

**“ZARA” & “GUCCI”**

*Ilmiy rahbar: M.T.Gapparova*

*Student: M.Q. Rabbonayeva*

**Anotatsiya:** Mazkur maqolada quyidagi mashhur brendlarning qanday paydo bo'lgani, ularning rivojlanish tarixi hamda bugungi kundagi faoliyati haqida ma'lumotlar berilgan. Har qanday biznes loyihaning, turli brendlarning o'z tarixi bor. Bugungi kungacha bosib o'tilgan yo'l, loyihadagi keskin burilishlar hamda muvaffaqiyatli qadamlar ko'pchilik uchun qiziq bo'lishi tabiiy.

**Kalit so'zlar:**Zara brendining paydo bo'lishi,Gucci brendi paydo bo'lishi, brendlarning bir biridan farqi.

**Kirish.** Onlayn xaridlar katta va muhim bozorga aylandi; mijozlar internetga kirib, kerakli narsalarni buyurtma qilishlari mumkin. Zara o'zining barcha do'konlarimizni belgilaydigan to'rtta asosiy so'z bilan ifodalangan asosiy qadriyatlariga sodiq qoldi: go'zallik, ravshanlik, funkcionallik va barqarorlik. Gucci ham o'z tarixi jasurlik va tirishqoqlik bilan ko'plab rep rokerlari va xip-xop ijrochilari uchun ilhom manbai bo'lib xizmat qilganligini bilishimiz mumkin.

Zara Inditex kompaniyalar guruhining yetakchi chakana savdo tarmog'i bo'lib, ispaniyalik magnat Amancio Ortegaga tegishli.Zara asoschisi Amancio Ortego kambag'al oilada katta bo'lgan va u ancha wiyinchiliklarni boshdan kecirgan . U 13 yoshga to'lganda Korunyadagi “La Mala” attoriyasiga ishga kiradi , u yerda matolarni buklash bilan shug'ullanadi.Keyinchalik italiyalik moda dizayneriga shogird boladi.Zara Inditex kompaniyasining asosiy ofisi Ispaniyaning La-Korunya shahrida joylashgan bo'lib, u yerda birinchi do'kon 1975-yilda ochilgan.

**“Zara”ning yaratilishi**

“Men akam Antonio bilan “GOA” kompaniyasini tashkil qildim va 2500 pesetaga hisob ochdik (bugungi kunda 20 yevro). Tikishni biladigan singlim va Rosaliya mashhur to'qilgan choponlarni o'sha paytlarda juda modaga aylantirgan edi”, — dedi Amansio. hozirgi sharoitda tadbirkor o'zi uchun yangi istiqbol — chakana savdoni rivojlantirishni ko'rdi va o'z do'konini ochdi.

Ortega uni Gollivudning “Zorba yunon” filmidagi qahramon sharafiga Zorba deb nomlamoqchi edi, lekin u bu nomdan foydalanish huquqini qo'lga kirita olmadi, shuning uchun uning o'rniga “Zara” paydo bo'ldi.

1979-yilda Amansio o'zining barcha kompaniyalarini “Inditex” bayrog'i ostida birlashtirdi.

Louis Vuitton moda direktori [[Daniel Piet] Zarani "balki dunyodagi eng innovatsion chakana savdo tarmog'i" deb ta'rifladi. Zara, shuningdek, CNN tomonidan „Ispaniyaning muvaffaqiyat tarixi“<sup>1</sup> sifatida tasvirlangan.

### «Gucci» ning yaratilishi

Gucci - italyan moda afsonasi hisoblanadi, 1921-yilda Guccio Gucci tomonidan tashkil etilgan bo'lib, bugungi kunda u eng qadimiy Italiya moda brendlaridan biriga aylangan. Ko'pgina tarixiy moda uylari singari, ushbu brend Italiyaning badavlat sinf tabaqalari uchun hashamatli sayohat mahsulotlarini, shuningdek ot sporti uskunalari ishlab chiqaruvchisi sifatida o'z faoliyatini boshlagan. Dastlab markada charm buyumlar, shuningdek, yuqori sifatli trikotaj buyumlar, ipak buyumlar, poyabzal va sumkalar ishlab chiqarilgan. 60-yillarning o'rtalarida ushbu brend o'z mahsulotlariga ko'zoynaklar, soatlar va zargarlik buyumlari kabi hashamatli aksessuarlarni taqdim etdi; ular shundan buyon brendni asosi bo'lib kelgan buyumlardir.

Demak, “Gucci” va “Zara” moda brendlari o'rtasidagi farq haqida gapiradigan bo'lsak, ular narx va sifatda bir-biridan o'zadi. “Kompaniyaning raqobatdosh ustunligi uchta omilga asoslangan: sifatli mahsulotlar, maqbul narxlar va juda qisqa javob vaqti. Ularning falsafasi: "Marketing yo'q", "muloqot yo'q"- , deydi o'z maqolasida Zara haqida Kalyani Kala<sup>2</sup>. Men shuni aytoLAMANKI, har bir brendning o'ziga xos afzalliklari bor ,har bir brend bizni didimizga mos. Men doim “Gucci”ni tanlayman, uning eng keng tarqalgan va ko'p ishlatiladigan usuli bu "xushomad" ni tasvirlashdir va buni Lil Pump singari rassomlarga qo'shimcha ravishda Cardi B va Kanye West kabi turli taniqli qo'shiqchilar va reperlar ko'rishlari ijodida ko'rish mumkin.

**Xulosa,** “Zara” va “Gucci” kabi nafaqat daromadni ko'zlagan brendlar uchun o'sish istiqboli pirojnoe bo'ladi, chunki ularning qarashlari keskin qarorlar o'rniga aqlli qarorlar asosidagi hamkorlikdagi o'sish atrofida aylanadi. O'zining noyob sotuv taklifiga sodiq qolgan bu brendlar har doim o'z mijozlarini dunyo bo'ylab doimiy o'zgaruvchan moda tendentsiyalari poygasida ajralib turadigan boshqa tezkor moda brendlarini ilhomlantiradigan yangi kolleksiyalarni kutishda davom ettirdi. Zara va Gucci-ning muvaffaqiyat egri chizig'i paydo bo'lganidan beri qaysi yo'l va yo'nalish boshqa brendlar va moda izlanuvchilari uchun ilhom manbai hisoblanadi.Siz ham o'z ilhom manbaingizni tanlang!

### REFERENCES

1. GUCCI Ensiklopediya della moda Mame (italyan tilida). 2018-yil 24-yanvar. 2020 -yil 22-sentabrda olindi.
2. Mark Tangeyt. *Moda olamida brendlar qurilishi*, M., 2014. ISBN 978-5-9614-4618-0. , K., M.A. Lewis, J.A.D. Machuca. 2004. „Rapid-fire fulfillment“. *Harvard Business Review*, 82(11)
3. Indetix.com