления развития маркетинговой деятельности обувной продукции в условиях инновационных преобразований. // International Scientific Journal Teoretical & Aplied Science. p- ISSN: 2308-4944 (print), e - ISSN: 2409-0085 (online) Year: 2019 Issue: 10 Volume: 78. 474-480 б.
42. Расулов Н.Н. Ўзбекистонда туристик йўналишлар бўйича маркетинг тадқиқотлари ўтказиш ва такомиллаштириш. «Қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш, сақлаш ва қайта ишлашнинг тежамкор технологиялари ва уларнинг инновацион ечимлари». Республика илмий ва илмий–техник анжумани материаллари. – Фарғона.: ФарПИ, 2017 й. 2-қисм, 442-444 б.
43. Толибов, И. Ш. (2019). К вопросу оценки состояния и эффективности инфраструктуры предпринимательства в регионах Узбекистана. *Экономика и бизнес: теория и практика, (1)*.
44. Тухлиев И.С. Особенности матриц SWOT и БКГ в стратегическом планировании организационных систем. – Т., 2014
45. Фаттахов А.А. ва бошқалар. Маркетинг: бошқарувнинг бозор концепцияси. – Т., 1999
46. Эргашходжаева Ш.Ж. Бозор рақобати шароитида қишлоқ жойларида кооперацияни ривожлантиришнинг маркетинг стратегияси. Диссертация. – Т. Т., 2014.



E'lon / Reklama / Advertisement

ЭЪЛОН



Хурматли ҳамкасабалар “Al-Ferganus” нашриёти ва “Xalqaro nazariy va amaliy tadqiqotlar jurnali” электрон журнали Ўзбекистон таълим хизматлари бозорида ўзининг фаолиятини бошлаганлигини маълум қиламиз.

Ажойиб имкониятдан сиз биринчилар қаторида фойдаланиб илмий нашрларингизни чоп этишингиз мумкин.

“Al-Ferganus” нашриётимиз томонидан Сиз тақдим этган дарслик, ўқув қўлланма, монография ва илмий рисолаларга ISBN, Doi халқаро рақамли идентификаторларни бириктириш, уларнинг электрон замонавий андозадаги муқовалар ва ишланмаларнинг электрон макетини яратиш, нашриётда эълон қилинган ишларни электрон ахборот нашрларида жойлаштириш хизматлари кўрсатилади.

Бизнинг нашриётимизнинг бошқа нашриётлардан фарқи шундаки, тезкор ва сифатли хизмат кўрсатамиз ҳамда энг асосийси биз Сизнинг ишларингизни Алишер Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси ва Россия Миллий кутубхонаси фондларига бепул жойлашга шунингдек, Россия илмий иқтибослик индекси (РИНЦ ва E - library) платформасига, CrossRef базаларига шартнома асосида жойлаштиришга кўмаклашамиз.

“Xalqaro nazariy va amaliy tadqiqotlar jurnali” ISSN 2181-2357 электрон журнали ҳам ўз фаолиятини бошламоқда. Бизнинг журналда Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг қуйидаги ихтисосликлари физика-





математика, кимё, биология, геология-минералогия, техника, қишлоқ хўжалиги, тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, география, юридик, педагогика, тиббиёт санъатшунослик, архитектура, психология, социология фанлари бўйича миллий ва хорижий муаллифларнинг фанлардан эришган ютуқлари ва истиқболлари борасидаги илмий мақолалари, илмий тадқиқотлар олиб бораётган олимларнинг илмий изланишлари натижалари эълон қилинади. Электрон журнал ҳар ойда бир марта эълон қилинади.

Журналларда эълон қилинадиган ҳар бир мақолага шартнома асосида DOI (Crossref) рақами берилади.

Шунингдек, таҳририят томонидан:

- мақолаларни сифатли таржима қилиш;
- мақолаларни таҳрирлаш ва журналлар талабига мослаш;
- мақолаларга ишлов бериш;
- мақолаларни плагиатга текшириш;
- хориждаги нуфузли (Scopus, Web of sciences ва юқори импакт факторли) журналларда мақолаларни сифатли ва ишончли чоп этишга кўмаклашиш хизматларини ҳам кўрсатади.

