

TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA ASSORTIMENT SIYOSATINI SHAKLLANTIRISHDA INNOVATSION YONDASHUVLARNING AHAMIYATI

Boboxo'jayev Baxtiyor Nazirxo'jayevich

TDIU, "Marketing" kafedrası
mustaqil tadqiqotchisi, PhD.

Annotatsiya

Ushbu tezisda to'qimachilik korxonalarida assortiment siyosatini shakllantirish jarayonida innovatsion yondashuvlarning roli nazariy jihatdan tahlil qilingan. Bozor muhitining tez o'zgarishi, raqamli texnologiyalar joriy etilishi va barqarorlik talablari fonida assortiment siyosatini strategik asosda boshqarish zarurligi asoslab berildi. Maqolada ilgari surilgan nazariy yondashuvlar asosida assortimentni boshqarishda moslashuvchan, tahliliy va barqarorlikka yo'naltirilgan qarorlar qabul qilishning ahamiyati ochib beriladi. Tadqiqot natijalari asosida amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: assortiment siyosati, innovatsion yondashuv, to'qimachilik sanoati, raqamli transformatsiya, barqarorlik, strategik boshqaruv, mahsulot dizayni, iste'molchi talabi

Аннотация

В данной статье теоретически проанализирована роль инновационных подходов в формировании ассортиментной политики на текстильных предприятиях. На фоне стремительно изменяющейся рыночной среды, внедрения цифровых технологий и требований устойчивого развития обоснована необходимость стратегического управления ассортиментной политикой. На основе представленных теоретических подходов раскрыта значимость принятия гибких, аналитических и ориентированных на устойчивость решений в управлении ассортиментом. По результатам исследования разработаны практические предложения.

Ключевые слова: ассортиментная политика, инновационный подход, текстильная промышленность, цифровая трансформация, устойчивость, стратегическое управление, дизайн продукции, потребительский спрос

Abstract

This paper provides a theoretical analysis of the role of innovative approaches in shaping the assortment policy of textile enterprises. Against the backdrop of rapidly changing market conditions, digital technology integration, and sustainability requirements, the strategic management of assortment planning is justified. The article highlights the importance of adopting flexible, data-driven, and sustainability-oriented decisions in assortment management based on reviewed theoretical frameworks. Practical recommendations were developed based on the research findings.

Keywords: assortment policy, innovative approach, textile industry, digital transformation, sustainability, strategic management, product design, consumer demand

Bugungi kunda to'qimachilik sanoati dunyo miqyosida jadal o'zgarib borayotgan, texnologik yangilanishlar va bozor talablariga tezkor moslashishni talab qiluvchi sohalaridan biridir. Ushbu muhitda to'qimachilik korxonalarining muvaffaqiyati ko'p jihatdan assortiment siyosatini qanday shakllantirishiga bog'liq. Assortiment siyosati nafaqat ishlab chiqariladigan mahsulotlar hajmi va xilma-xilligini belgilaydi, balki korxonaning bozordagi imiji, brend pozitsiyasi va iqtisodiy barqarorligini belgilovchi strategik vosita hisoblanadi. Shu bois, bu siyosatni shakllantirishda zamonaviy, innovatsion yondashuvlardan foydalanish ayniqsa muhimdir.

Ilmiy manbalarni tahlil qilish asosida aniqlanishicha, assortiment siyosati an'anaviy yondashuvlar bilan cheklanib qolmasdan, bugungi davrda raqamli texnologiyalar, ekologik talablar, iste'molchilarning xatti-harakatlaridagi o'zgarishlar va strategik marketing qarorlari bilan uyg'unlashtirilgan holda shakllanishi zarur. Mäkineste tadqiqotlarida assortiment strategiyasini brend identifikatsiyasi bilan uyg'unlashtirish zarurligi ta'kidlanadi. Bu yondashuv orqali kompaniyalar nafaqat mahsulotni taklif qiladi, balki uning orqasidagi qadriyatlarni, dizayn g'oyalarini va maqsadli auditoriyaga mos brend ma'nosini ham yetkazadi [1].

Lottersberger o'z tadqiqotida to'qimachilikda dizayn va innovatsiya o'zaro bog'liq bo'lgan ikkita muhim omil ekanini ko'rsatadi. Dizaynni ishlab chiqarish va marketing bilan bog'lab, assortiment tarkibini bozor talablariga ko'ra dinamik tarzda shakllantirish mumkin [2]. Xuddi shunday, Harper va Pal tomonidan ishlab chiqilgan kichik partiyali ishlab chiqarish modellari assortimentni tez-tez yangilab turish va qisqa muddat ichida xaridor istaklariga javob berish imkonini yaratadi. Bu esa zamonaviy to'qimachilik korxonalariga tezkor reaksiya, innovatsion rejalashtirish va moslashuvchanlikni ta'minlaydi [3].

