

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



**«ФАН ВА ТЕХНИКА ТАРАҚҚИЁТИДА
ИНТЕЛЛЕКТУАЛ ЁШЛАРНИНГ ЎРНИ»
ИҚТИДОРЛИ ТАЛАБАЛАРНИНГ
РЕСПУБЛИКА ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
АНЖУМАНИ**

ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ИҚТИСОДИЁТИ ВА МЕНЕЖМЕНТИ

22 апрель 2016 йил

Тошкент - 2016

МУНДАРИЖА

«Фан ва техника тараққиётида интеллектуал ёшларнинг ўрни»
 Республика иқтидорли талабаларнинг илмий-амалий анжумани.
 7. Ишлаб чиқариш иқтисодиёти ва менежменти. Маъруза тезислари
 тўплами. –Т.: ТДТУ, 22 апрель, 2016.

Ушбу тўпламга 2016 йил 22 апрелда ўтказилган «Фан ва техника
 тараққиётида интеллектуал ёшларнинг ўрни» Республика иқтидорли
 талабаларнинг илмий-амалий анжуманининг «Ишлаб чиқариш
 иқтисодиёти ва менежменти» ишўбасида иштирокчи-талабаларнинг
 профессор-ўқитувчилар илмий раҳбарлигида ёзилган илмий мақолалари
 киритилган.

1.	ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Махкамova М.А., ТДТУ. Рақобат шароитида махсулотларни тижоратлаштиришда инновацион маркетингни ахамияти.....	7
2.	ИМФ талабаси Абдуқаюмов Х.Ғ., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ. Саноат корхоналари рақобатбардошлигини ошириш йўллари.....	11
3.	Студент ФЭМ Зойиров О.М., научный руководитель д.э.н., проф. Саид-Джалолов Д.Р., ТГТУ. Особенности и тенденции развития информационно-коммуникационных технологий в Узбекистане.....	13
4.	ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Хусайнов Р.Р., ТДТУ. Саноат корхоналарининг экспорт салоҳиятини кўтаришда маркетинг стратегиялари ва тадқиқотларидан фойдаланиш.....	16
5.	Студент ФТУТК Махмуджонova М.М., научный руководитель к.э.н., доц. Омонов Б.Ш., ТАДИ. Мировой опыт использования бенчмаркинга для развития автомобилестроения.....	19
6.	ИМФ талабаси Камолов Ф., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Исхаков Б.А., ТДТУ. Ўзбекистон банк тизимидаги ислохотлар – иқтисодиётимиз ривожланишининг гаровидир.....	21
7.	Студентка ФЭМ Закирходжаева М., научный руководитель к.э.н., доц. Исхаков А.К., ТГТУ. Вопросы обеспечения качества управления и конкурентоспособности предприятия.....	22
8.	Студентка ФЭМ Инагамова М.Р., научный руководитель к.э.н., доц. Умарова Д.М., ТГТУ. Современные подходы к разработке стратегии диверсификации машиностроительных предприятий Республики Узбекистан.....	26
9.	Студент ФЭМ Қаюмов Ж.Ж., научный руководитель к.э.н., доц. Ибрагимова С.А., ТГТУ. Концепция и основные виды стоимостной оценки бизнеса.....	30
10.	ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Хашимова С.Н., ТДТУ. Мехнат миграцияси ва унинг иқтисодиётга таъсири.....	32
11.	Студентка ФЭМ Рахимова З.Х., научный руководитель к.э.н., доц. Якубова Д.М., ТГТУ. Совершенствование эффективного использования основных промышленно-производственных фондов.....	35
12.	Студентка ФЭМ Ташмухамедова К., научный руководитель ст. преп. Турсунова Н.Х., ТГТУ. Организация системы финансов предприятия.....	37
13.	ИМФ талабаси Юсубжанова Г.О., ТДТУ илмий раҳбар кат.ўқ. Бегмуллаев О.И., ТДТУ. Корхоналар иқтисодий ночорлигини тартибга солишда хориж тажрибалари.....	40
14.	ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., илмий раҳбар кат.ўқ. Урманова Д.Т., ТДТУ. Корпоратив низолар ва уларни бартараф этиш йўллари.....	42