Имкониятни бой бериб қўйманг!

Қуйидаги манзилларга мурожаат қилинг:

Электрон почта манзили: Alferganus.ltd@gmail.com

Телеграмм манзилимиз : @Alferganus_ltd

Телефонлар: (97) 100-38-88

(91) 109-05-38

(97) 337-86-00



PUBLIC IDENTIFIERS OF INTERNATIONAL JOURNAL OF THEORETICAL AND PRACTICAL RESEARCH

PUBLISHER: AL-FERGANUS LLC - UZBEKISTAN

INTERNATIONAL JOURNAL ADDRESS^{IJA}



IJA.ZONE/16456457645

INTERNATIONAL JOURNAL OF THEORETICAL AND PRACTICAL RESEARCH^{IJA}

INTERNATIONAL ARTICLE ADDRESS^{IAA}



IJA.ZONE/1264564543

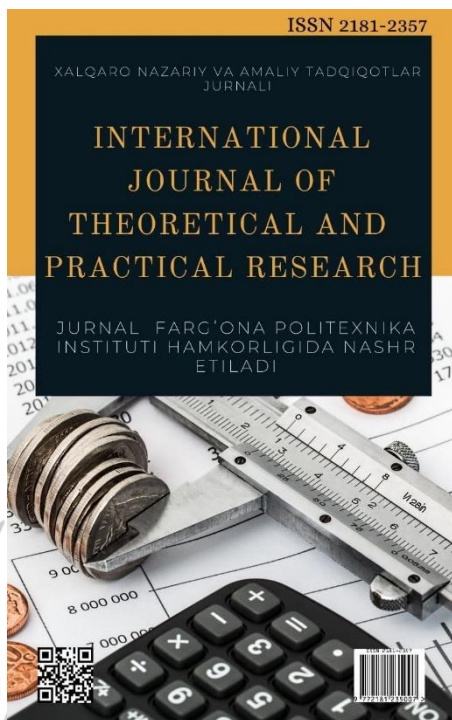
INTERNATIONAL JOURNAL OF THEORETICAL AND PRACTICAL RESEARCH^{IAA}



License type supported CC: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



ВНИМАНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ!



Уважаемые коллеги! Сообщаем вам, что издательский дом «AL-FARGANUS» и «Xalqaro nazariy va amaliy tadqiqotlar jurnali» - «Международный журнал теоретических и прикладных исследований» начали свою деятельность на рынке образовательных услуг Узбекистана.

Это прекрасная возможность одним из первых опубликовать свои научные публикации. Наше издательство «AL-FARGANUS» предоставляет услуги по прикреплению международных цифровых идентификаторов ISBN, Doi к учебникам, учебным пособиям, монографиям и научным брошюрам, созданию электронных макетов их обложек и дизайнов в современной электронной форме, размещению опубликованных работ в электронные публикации.

Отличие нашего издательства от других издательств в том, что мы предоставляем быстрые и качественные услуги, а главное, бесплатно размещаем ваши работы в Национальной библиотеке Узбекистана им. Алишера Навои и оказываем помощь в размещении вашей работы в Российской национальной библиотеке, а также на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ, e-library) облегчить размещение.

Совместно с Ферганским политехническим институтом запущен проект электронного научного журнала «Xalqaro nazariy va amaliy tadqiqotlar jurnali - International Journal of Theoretical and Practical Research. Международный журнал теоретических и прикладных исследований».

Миссия научного электронного журнала направлена на развитие национальной и зарубежной науки, обеспечение общедоступности теоретических





позиций и практических результатов прикладных исследований. В журнале представлены следующие специальности Высшей аттестационной комиссии Республики Узбекистан по физике и математике, химии, биологии, геологии и минералогии, технике, сельскому хозяйству, истории, экономике, философии, филологии, географии, праву, педагогике, медицине, архитектуре, психологии, социологии. Журнал публикует научные статьи отечественных и зарубежных авторов о достижениях и перспективах науки, результатах научных исследований ученых, проводящих исследования. Электронный журнал издается один раз в месяц.

Каждой статье, опубликованной в журнале, на контрактной основе присваивается номер DOI (Crossref).