Tahlil qilingan adabiyotlarda assortiment siyosatining raqamli texnologiyalar bilan uyg'unlashganligi, xususan, ERP tizimlari, mahsulot hayotiy siklini boshqarish modullari, talablarga asoslangan prognozlar asosida ishlab chiqilishi, ishlab chiqarish zaxiralarini optimallashtirishga xizmat qilishi alohida ta'kidlanadi. Kok va hamkorlari ushbu jarayonlarni matematik modellashtirish orqali assortiment hajmini, turini va narxini aniqlashga doir usullarni ilgari suradi [4]. Bunday modellar yordamida ishlab chiqarish bilan bog'liq resurslardan oqilona foydalanish mumkin bo'ladi.

Zamonaviy sharoitda tashqi muhit omillari, xususan pandemiyalar, ekologik talablar va global ta'minotdagi uzilishlar assortiment siyosatini shakllantirishda yangi yondashuvlarni joriy qilishni talab qilmoqda. Xususan, COVID-19 pandemiyasi davrida korxonalar tezkor qarorlar qabul qilish, assortimentni qisqa muddatda yangilash, masofaviy savdo tizimlarini rivojlantirishga majbur bo'lishgan. Zhao va Kimning tadqiqotlari ushbu jarayonlarni asoslab beradi va innovatsiyalarning inqirozga qarshi chidamlilikda qanchalik muhim ekanini ko'rsatadi [5].

Bundan tashqari, assortiment siyosati sanoat siyosati bilan ham chambarchas bog'liq. Wilson tomonidan olib borilgan tadqiqotda davlat tomonidan yaratilayotgan iqtisodiy sharoit, texnoparklar, investitsiya rag'batlantirish siyosatlari assortiment siyosatini erkin shakllantirishga qulay zamin yaratishi mumkinligi isbotlangan [7].

Bunday tashqi sharoitlar innovatsion yondashuvlarning korxona ichida shakllanishiga imkon yaratadi.

Ekologik barqarorlik, qayta ishlanuvchi xomashyo, “yashil logistika” kabi omillar esa zamonaviy assortiment siyosatining ajralmas qismiga aylanmoqda. Barqarorlik tamoyillariga asoslangan assortiment siyosati nafaqat ijtimoiy mas’uliyat, balki korxonaning uzoq muddatli iqtisodiy barqarorligini ham belgilaydi. Ermini va hamkorlarining konseptual yondashuvlarida aynan shu tamoyillar asosida ishlab chiqarish va assortiment strategiyasi integratsiyasi ko‘rsatilgan [8].

Metodologik nuqtai nazardan ushbu nazariy tadqiqotda ochiq ilmiy manbalar asosida kontent-tahlil, qiyosiy tahlil va konseptual umumlashtirish yondashuvlari qo‘llanildi. Manbalar mavzuga bevosita daxldorligi, innovatsion asosga ega bo‘lishi va to‘qimachilik sanoatida real qo‘llanilgan tajribalarni aks ettirishi mezonlariga ko‘ra tanlab olindi. Tadqiqot davomida assortiment siyosatini shakllantirishga ta’sir qiluvchi asosiy omillar: ichki ishlab chiqarish quvvatlari, bozor talabi, texnologik yangilanishlar, davlat siyosati va ekologik omillar ketma-ketlikda o‘rganildi. Ushbu asosda assortiment siyosatini optimallashtirish bo‘yicha nazariy qarashlar va konseptual yondashuvlar tahlil qilindi. Maqsad – assortiment siyosatini samarali va barqaror shakllantirishda innovatsiyalarning o‘rnini chuqur yoritish, mavjud ilmiy qarashlarni umumlashtirish va istiqbolli yo‘nalishlarni aniqlashdan iborat bo‘ldi.