15.	ИМФ талабаси Умаров Э.Г., илмий раҳбар кат.ўк. Шагаипова Г.З., ТДТУ. Энергетика корхоналарида ахборот технологияларини қўллашнинг жиҳатлари.....	44
16.	ЭАФ талабаси Тоирхўжаев И.Ж., илмий раҳбар кат.ўк. Ташходжаева М.Д., ТДТУ. Ўзбекистон Республикасига хорижий инвестицияни жалб этишда солиқнинг роли.....	48
17.	Студентка ФЭМ Абдурашитова Я., научный руководитель ст. пред. Аллаева Г.Ж., ТГТУ. Перспективы формирования энергоэффективной структуры промышленного производства.....	52
18.	Студент ФЭМ Аскарлов А.Р., научный руководитель ст. пред. Муратова О.М., ТГТУ. Эффективная организация рекламной деятельности.....	55
19.	ИМФ талабаси Каххаров Ж.Р., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Махкамова М.А., ТДТУ. Интеллектуал маркетинг - рақобатбардошликни шакллантириш омили сифатида.....	58
20.	ИМФ талабаси Умаров Э.Г., илмий раҳбар кат.ўк. Урманова Д.Т., ТДТУ. Олтин ва кумуш – нодир металл сифатида аналитик таҳлили.....	65
21.	Студент ФЭМ Зойиров О.М., научный руководитель д.э.н., проф. Саид-Джалолов Д.Р., ТГТУ. Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности на основе внедрения информационных технологий.....	69
22.	Студентка ФТУТК Махмуджоновна М.М., научный руководитель к.э.н., доц. Омонов Б.Ш., ТАДИ. Автомобильная промышленность как движущая сила мировой экономики и её значение для роста национальной экономики.....	71
23.	Студентка ФЭМ Усарова С., научный руководитель к.э.н., доц. Якубова Д.М., ТГТУ. Оптимизация управления логистики в промышленном предприятии.....	74
24.	ИМФ талабаси Ҳақназаров Д., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ. Кончилик корхоналарида маркетинг тадқиқотларини ўтказишнинг иқтисодий хусусиятлари.....	76
25.	ИМФ талабаси Мамажонов О.Р., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Хашимова С.Н., ТошДТУ Мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда хорижий инвестициялар аҳамияти.....	78
26.	ИМФ талабаси Умаров Э.Г., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Ибрагимова С.А., ТДТУ. Саноат корхоналарида маркетинг стратегиясининг асосий йўналишлари.....	81
27.	ИМФ талабаси Олтибоев Ф.Ш., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Махкамова М.А., ТДТУ. Саноат корхоналарига чет эл инвестицияларини жалб этиш йўналишлари.....	82
28.	ИМФ талабаси Абдуллаева Д.Т., илмий раҳбар кат. ўк. Бегмуллаев О.И., ТДТУ. Корхоналар иқтисодий нозорлигининг асосий омили.....	84
29.	ИМФ талабаси Самандаров Т.А., илмий раҳбар кат. ўк. Шагаипова Г.З., ТДТУ. Брендингга методологик ёндашув – корхонанинг рақобатли устулигини ривожлантиришнинг янги босқичи сифатида.....	86