Также издательство оказывает услуги по:

- качественный перевод статей;
- редактирование статей и адаптация к требованиям журнала;
- обработка статей;
- проверка научных работ (статей, учебных пособи, монографий, диссертаций и др.) на плагиат статей;
- оказывает информационное обеспечение публикаций статей в престижных зарубежных журналах (Scopus, Web of Sciences и журналах с высоким импакт-фактором).

Не упускайте возможность!

Пожалуйста, свяжитесь с нами:

Электронный адрес: Alferganus.ltd@gmail.com

Наш адрес в телеграмм: @Alferganus_ltd

Телефоны: (97) 100-38-88

(91) 109-05-38

(97) 337-86-00





PUBLIC IDENTIFIERS OF INTERNATIONAL JOURNAL OF THEORETICAL AND PRACTICAL RESEARCH

PUBLISHER: AL-FERGANUS LLC - UZBEKISTAN

INTERNATIONAL JOURNAL ADDRESS^{IJA}



IJA.ZONE/16456457645

INTERNATIONAL JOURNAL OF THEORETICAL AND PRACTICAL RESEARCH^{IJA}

INTERNATIONAL ARTICLE ADDRESS^{IAA}



IJA.ZONE/1264564543

INTERNATIONAL JOURNAL OF THEORETICAL AND PRACTICAL RESEARCH^{IAA}



License type supported CC: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



2021-06-22 00:02:38



O'zbekiston Respublikasi
Prezidenti
Administratsiyasi
huzuridagi Axborot
va ommaviy
kommunikatsiyalar
agentligi

№ 7430-3360-d0e2-4e5b-8cf1-9914-2923
Hujjat yaratilgan sana: 2021-06-22
Ariza raqami: 32087634

Hujjat berilgan: ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "AL-FERGANUS"
Qabul qiluvchining identifikatsiya raqami: 308291417

Ommaviy axborot vositasi davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risida
GUVOHNOMA

№ 1189

Nomi: "Xalqaro nazariy va amaliy tadqiqotlar"

Tarqatish shakli: jurnal

Til(lar)i: o'zbek, rus, ingliz

Muassis(lar)i: "AL-FERGANUS" mas'uliyati cheklangan jamiyat

Ixtisoslashuvi: fan sohalaridagi ilmiy nashr

Tahririyat manzili: 150100, Farg'ona viloyati, Farg'ona shahar, Mustaqillik ko'chasi, 42-uy

Tarqatish hududi: O'zbekiston Respublikasi hamda belgilangan tartibda chet davlatlarga

Berilgan sanasi: 17-06-2021

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ rahbari: Xodjayev Asadjon Azatbekovich

Mazkur hujjat Vazirlar Mahkamasining 2017 yil 15 sentyabrdagi 728-son qarori bilan tasdiqlangan O'zbekiston Respublikasi Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali to'g'risidagi nizomga muvofiq shakllantirilgan elektron hujjatning nusxasi hisoblanadi. Elektron hujjatning nusxasida ko'rsatilgan ma'lumotlar to'g'riligini tekshirish uchun repo.gov.uz veb-saytiga o'ting va elektron hujjatning noyob raqamini kiriting yoki mobil telefon yordamida QR-kodni skaner qiling. Diqqat! Vazirlar Mahkamasining 2017 yil 15 sentyabrdagi 728-son qaroriga muvofiq elektron hujjatlardagi ma'lumotlar qonuniy hisoblanadi. Davlat organlariga Yagona portalda shakllantirilgan elektron hujjatlarning nusxalarini qabul qilishni rad etishlari qat'iy taqiqlangan.

9103



Our publications

Bizning nashrlarimiz

Наши издания



**Курпаяниди К.И.,
Муминова Э.А.**

Основы экономических знаний. Учебное пособие. Для неэкономических направлений бакалавриата высших образовательных учреждений /К.И.Курпаяниди, Э.А.Муминова - Ферганский политехнический институт. Фергана: AL-FERGANUS, 2022.-280 с. ISBN: 978-9943-7707-9-9



DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6880920>



**Курпаяниди К. И.,
Ил'осов А.А. Саноат**

маҳсулотлари экспортининг ташкилий-иқтисодий механизларини такомиллаштириш (Фарғона вилояти саноат тармоғи мисолида): монография / Курпаяниди К. И., Ил'осов А.А.; М. А. Икрамов тахрир остида. - Фарғона политехника институти. AL-FERGANUS, 2022. – 184 б. ISBN 978-9943-7707-5-1



DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6618980>



MANAGEMENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF BUSINESS ENTITIES IN INDUSTRY

MONOGRAPH



Fergana - AL - FERGANUS - 2022

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6475830>



Муминова Э.А.,
Хонкелдиева К.Р.