Tadqiqot davomida olib borilgan nazariy tahlillar asosida aniqlanishicha, to‘qimachilik sanoatida assortiment siyosatini shakllantirish jarayoni ko‘plab o‘zgaruvchan omillarning o‘zaro ta’siri natijasida shakllanadi. Bunda innovatsion yondashuvlar asosiy rolni bajaradi, chunki ular korxonaning ichki ishlab chiqarish salohiyati, tashqi bozor sharoitlari, texnologik infratuzilma va strategik boshqaruv mexanizmlari bilan uzviy bog‘langan holda ishlab chiqiladi. Ayniqsa, oxirgi yillarda global miqyosda kuzatilayotgan iqtisodiy o‘zgarishlar, pandemiyaviy inqirozlar, ta’minot zanjirlaridagi uzilishlar va iste’molchilarning o‘zgaruvchan ehtiyojlari fonida assortiment siyosatini an’anaviy yondashuvlar asosida boshqarish samarasiz bo‘lib qolmoqda. Shu bois, zamonaviy korxonalar innovatsiyalarga asoslangan assortiment rejalashtirish modeliga o‘tishga majbur bo‘lmoqda.

Mazkur nazariy izlanishda tahlil qilingan xorijiy adabiyotlar asosida aniqlanishicha, assortiment siyosatini shakllantirishda eng avvalo mahsulotning brend qiymati, dizayn identifikatsiyasi, iste’molchilarning xulq-atvori va mavsumiy talablar asosiy o‘rin egallaydi. Mäkineste tomonidan ishlab chiqilgan assortiment modellashtirish modeli shuni ko‘rsatadiki, assortiment tarkibini shakllantirishda uni brend konsepsiyasi bilan uyg‘unlashtirish kompaniya identitetining aniqligini va bozordagi farqlanuvchanligini ta’minlaydi [1]. Bu yondashuv nafaqat bozor ulushini kengaytirishga, balki xaridor ongida mustahkam pozitsiyani egallashga xizmat qiladi. Lottersberger esa dizayn va mahsulot innovatsiyalarining raqobatbardoshlikka ta’sirini asoslab bergan. Unga ko‘ra, dizayn faqat tashqi ko‘rinish emas, balki innovatsion yechimlar orqali funksionallik va ekologiklikni o‘zida jamlagan kompleks hodisa bo‘lib, assortiment siyosatining asosiy harakatlantiruvchi kuchiga aylanadi [2].

Tahlil jarayonida assortiment siyosatini shakllantirishda texnologik moslashuvchanlik, raqamli platformalar integratsiyasi va tezkor tahliliy modellar qo'llanilishi orqali ishlab chiqarishdan tortib yetkazib berishgacha bo'lgan barcha bosqichlarda samaradorlikka erishish mumkinligi aniqlangan. Harper va Pal Yevropa to'qimachilik korxonalarida amalga oshirilgan kichik partiyali, qisqa davrli ishlab chiqarish modellari asosida assortimentni bozor talablariga tez moslashtirish amaliyotini tahlil qilgan. Ularning fikricha, an'anaviy katta hajmdagi ommaviy ishlab chiqarish modellari zamonaviy moslashuvchan bozorlar sharoitida o'z samarasini yo'qotmoqda, natijada assortiment siyosatini doimiy ravishda yangilab borish va real vaqt analitikasi asosida qarorlar qabul qilish zaruratga aylanmoqda [3]. Bu jihat Kok va hamkorlarining assortiment rejalashtirish bo'yicha matematik modellarida ham ochib berilgan. Ularning tadqiqotlari assortimentni shakllantirishda talabdagi noaniqlik, zaxira boshqaruvi va ishlab chiqarish logistikasi kabi omillarni optimallashtirish orqali xarajatlarni kamaytirish, foyda marjasini oshirish va ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanish imkonini beradi [4].

So'nggi yillarda global pandemiya sharoitida assortiment siyosati qanday tezlikda qayta ko'rib chiqilayotgani ham o'rganildi. Zhao va Kim tomonidan olib borilgan tadqiqotlar asosida shuni ko'rish mumkinki, COVID-19 davrida kompaniyalar assortiment strategiyalarini to'liq yangilashga, masofaviy savdo kanallarini kengaytirishga, raqamli tahlil vositalari yordamida talabni bashorat qilishga va tezkor ishlab chiqarish sikllarini joriy etishga majbur bo'lganlar [5]. Ushbu transformatsiyalar innovatsion yondashuvlar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, korxonalarning raqobatbardoshligini saqlab qolishda asosiy omilga aylandi.