30.	ИМФ талабаси Курбонлов А.Ж., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ. Саноат корхоналарида нарх сиёсатини такомиллаштириш.....	88
31.	Студентка ФТУТК Махмудова Д.Р., ТАДИ научный руководитель к.э.н., доц. Омонов Б.Ш., ТАДИ. Обоснование методов совершенствования мотивации и стимулирования труда работников маркетинговой службы автотранспортного предприятия.....	90
32.	ИМФ талабаси А. Рахматов., илмий раҳбар доц. Ибрагимова С.А., ТДТУ. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida real sektor korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish.....	95
33.	Студентка ФЭМ Усарова С., научный руководитель к.э.н., доц. Якубова Д.М., ТГТУ. Прямые иностранные инвестиции в промышленность Узбекистана.....	97
34.	ИМФ талабаси Умаров Э.Г., илмий раҳбар кат. ўк. Урманова Д.Т., ТДТУ. Саноат корхоналарида корпоратив бошқарув самарадорлигини баҳолаш.....	99
35.	ИМФ талабаси Азизов С.С., илмий раҳбар кат. ўк. Бегмуллаев О.И., ТДТУ. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хорижий инвестицияларнинг роли.....	100
36.	ИМФ талабаси Қанонов Ж.Ж. ТДТУ илмий раҳбар и.ф.н., доц. С.А. Ибрагимова, ТДТУ. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида рақобатдошликни ошириш йўллари.....	104
37.	ИМФ талабаси Курбонлов А.Ж., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Алимходжаев С.Р., ТДТУ. Ўзбекистон Республикасида кончилик корхоналари маҳсулотларига нархларини шакллантиришни такомиллаштириш.....	107
38.	ИМФ талабаси Олтибоев Ф.Х., илмий раҳбар и.ф.д., проф. Махкамова М.А., ТДТУ. Ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари.....	109
39.	Студент ФЭМ Абдуразақов Ж., ТГТУ научный руководитель доц. к.э.н. Якубова Д.М., ТГТУ. Значение иностранных инвестиций в структурных преобразованиях экономики.....	110
40.	Студентка ФЭМ Ташева М., научный руководитель ст. пред. Аллаева Г.Ж., ТГТУ. Роль инвестиций в развитии энергетической промышленности Республики Узбекистан.....	113
41.	ИМФ талабаси Тоирхўжаев И.Ж., илмий раҳбар кат. ўк. Ташходжаева М.Д., ТДТУ. Юридик шахслар мол-мулк солиғи: умумий тушунча ва иқтисодий мазмуни.....	116
42.	ИМФ талабаси Жуманазаров М.И., ТДТУ илмий раҳбар катта ўқувчи Шагаипова Г.З., ТДТУ. Инновацион маркетингда интернет технологияларидан фойдаланиш самарадорлиги.....	127
43.	ИМФ талабаси Раҳмонкулова Г. М., ТДТУ илмий раҳбар и.ф.н., доц. Ибрагимова С.А., ТДТУ. Ўзбекистонда акциядорлик жамиятларида корпоратив бошқарувни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари.....	130

44.	ИМФ катта ўқитувчи Саманов А.А., ТДТУ. Техника соҳасидаги таълим жараёнига маркетинг фанини тадбиқ этилишининг самарадорлиги.....	135
45.	ИМФ талабаси Умаров Э.Ғ., ТДТУ илмий раҳбар кат.ўқ. Урманова Д.Т., ТДТУ. Акциядорлик жамиятларида корпоратив бошқарувни жорий этишда модернизациялаш жиҳатлари.....	139
46.	ИМФ талабаси Кутфиддинов Р.Х., илмий раҳбар кат.ўқ. Шагайпова Г.З., ТДТУ. “Ўзбекэнерго” ДАКда маркетинг тизимини қўллашнинг замонавий ҳолатини иқтисодий таҳлили.....	145
47.	ФЭМ старший преподаватель Ташходжаева М.Д., ТДТУ. Система социальной защиты населения в Узбекистане.....	147
48.	ИМФ талабаси Муродов У., илмий раҳбар и.ф.н., доц. Хашимова С.Н., ТДТУ. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида қора металлургия тармоғида инновацион фаолиятининг самарадорлигини ошириш йўллари.....	150
49.	Студент ФЭМ Юлдашев А., научный руководитель ст.преп. Гаипова М.Т., ТГТУ. Особенности рекламы и маркетинга в банке.....	152
50.	Студент ФЭМ Хидоятлов У.И., научный руководитель ст.преп. Гаипова М.Т., ТГТУ. Зарубежный опыт привлечения инвестиций в реальный сектор экономики.....	158
51.	Студентка ФЭМ Инагамова М.Р., научный руководитель к.э.н., доц. Умарова Д.М., ТГТУ. Проблемы формирования стратегии диверсификации предприятия.....	161
52.	Студентка ФЭМ Инагамова М.Р., научный руководитель к.э.н., доц. Умарова Д.М., ТГТУ. Сущность стратегии управления диверсификациями предприятия.....	163
53.	Студент ФЭМ Саиджалалов Х.С., научный руководитель ст.преп. Гаипова М.Т., ТГТУ. Роль маркетинговых стратегий в повышении качества менеджмента предприятий.....	166

