

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
НАМАНГАН МУХАНДИСЛИК-ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ**

УДК

кўлёзма ҳуқуқида

Ходжихонов Фарходхон Каримхоновични

**Наманган вилоятида тайёр кийимлар бозорини
ривожланиши ва уни самарадорлигини ошириш.
мавзусида**

**5A230401-“Маркетинг”(тармоқлар ва соҳалар)
МАГИСТР**

Академик даражасини олиш учун ёзилган

ДИССЕРТАЦИЯ

Илмий раҳбар

и.ф.н.доц. Ғ. Мадияров

Наманган – 2014 йил

МУНДАРИЖА

КИРИШ.....	3
1-БОБ. ИСТЕЪМОЛ ТОВАРЛАРИ БОЗОРИ ВА УНИНГ НАЗАРИЙ-ХУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ.....	9
1.1. Бозор ва унинг назарий асослари.....	9
1.2. Истеъмол товарлари бозорининг хусусиятлари ва унинг ҳуқуқий асослари.....	19
1.3. Наманган вилоятида истеъмол товарлари бозорининг ривожланиши....	26
2-БОБ. НАМАНГАН ВИЛОЯТИДА ТРИКОТАЖ МАҲСУЛОТЛАРИ БОЗОРИДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИ.....	35
2.1. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ривожланиш таҳлили....	35
2.2. Трикотаж маҳсулотлари ассортименти ва сифат кўрсаткичлари тадқиқоти.....	45
2.3. Наманган вилоятида трикотаж маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили.....	53
3-БОБ. НАМАНГАН ВИЛОЯТИДА ИШЛАБ ЧИҚАРИЛАЁТГАН ТРИКОТАЖ МАҲСУЛОТЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ ОМИЛЛАРИ	56
3.1. Хомашё таъминоти, технология ва ишлаб чиқариш жараёнлари билан боғлиқ масалалар ечимини топиш йўллари.....	56
3.2. Вилоятда ишлаб чиқарилаётган трикотаж маҳсулотлари рақобатбардошлигини ошириш истиқболлари.....	68
3.3. Вилоятда трикотаж маҳсулотлари савдосини такомиллаштариш йўналишлари.....	76
ХУЛОСА.....	
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	
ИЛОВАЛАР.....	

Кириш

Мавзунинг асосланиши ва долзарблиги. Ўзбекистонда бозор иқтисодиёти муносабатларининг ривожланиши, ишлаб чиқарувчи билан истеъмолчи муносабатларининг эркин рақобат асосида йўлга қўйилиши, бозор субъектлари фаолиятини мавжуд имконият ва ресурслардан самарали фойдаланиш ҳисобига ташкил этилишига эришиш шу кун талабларидан келиб чиқади.

Мамлакатда олиб борилаётган иқтисодий ислохотларнинг стратегияси иқтисодиётнинг ҳамма бўғинларида янги хўжалик муносабатларини мажмуавий ривожлантириш, бошқарувнинг эгилувчан ва мослашувчан тизимини шакллантириш, тадбиркорлик фаолияти учун зарур шарт-шароитларни яратиш, аҳолининг истеъмол товарлари ва хизматларга бўлган талабини тўлароқ қондиришдан иборат.

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози давом этаётган ҳозирги шароитда унинг оқибатлари мамлакат иқтисодиётига кўрсатиши мумкин бўлган таъсирини ўрганиш зарур бўлиб, бу ҳақда Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг: “...иқтисодиётимизнинг янада барқарор ривожланишини таъминлаш, уни диверсификация ва модернизация қилиш, ишлаб чиқаришни техник қайта жиҳозлаш борасидаги ишларни изчил давом эттиришимиз зарур”¹, деб таъкидлаши ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг асоси бўлиб хизмат қилади.

Бу жараёнлар Ўзбекистон иқтисодиётида муҳим тармоқлардан ҳисобланган трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар учун ҳам тегишли бўлиб, ишлаб чиқариш ва сотишни маркетинг тадқиқотлари асосида мувофиқлаштиришни талаб қилади. Бунинг асосий сабабларидан бири – ҳозирги шароитда трикотаж маҳсулотлари сифатига бўлган талаб ва корхоналарнинг халқаро бозорларга чиқиш стратегияси ҳал қилувчи аҳамиятга эга эканлиги муҳимдир. Сўнгги йилларда Ўзбекистонда ҳам бу масалага катта эътибор билан қаралмоқда. Чунки, мамлакат иқтисодиётида содир бўлаётган ижобий ўзгаришларда трикотаж саноати маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмининг ўсиши ва ишлаб чиқарилаётган

¹ Каримов И.А. Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. -Т.: “Ўзбекистон”, 2010. 18-б