Assortiment siyosatini shakllantirishda faqat ichki ishlab chiqarish mexanizmlari emas, balki tashqi iqtisodiy va siyosiy omillar ham muhim o'rin tutadi. Wilson o'z tadqiqotida sanoat siyosati, hukumat tomonidan ko'rsatilayotgan rag'batlantiruvchi choralar va yengilliklar assortiment shakllanishiga qanday ta'sir ko'rsatishini baholagan. U assortiment siyosatini milliy industrial strategiyalar bilan uyg'unlashtirish orqali milliy to'qimachilik sanoatining innovatsion salohiyatini kuchaytirishni taklif etadi [7]. Shu bilan birga, Khodiev va hamkorlarining tadqiqotlari asosida assortiment siyosatini shakllantirishda ishlab chiqarish quvvatlaridan oqilona foydalanish, ishlab chiqarish zaxiralari va mahsulotlar aylanmasini balanslashtirish mexanizmlari ishlab chiqilgan. Ular assortiment siyosatini faqat marketing yondashuvida emas, balki ishlab chiqarish iqtisodiyoti nuqtai nazaridan ham tahlil qilish zarurligini ta'kidlaydilar [6].

Zamonaviy to'qimachilik sanoatida assortiment siyosatining barqarorlik tamoyillariga asoslanishi ham dolzarb masalaga aylangan. Ermini va hamkorlari ishlab chiqargan nazariy asoslar asosida assortiment siyosati ekologik talablar, qayta ishlanadigan materiallardan foydalanish, uglerod izini kamaytirish, va yashil logistika tamoyillariga asoslangan modelda shakllanishi zarurligi asoslab berilgan. Bu yondashuv global bozorlarda faoliyat yurituvchi korxonalar uchun nafaqat ijtimoiy mas'uliyat mezoni, balki raqobat ustunligiga aylanishi mumkinligini ko'rsatadi [8].

Rajaram esa assortimentni boshqarishdagi raqamli tahliliy modellar, xaridor xatti-harakatlariga asoslangan prognozlash metodikasi va shelf-space (joylashtirish strategiyasi) orqali mahsulot rentabelligini oshirish imkoniyatlarini asoslagan. U matematik modellar asosida assortimentni shakllantirishda noaniqlik va cheklangan resurslar sharoitida qanday strategiyalar qo'llanilishi mumkinligini batafsil ochib bergan [9]. Guercini va Runfola esa o'z navbatida, mahsulot murakkabligi va globallashtirish ta'minot zanjirlari fonida assortiment siyosatini diversifikatsiyalash va ta'minot strategiyasini moslashtirish bo'yicha nazariy yondashuvlarni taklif etadi [10].

Ushbu tadqiqot asosida aniqlanishicha, assortiment siyosati to'qimachilik korxonalarining strategik rivojlanishida hal qiluvchi o'rin tutadi. Innovatsion yondashuvlar esa bu siyosatni zamonaviy sharoitlarda samarali shakllantirish va boshqarish uchun zaruriy vosita hisoblanadi. Assortiment siyosatini an'anaviy yondashuvlar asosida yuritish bozor talabining o'zgaruvchanligiga mos kelmaydi. Shuning uchun assortimentni shakllantirishda bozor analitikasi, raqamli texnologiyalar, barqarorlik tamoyillari va iste'molchi ehtiyojlarini chuqur tahlil qilgan holda qarorlar qabul qilish talab etiladi.

Tadqiqotda tahlil qilingan manbalar shuni ko'rsatdiki, assortiment siyosatining muvaffaqiyati ko'p jihatdan quyidagi omillarga bog'liq: mahsulot dizaynining brend konsepsiyasi bilan uyg'unligi, ishlab chiqarish va logistika jarayonlarining moslashuvchanligi, raqamli axborot tizimlaridan foydalanish darajasi, tashqi muhitga moslashish qobiliyati va ekologik barqarorlikni ta'minlovchi yondashuvlar. Bularning barchasi assortimentni shakllantirishni ko'p yo'nalishli, murakkab, lekin tartiblangan jarayonga aylantiradi.

Pandemiya davrida orttirilgan tajriba esa assortiment siyosatining tezkor moslashuvchanlik va tahliliy qaror qabul qilish qobiliyatiga ega bo'lishi zarurligini yanada ravshan ko'rsatdi. Innovatsion yondashuvlar aynan shunday sharoitlarda o'zini eng samarali isbotlay oladi. Shu bois, assortiment siyosatini shakllantirishda innovatsiyani faqat texnologik vosita sifatida emas, balki butun boshqaruv tizimining markaziy elementi sifatida ko'rish zarur.