Тўқимачилик саноати кластерлари фаолиятида бошқарув механизмларини такомиллаштириш

Монография



Фарғона - AL - FERGANUS - 2022

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6759902>

Kurpayanidi K.I., Mamurov D.E.
Management of innovative activity of business entities in industry: monograph / Kurpayanidi K.I., Mamurov D.E.; edited by M.A.Ikramov. - Fergana polytechnic institute. AL-FERGANUS, 2022. – 200 p.



Муминова Э.А., Хонкелдиева К.Р.
Тўқимачилик саноати кластерлари фаолиятида бошқарув механизмларини такомиллаштириш [Матн]: монография /Э.А.Муминова, К.Р.Хонкелдиева.- Фарғона политехника институти. Фарғона: AL-FERGANUS, 2022.-166 б.





РАХМОНАЗАРОВ П.Й.

Худудларнинг иқтисодий - экологик
тизимларини бошқариш самарадорлигини
ошириш

Монография



Фарғона - AL - FERGANUS - 2022

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6750455>

Рахмоназаров П.Й.
Худудларнинг
иқтисодий - экологик
тизимларини бошқариш
самарадорлигини
ошириш: монография /
Рахмоназаров П.Й. -
Фарғона политехника
институти. AL-
FERGANUS, 2022. – 170 б.
ISBN 978-9943-7707-6-8



Ashurov Maxammadjon Sotvoldievich

Саноат корxonalarida risklarni boshqarish
mexanizmini takomillashtirish strategiyalari

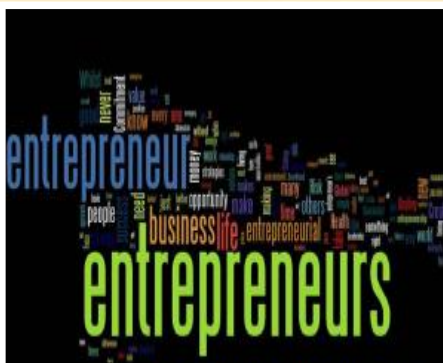
Монография



Farg'ona - AL - FERGANUS - 2022

Ashurov, M. S. Sanoat
korxonalarida risklarni
boshqarish mexanizmini
takomillashtirish
strategiyalari. Monografiya.
Farg'ona: Al-Ferganus,
2022.- 120 b.





A.M. Abdullaev, K.I. Kurpayanidi, A.Sh. Khudaykulov

INSTITUTIONAL TRANSFORMATION OF THE ENTREPRENEURIAL SECTOR

Monograph



Fergana - AL - FERGANUS - 2021

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5457089>



M.S. Ashurov, K.I. Kurpayanidi

RAQOBATBARDOSH MILLIY INNOVATSIYA TIZIMINI SHAKLLANTIRISH MUAMMOLARI VA YECHIMLARI

Monografiya



Farg'ona - AL - FERGANUS - 2021

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5676027>

Abdullaev A.M., Kurpayanidi K. I., Khudaykulov A. S. Institutional transformation of the business sector. Monograph. Fergana "AL-FERGANUS", 2021. - 180 p.



Ashurov, M.S., Kurpayanidi, K.I. Problems and solutions for the formation of a competitive national innovation system. Monograph. Edited by Doctor of Economics, Professor Ikramov M.A., Fergana: Al-Ferganus, 2021.- 102 p.





ASHUROV M.S., SHAKIROVA Yu. S.