**САНОАТ КОРХОНАЛАРИНИНГ ЭКСПОРТ САЛОҲИЯТИНИ
КЎТАРИШДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИ ВА
ТАДҚИҚОТЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ**

Бугунги кунда Ўзбекистонда амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларда саноат корхоналарини экспорт салоҳиятини кўтариш, экспорт ҳажмини ошириш, экспорт маҳсулотлар таркибини такомиллаштириш ва географиясини кенгайтириш каби вазифаларни амалга ошириш асосий ҳисобланади. Мазкур вазифаларни амалга ошириш доирасида экспортга доир фаолият натижалари қуйидагиларни ташкил этди. [1]

Мамлакатимизда 2012 йилда эса ташқи савдо айланмаси ҳажми 13150,1 млн. АҚШ долларни, ташқи савдо фаолиятидаги ижобий сальдоси 2013 йилда 1 миллиард 300 миллион АҚШ доллар, 2014 йилда эса 180 миллион АҚШ долларни ташкил қилган, 2014 йилда экспорт ҳажми 840 миллион АҚШ доллардан зиёд товарлар экспорт қилинган.

1-жадвал

Ўзбекистоннинг 2014-2015 йиллардаги айрим натижалари
тўғрисидаги
маълумотлар

№	Кўрсаткичлар номи	2014 йилда 2013 йилга нисбатан	2015 йилда 2014 йилга нисбатан
1.	Ялпи ички маҳсулотнинг ўсиши	8,1 фоиз	8,0 фоиз
2.	Чакана савдо айланмаси ҳажмининг ўсиши	14,3 фоиз	15,1 фоиз
3.	Экспорт ҳажмининг ўсиши	5,919 миллиард АҚШ доллари ¹	6,359 миллиард АҚШ доллари ²
4.	Саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмининг ўсиши	8,3 фоиз	8,0 фоиз

Бугунги кунда экспорт салоҳиятини янада оширишда, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар рақобатбардошлигини таъминлаш, ҳажмини кўпайтириш ва сотишда маркетинг стратегияларидан фойдаланиб узок

¹ 2014-йил январ-июнь ойларида экспорт ҳажми.

² 2015-йил январ-июнь ойларида экспорт ҳажми.

муддатли ташқи савдо фаолиятини амалга оширишга имкониятлар яратишни тақозо этади. Маркетинг стратегияларидан фойдаланган ҳолда экспорт маҳсулотларини танлаш ва уни экспортга тайёрлаш хорижий бозорнинг ўзига ҳослигини аниқлашга олиб келади. Маълумки, истеъмолчи нафақат товарнинг ўзига, балки унинг сифати, қадоғи, кафолати ва хизмат кўрсатишга ҳам муҳтождир. Корхона экспорт салоҳиятини ривожлантиришда маҳаллий товарлар орасидан қандай товарлар ажралиб туришига эришиш, ёрликлаш ва қадоклашда қандай ранглардан фойдаланиш, ёрликни қайси тилда босиш, вазн ва маҳсулот хусусиятларини қандай кўрсатиш каби бир қатор омилларни ҳисобга олиш керак.

