

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

“МАГИСТРАТУРА” БЎЛИМИ

“МАРКЕТИНГ” КАФЕДРАСИ

Қўлёзма ҳуқуқида
УДК: 339.138:658 (575.11)

АДАМБАЕВА ФЕРУЗА КАДАМБАЕВНА

**Ўзбекистонда мода индустриясини ривожлантиришнинг
маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш
(“Ўзтўқимачиликсаноат” уюшмаси мисолида)**

5A230401- "Маркетинг(товарлар ва хизматлар)" мутахассислиги

Магистр
академик даражасини олиш учун ёзилган
диссертация

Илмий раҳбар: и.ф.д. Зияева М.М.

ТОШКЕНТ – 2019

Магистрлик диссертацияси Ўзбекистонда мода индустриясини ривожлантиришда маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, бугунги кунда тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноатининг ҳолати ва истиқболлари йўналишларини аниқлашга бағишланган. Тадқиқот асосида муаллиф алоҳид уюшма мисолида тўқималик ва тикув-трикотаж корхоналарида брендлаш шакллантирилиши баҳоланган ва таҳлил қилинган. Якуний бўлимда мода индустриясини ривожлантиришдаги стратегик йўналишлар бўйича амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Master's thesis is dedicated to study marketing strategies of developing fashion-industry, analysis and define future direction of textile and sewing-knitted industry. Based on the research, the author classed and analyzed the national brands of textile industry. In the final part, the textile companies and firm have developed practical proposal and recommendations for developing fashion-industry.

Магистрлик диссертация иши "Маркетинг" кафедрасида дастлабки ҳимоядан ўтган. 9 -сонли баённома "30" май 2019 й.

Илмий раҳбар: и.ф.д., Зияева М.М.

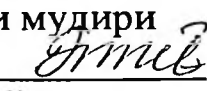

ИМЗО

15.05.19
ой, кун

Магистр: Адамбаева Ф.К.


ИМЗО

15.05.19
ой, кун

“Ҳимояга тавсия этилади”
“Маркетинг” кафедраси мудири
проф. Ш.Эргашходжаева 
“30” май 2019 йил

Ҳимоя 2019 йил “02” 07 соат 14⁰⁰ да Тошкент давлат иқтисодиёт университетида бўлиб ўтади.

МУНДАРИЖА

	Кириш.....	3
1-БОБ	Мода индустриясини ривожлантириш бўйича маркетинг стратегияларининг назарий ва услубий асослари.....	9
1.1.	Маркетинг стратегияларининг назариялари.....	9
1.2.	Модалар бозорида маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишнинг ўзига хослиги.....	18
1.3.	Жаҳон мода индустрияси ва унинг ривожланиш тенденциялари.....	28
	Биринчи боб бўйича хулоса.....	40
2-БОБ	Ўзбекистонда мода бозори ва унинг ривожланиши.....	41
2.1.	Ўзбекистонда тикув-трикотаж бозори ҳолатининг таҳлили.....	41
2.2.	Мода индустриясини ривожланишида “Ўзтўқимачиликсаноат” уюшмасининг ўрни ва аҳамияти..	49
2.3.	Ўзбекистонда шаклланган миллий брендлар ва уларни баҳолаш.....	56
	Иккинчи боб бўйича хулоса.....	62
3-БОБ	Ўзбекистонда модалар бозорини маркетинг стратегиялар асосида ривожлантириш йўллари.....	64
3.1.	Ўзбекистон тикув-трикотаж саноатида миллий брендларни шаклланишининг маркетинг асослари.....	64
3.2.	Миллий брендлар рақобатбардошлигини оширишда интеграцион ўсиш стратегиясидан фойдаланиш.....	70
3.3.	Ўзбекистонни “Шарқ мода маркази” га айлантириш бўйича маркетинг стратегияси лойиҳасини ишлаб чиқиш..	77
	Учинчи боб бўйича хулоса.....	90
	Хулоса	91
	Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	96
	Иловалар.....	101