Ushbu xulosalardan kelib chiqib, quyidagi takliflarni ishlab chiqildi:

1. Assortiment siyosatini strategik rejalashtirishga aylantirish: uni faqat mahsulotlar ro'yxatini tuzish emas, balki kompaniyaning umumiy maqsadlariga yo'naltirilgan marketing va ishlab chiqarish qarorlarining ajralmas qismi sifatida shakllantirish lozim.

2. Raqamli texnologiyalarni joriy qilish: ERP, CRM va talabni bashoratlovchi tizimlar asosida assortimentni real vaqt rejimida tahlil qilish va qayta shakllantirish mexanizmlarini ishlab chiqish tavsiya etiladi.

3. Iste'molchilar xulqini o'rganishga asoslangan assortiment: muntazam so'rovlar, onlayn xarid qilish ma'lumotlari va ijtimoiy tarmoqlardagi tahlillar orqali assortimentni mijozlarga moslashtirish mexanizmlarini kuchaytirish zarur.

4. Barqarorlikni hisobga olgan assortiment siyosati: ekologik toza xomashyo, qayta ishlanadigan materiallar va uglerod izini kamaytiruvchi logistik yechimlarga asoslangan assortiment strategiyalarini ishlab chiqish kerak.

5. Davlat siyosati bilan integratsiya: mahalliy ishlab chiqaruvchilarning assortiment siyosatini davlat tomonidan beriladigan yengilliklar, grantlar va texnologik qo'llab-quvvatlash dasturlari bilan muvofiqlashtirish lozim.

6. Kichik hajmli va tezkor ishlab chiqarish modellari: yirik ommaviy ishlab chiqarishdan voz kechib, moslashuvchan, qisqa muddatli ishlab chiqarish orqali bozorga tez chiqish va o'zgaruvchan talablarga javob berish imkonini beruvchi assortiment siyosatini shakllantirish muhim.

Yuqoridagi takliflar asosida to'qimachilik korxonalari o'z assortiment siyosatini yangicha, innovatsion asosda shakllantirib, raqobatbardosh, moslashuvchan va barqaror ishlab chiqarish tizimiga ega bo'lishlari mumkin. Bu esa ularning ichki bozor va eksportdagi pozitsiyasini mustahkamlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Makineste, P. (2024). Creating a profitable assortment plan for a fashion brand: Navigating brand identity and market needs in international expansion. Theseus. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/870775/Makineste_Pauline.pdf

2. Lottersberger, A. (2012). Design, innovation and competitiveness in the textile industry: Upstream design driven innovation. Politecnico di Milano. https://www.politesi.polimi.it/bitstream/10589/56730/1/2012_03_PhD_Lottersberger.pdf

3. Harper, S., & Pal, R. (2024). Small-series supply network configuration priorities and challenges in the EU textile and apparel industry. Journal of Fashion Marketing and Management. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jfmm-07-2021-0173/full/pdf>

4. Kok, A. G., Fisher, M. L., & Vaidyanathan, R. (2008). Assortment planning: Review of literature and industry practice. In Retail Supply Chain Management (pp. 187–222). Springer. https://nibmehub.com/opac-service/pdf/read/Retail%20Supply%20Chain%20Management%20_%20quantitative%20models%20and%20empirical%20studies.pdf#page=187

5. Zhao, L., & Kim, K. (2021). Responding to the COVID-19 pandemic: Practices and strategies of the global clothing and textile value chain. Clothing and Textiles Research Journal. <https://www.researchgate.net/publication/349441392>

6. Khodiev, B. Y., Mustafakulov, S. I., & Tursunov, B. O. (2019). Methods for control efficiency evaluation of the production capacities application at the textile enterprises and the mechanism for optimal control. Astra Salvensis. https://www.academia.edu/download/82154167/Khavrova_article_2019_2.pdf

7. Wilson, S. (2020). Building apparel manufacturing competitiveness through policy: A system dynamics approach. Journal of Fashion Marketing and Management. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JFMM-10-2019-0243/full/html>

8. Ermini, C., Visintin, F., & Boffelli, A. (2024). Understanding supply chain orchestration mechanisms to achieve sustainability-oriented innovation in the textile and fashion industry. Sustainable Production and Consumption. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352550924002008>

9. Rajaram, K. (2001). Assortment planning in fashion retailing: Methodology, application and analysis. *European Journal of Operational Research*, 134(3), 582–598. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(99\)00406-3](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(99)00406-3)
10. Guercini, S., & Runfola, A. (2004). Sourcing strategies in clothing retail firms: Product complexity versus overseas supply chain. *Journal of Customer Behaviour*, 3(3), 305–320. <https://www.academia.edu/download/8653743/4548.pdf>