Корхоналар экспортга маҳсулот ишлаб чиқаришда аниқ мақсадларга эришиш ва ижобий натижаларга эга бўлиши учун, биринчи навбатда, маркетинг изланишлари орқали истеъмолчиларнинг асосий эҳтиёжларини аниқлаш, иккинчидан, бу эҳтиёжларни қондирадиган рақобатбардош маҳсулотларни яратиш, учинчидан, бу маҳсулотларни маркетинг стратегияларидан фойдаланган ҳолда маҳсулотни тезда, яқин масофалар орқали ва самарали усул билан ўз харидорига етказиш ҳамда товарнинг харидори билан “учрашишга” энг қулай шароит яратишдан иборат бўлиши шарт. Майкл Портернинг фикрича, фақат учта асосий рақобатли стратегия мавжуд бўлиб, улар ўзининг мақсадли бозори билан ва амалга оширилаётган рақобатли устунлик тури билан фарқ қилади. [2]

Корхоналар бозорда лидерликни харажатларни иқтисод қилиш ҳисобига эгаллаши мумкин. Бунда корхона донмий харажатларни назорат қилишни, ишлаб чиқаришга инвестиция, янги технология конструкциялари устида яхшилаб ишлашни, савдо харажатларини камайтиришни назарда тутати. Харажатларни иқтисод қилиш ҳисобига лидерлик стратегиясида – рақобатчига нисбатан кам харажатлар асосий ўринда туради. Бу стратегияда қуйидаги рақобатли кучга қарши самарали ҳимояни ташкил этиши керак: потенциал мижозларга рақобатчиларга нисбатан сифати нархига мос ҳолдаги маҳсулотларни таклиф этиш; паст харажатларга эришиш учун таъминотчилардан фойдаланиш имкониятларини шакллантириш ва ундан фойдаланиш.

Бозордаги эҳтиёжни қондириш орқали бозорни ҳеч қандай ҳаракатсиз ҳам эгаллаш мумкин. Бу стратегия маркетингда маҳсуллаштириш стратегияси деб номланиб, бунда фақат мақсадли сегмент доирасида фаолият юритади. Саноат корхоналарининг экспорт салоҳиятини кўтаришда Ф.Котлер томонидан таклиф этилган рақобатчилик стратегиялардан ҳам фойдаланиш мумкин. [3]

1. Мудофаа стратегияси - бозор лидерининг стратегияси бўлиб, у орқали корхона бозорда рақобат курашида қўлга киритган ютуқларини, позицияларини (масалан, бозорда катта улушни сақлаб қолиш, маҳсулот маркасини обрўсини кўтариш, товар ҳаракати каналларини) устидан

назоратни сақлаб қолишга интилади. Мудофаа стратегияси бозор лидери томонидан ўзининг бизнесини рақобатчилар тажовузидан доимо химоя қилиш мақсадида танланадиган стратегиядир.

2. **“Журашга чақирувчи” стратегиясининг мақсади** – бозорда мавжуд лидер ўрнини эгаллашдир. Бу ерда 2 та муаммони ҳал қилиш муҳим ҳисобланади. Биринчи муаммо, бу лидерга ҳужум қилиш учун вазиятни танлаш. Иккинчи муаммо эса, лидернинг имкониятларини ва химоясини тўғри баҳолаш.

3. **“Лидер орқасидан боровчи стратегия”.** Бу стратегиядан бозорда улуши унча катта бўлмаган рақобатчилар мавжудлигида фойдаланилади. Бунда рақобатчилар ўзаро келишилган ҳолда савдони амалга оширишда қўлланилади.

4. **Мутахассис стратегияси.** Бу стратегияда мутахассис бозор билан эмас, балки бир неча сегментни ўрғанади, самарали сегментларда фаолият юргизади.

