

ОРИЕНТАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС

Обидов Расулжон Абдулхаевич

Янгиерский филиал ТХТИ Старший преподаватель кафедры
«Общие науки и физической культуры»

Турдибеков Шерзод Зокирбек угли-
Студент 1-го курса

Что касается вопроса направления деятельности компании на потребительский спрос исходя из целей компании, то этот вопрос лежит в основе основной цели компании. Правовая основа направления предпринимательской деятельности на потребительский спрос установлена Законами Республики Узбекистан «О предприятиях в Республике Узбекистан», «О защите прав потребителей», «О метрологии», «О сертификации продукции и услуг», «О качестве и безопасности пищевых продуктов» Совета Законов и Министров по этим вопросам.

Пункт 2 статьи 1 Закона «О предприятиях в Республике Узбекистан» гласит: «Удовлетворение потребностей предприятия в продукции, работах и услугах в целях реализации целей деятельности предприятия и на этой основе социальное и социальное обеспечение». экономические интересы членов трудового коллектива, а также интересы собственника имущества предприятия. "Это достигается путем обеспечения", - подчеркивалось. Отсюда следует, что предприятие достигает своих целей только путем удовлетворения потребностей в своей продукции, работах и услугах.

Предприятию необходимо и необходимо сосредоточить свою деятельность на удовлетворении запросов потребителей. В связи с этим их ответственность определена в законах. Например: Статья 27 Закона «О защите прав потребителей» предусматривает, что производитель несет ответственность за нарушение документов Закона о защите прав потребителей.

В статье 5 этого закона производитель обязан сообщить потребителю наименование и юридический адрес своего предприятия, в статье 6 производитель (исполнитель, продавец) обязан предоставить потребителю



необходимую, правильную и определить, что это необходимо своевременно предоставлять понятную информацию.

В сведениях о товаре (работе, услуге) указывается наименование нормативного документа, требующего к ним соблюдения обязательных требований, основные потребительские характеристики товара (работы, услуги), цена, порядок приобретения, дата изготовления, приведены гарантийные обязательства производителя, среди них такие, как правила эффективного и безопасного использования. Из их содержания можно сделать вывод, что производитель обязан оказывать услуги потребителю.

Стандартизация, метрология и сертификация продукции также являются одним из факторов, заставляющих предприятия адаптировать свою деятельность к требованиям потребителей.

Основной задачей стандартизации является обеспечение безопасности продукции для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества людей, техническая и информационная совместимость и взаимозаменяемость продукции, единство методов контроля, единообразие маркировки.

В республике каждый день актуализируется ряд важных задач по укреплению международных экономических связей, развитию торговли, повышению конкуренции на внутреннем и внешнем рынках, ускорению научно-технического развития, поиску всех возможностей для повышения эффективности производства и качества продукции, а также использовать их на практике. В таких условиях существенно возрастает роль стандартизации, метрологии и сертификации на всех этапах жизненного цикла продукции как важного инструмента системы управления качеством продукции. На мировых фондовых биржах установлена высокая цена на кондиционные товары, т. е. товары, отвечающие стандартным требованиям, и очень низкая цена — на любой нестандартный товар как непригодный товар.

Одной из важных задач стандартизации является установление государственного контроля за качеством, основанного на сравнении показателей требований стандартов с реальной продукцией. Для этого между производственным и управленческим коллективом устанавливается обратная связь. Стандарты позволяют не только достоверно определить основные



характеристики потребительских товаров, но и быстро их идентифицировать и иметь широкое представление об их потребительской ценности.

В результате можно будет организовать производство с максимально приемлемым уровнем качества в любой конкретной ситуации.

Сертификация продукции и услуг является основным нормативным документом по защите прав потребителей и является свидетельством, подтверждающим соответствие продукции или услуг определенному стандарту или иному нормативно-техническому документу посредством сертификата соответствия или знака соответствия. Сертификация продукции и услуг обеспечивает высокое качество и их конкурентоспособность на мировом рынке.

Одна из основных целей сертификации заключается в том, что только на основе сертификации будут созданы условия для участия предприятий, совместных предприятий и предпринимателей страны в международном экономическом, научно-техническом сотрудничестве и международной торговле.

Социальная основа направления деятельности предприятия на спрос потребителей исходит из того, что производство товаров (услуг) изначально носит социальный характер. Производители достигают своих интересов, удовлетворяя запросы общества и потребителей. Для этого руководителям предприятия необходимо понять суть социальной ответственности перед обществом и сделать ее более серьезной.

По мнению К. Мацуситы, одного из руководителей Matsushita Electric Industrial Company в Японии, признание социальной ответственности основано на новой философии управления. Он говорит: «...каждое предприятие, независимо от его масштаба, должно искать цель, оправдывающую его деятельность помимо прибыли...».

Во всем мире признано, что предприятия должны работать на благо общества и служить улучшению материального благосостояния населения.

В XX веке, применив упомянутую выше философию управления в развитии промышленности, японские государственные предприятия перешли от производства некачественной и дешевой продукции к производству



высококачественных товаров, ориентированных на потребительский спрос, и принесли и то и другое, и общество на более высокий уровень развития.

1. Hududlarda Tadbirkorlik Tashabbuslarini Qollab-Quvvatlash Va Loyihalashtirish Istiqbollari. Obidov Rasul Abdulxayevich - PEDAGOGS jurnali, 2023
2. Государственная поддержка по повышению эффективности территориально-отраслевой кооперации в фермерских и дехканских хозяйствах Р.А. Обидов
3. Hududlarda Tadbirkorlikni Rivojlantirishning Dolzarb Masalalari, Obidov Rasul Abdulxayevich, PEDAGOGS jurnali 33 (2), 2023
4. System Of Clustering Of Universities In The Educational Market, Shoir Karshiboyeva Sindarkulovna - International journal of advanced research in education, 2023
5. Iqtisodiyotning Modernizatsiyalash Sharoitida Korxonalarda Foyda Tushunchasi, Karshiboyeva Shoir Sindarkulovna, DJ Bahodir ogli - ... of Scientific Conference on Multidisciplinary Studies, 2023
6. Kichik Biznes Va Xususiy Tadbirkorlik Korxonalarini Rivojlantirishda Innovatsion Marketingdan Foydalanish Yo'llari, Karshiboyeva Shoir Sindarkulovna - PEDAGOGS jurnali, 2023.