EKOLOGIK MUAMMOLAR VA ULARNI HAL QILISHDA EKOLOGIK MENEJMENTNING STRATEGIK YO'NALISHLARI

Monografiya

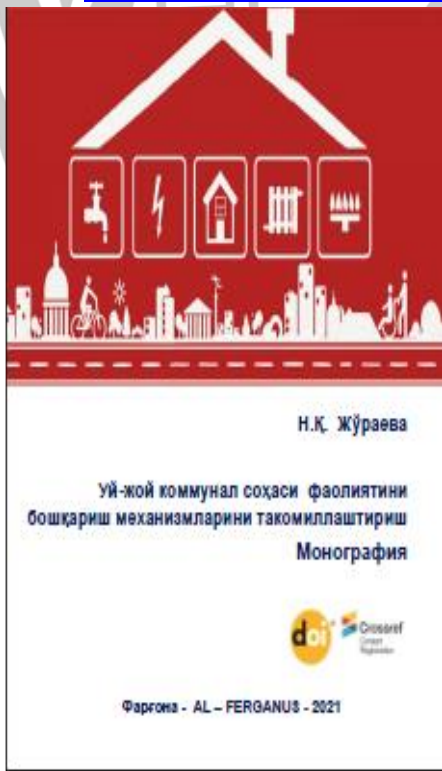


Farg'ona - AL - FERGANUS - 2021

Ashurov M.S., Shakirova Yu.S. Environmental problems and strategic directions of environmental management in their solution. Monograph. Edited by Doctor of Economics, Professor Ikramov M.A., Fergana: Al-Ferganus, 2021.- 160 p.



DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5722678>



Н.Қ. Жўраева

Уй-жой коммунал соҳаси фаолиятини бошқариш механизмларини такомиллаштириш Монография



Фарғона - AL - FERGANUS - 2021

Жўраева, Н.Қ. Уй-жой коммунал соҳаси фаолиятини бошқариш механизмларини такомиллаштириш. Монография. - Фарғона: Al-Ferganus, 2021.- 140 б.



DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5335878>





А.Т. Мирзаев
ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИЯ
ФАОЛИЯТИНИ БОШҚАРИШНИНГ УСЛУБИЙ
ЖИХАТЛАРИ: ЎЗГАРИШЛАР ВА
ИСТИҚБОЛЛАР

Монография



Фарғона - AL - FERGANUS - 2021

Mirzaev, A.T.
Methodological aspects of
tourism and recreational
activity management in
Uzbekistan: changes and
prospects: Monograph
/Mirzaev A.T.; ed G. Sh.
Khankeldiyeva - Fergana:
Al-Ferganus, 2021.- 174 p.



DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5722700>



Э.А.Муминова
ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА
КОРПОРАТИВ БОШҚАРУВНИ ИННОВАЦИОН
ПАРАДИГМАСИ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТАЖРИБА
ВА РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Монография



Фарғона - AL - FERGANUS - 2021

Muminova, E.A.
Innovative paradigm of
corporate governance at
textile enterprises:
methodology, experience
and development prospects:
monograph /Muminova
E.A.; ed. G. Sh.
Khankeldiyeva - Fergana:
Al-Ferganus, 2021.- 160 p.



DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5676091>





Набиева, Н.М. Хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантиришнинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш. Монография. - Фарғона: Al-Ferganus, 2021.- 162 б.



Н.М. Набиева
Хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантиришнинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш

Монография



Фарғона - AL - FERGANUS - 2021

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5230368>



Nazarmatov, O.S. Improving the methodology of management of innovative processes in the enterprises of the textile industry. Monograph. - Fergana: Al-Ferganus, 2021.- 200 p.



О.С.Назарматов

ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА
ИННОВАЦИОН ЖАРАЁНЛАРНИ БОШҚАРИШ
УСЛУБИЁТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Монография



Фарғона - AL - FERGANUS - 2021

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5675967>





UBAYDULLAYEV M.M.

G'O'ZADA DEFOLIATSIYA O'TKAZISHNING
MAQBUL ME'YOR VA MUDDATLARI

Monografiya



Farg'ona - AL - FERGANUS - 2021

Ubaydullayev M.M.
G'o'zada defoliatsiya
o'tkazishning maqbul
me'yor va muddatlari.
Monografiya. /q.x.f.d.,
professor F.J. Teshayev
muharrirligi ostida.
Farg'ona: Al-Ferganus,
2021. – 160 b.



DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5722721>