Саноат корхоналарининг экспорт салоҳиятини оширишда маркетинг тадқиқотларидан ҳам фойдаланиш самарали натижаларни беради. Бироқ мазкур тадқиқотларни олиб боришда фирма маркетингидан чуқур билим, юқори малака ва кучли меҳнат талаб қилади. Маркетинг тадқиқотлари қуйидаги вазифаларни бажариш орқали амалга оширилади: [4]

1. Ахборот тўплаш, қайта ишлаш ва умумлаштириш.
2. Макромухит омилларини фирма фаолиятига таъсирини таҳлили.
3. Ташқи бозор конъюктурасини баҳолаш, бозор сизимини ҳисоб-китоб қилиш, талабни таснифлаш ва башорат қилиш, унинг мослашувчанлигини таҳлил қилиш.
4. Фирманинг имкониятларини, салоҳияти ва рақобатбардошлигини баҳолаш.
5. Фирма товарини рақобатбардошлигини баҳолаш.
6. Нархни ахборот-таҳлилий маълумотлар асосида шакллантириш.
7. Маркетинг тадқиқотининг самарадорлигини тавсифлаш.

Корхона экспорт салоҳиятини оширишда маркетинг тадқиқотлари қуйидаги функцияларни амалга оширади: 1. Халқаро бозорларга чиқишда керакли метъерий ҳужжатларни ўрганиш, таҳлил қилиш ва кераклигини ташқи савдони ташкил этиш учун тайёрлаш. 2. Халқаро бозорда рақобатчилар томонидан қўлланилаётган маркетинг операцияларини тадқиқ этиш ва тадқиқотлар асосида таҳлилий натижаларни шакллантириш. 3. Халқаро миқёсда маркетинг-микс комплексини тадқиқ қилиш.

Хорижий давлатларда савдо уйлари очиш, республикамизда дистрибуторлик компанияларини ташкил этиш ҳамда уларнинг самарали фаолият кўрсатишини таъминлашда юқори малакали товаршунос мутахассисларни таёрлаш мақсадга мувофиқдир. Юқорида келтирилган

барча тавсия ва таклифларнинг жорий этиш натижасида саноат корхоналарининг экспорт салоҳиятини кўтаришига эришилади.

Адабиётлар

1. <http://www.stat.uz>.
2. Акрамов Т.А. Ташқи бозорларга чиқишда маркетинг стратегияларидан фойдаланиш. “Ишлаб чиқариш соҳасида маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш муаммолари” мавзусидаги Республика илмий-амалий анжуманининг илмий мақолалар тўплами. –Т.: Иқтисодиёт, 2014. 24-6.
3. Хўжаев Ф.Э. Ўзбекистон Республикаси ташқи савдосини ривожлантиришда халқаро маркетинг стратегияларидан фойдаланиш. “Ишлаб чиқариш соҳасида маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш муаммолари” мавзусидаги Республика илмий-амалий анжуманининг илмий мақолалар тўплами. –Т.: Иқтисодиёт, 2014. 359-6.

Студентка ФТУТК Махмуджонова М.М., ТАДИ
Научный руководитель к.э.н., доц. Омонов Б.Ш., ТАДИ

МИРОВОЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЕНЧМАРКИНГА ДЛЯ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ

Многие организации во всем мире применяют бенчмаркинг, используя различные его формы, и рассматривают эталонное сопоставление в качестве инструмента совершенствования бизнеса и достижения конкурентных преимуществ. Гуру современного менеджмента Мохамед Заири считает, что компании, практикующие бенчмаркинг, способны добиваться успеха, так как постоянно сосредоточены на изучении рынка, и это позволяет им улучшить результаты своей деятельности и повысить конкурентоспособность.

В отличие от простого выявления различий между вами и вашими конкурентами, которое не дает объяснений, как эти различия преодолеть и добиться преимуществ в бизнесе, эталонное сопоставление помогает понять причины несоответствий в отдельных областях хозяйствования и способствует преодолению отставания от конкурентов на основе сравнения и анализа своей деятельности с деятельностью лучших организаций. Активное привлечение чужого опыта позволяет ускорить свой прогресс, сократить затраты, повысить прибыль и оптимизировать динамику структуры и выбор стратегии деятельности предприятия.

Прогнозирование сбыта продукции может осуществляться следующими методами: экспертный – заключение группы экспертов (руководителей служб и отделов предприятия); обобщенный метод – суммирование мнений торговых агентов предприятия и руководителей