товарларнинг халқаро бозорларга чиқиш стратегиясининг ортиб бориши ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Бу эса, ўз навбатида, трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар фаолиятини маркетинг тамойилларига амал қилган ҳолда, биринчи навбатда, маркетинг тадқиқотларини амалга ошириш орқали бозорда ўз ўрнини топиши, бозорни эгаллаши каби масалаларга эътибор беришни тақозо этади. Бу борада Президент И.А.Каримов "...маркетинг тадқиқотларини ташкил этишни, ички ва ташқи бозорларнинг тараққиёт тамойилларини яхши билмаслик натижасида корхоналар катта зарар кўрмоқда"²деб, бу воситадан мақсадли фойдаланиш зарурлигига алоҳида тўхталиб ўтди. Бу эса, ўз навбатида, республикада трикотаж маҳсулотлари бозорини ўрганиш, ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш, ходимларни рағбатлантириш борасидаги ҳаракатларнинг муҳимлигидан далолат беради. Демак, истеъмол бозорини ўрганиш, аҳолининг трикотаж маҳсулотларига бўлган талаб ва эҳтиёжларини қондириш, қўшма корхоналар фаолияти самарадорлигини ошириш, ишлаб чиқарувчиларни рақобатбардош товарлар ишлаб чиқаришга рағбатлантириш иқтисодиётда кенг қўлланилаётган маркетинг фаолияти, маркетинг тадқиқотлари жараёнларига боғлиқ бўлиб, бу борада иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларида мулк шаклидан қатъи назар, ҳали кўп ишлар қилиниши зарур. Шунинг учун ҳам бу жараёнлар ҳозирги даврнинг муҳим масалаларидан бири бўлиб, ушбу мавзусининг долзарблигини белгилайди.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Маркетинг ва маркетингтадқиқотининг назарий ҳамда амалий жиҳатлари кўплаб иқтисодчи олимлар илмий ишларида ўрганилган. Айниқса, хорижлик иқтисодчи олимлардан Ж.Ж.Ламбен, Ф.Котлер, П.Моррис, Ф.Зигфрид, Б.Берман, Н.ва бошқаларнинг илмий ишларида маркетинг билан боғлиқ масалалар атрофлича ўрганилган. Шунингдек, Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги мамлакатларида бу масала билан Г.Л.Багиев, И.К.Беляевский, Н.Герчикова, Е.Голубков, Т.П.Данько, Д.Дебелан, Б.А.Соловьев, Л.И.Циганко каби кўплаб иқтисодчи олимлар илмий иш олиб борганлар.

² Каримов И.А. "Келажакни жасоратли одамлар куради". Биз келажакимизни ўз қўлимиз билан кураимиз. -Т.: "Ўзбекистон", 1999. 321-б.

Ўзбекистонда эса маркетингнинг муҳим масалалари, хусусан, аҳоли талаби ва истеъмол бозорини ўрганиш ҳамда уни истеъмол товарлари билан тўлдириш муаммоларига бағишланган илмий ишлар каторида олимлардан Б.Абдукаримов, Г.Ахунова, А.Бекмуродов, М.Болтабаев, Ж.Жалолов, И.Иватов, М.Икрамов, М.Қосимова, Д.Мухитдинов, М.Насриддинова, А.Солиев, М.Юсупов, А.Фаттахов, Ш.Эргашходжаева ва бошқаларнинг илмий ишларини келтириб ўтиш мумкин.

Жумладан, иқтисодчи олим М.Р.Болтабоевнинг ишида эса тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш, ушбу жараёнларни маркетинг концепцияси ҳамда стратегиясига биноан бошқариш масалалари чуқур таҳлил этилиб, мавжуд муаммоларни бартараф этиш йўллари баён этилган.

Тадқиқот мақсади. Жаҳон иқтисодиётининг глобаллашуви шароитида трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва сотишни маркетинг тадқиқотлари асосида мувофиқлаштириш бўйича илмий-амалий ҳамда услубий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқот вазифалари. Қўйилган мақсадга эришиш учун қуйидаги вазифалар белгиланди:

- бозор ва унинг назарий асослари асосларини ўрганиш;
- истеъмол товарлари бозорининг хусусиятлари ва унинг ҳуқуқий асосларини ўрганиш;
- Наманган вилоятида истеъмол товарлари бозорининг ривожланиши таҳлил этиш;
- Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ривожланишни таҳлил этиш
- Трикотаж маҳсулотлари ассортименти ва сифат кўрсаткичларини тадқиқ этиш .
- Наманган вилоятида трикотаж маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши ўрганиш.
- Хомашё таъминоти, технология ва ишлаб чиқариш жараёнлари билан боғлиқ масалалар ечимини топиш йўллари бўйича тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат..

- Вилоятда ишлаб чиқарилаётган трикотаж маҳсулотлари рақобатбардошлигини ошириш истикболларини кўрсатиб бериш.

- Вилоятда трикотаж маҳсулотлари савдосини такомиллаштариш йўналишларини аниқлаш.

Тадқиқот объекти, бўлиб Наманган вилоятидаги саноати корхоналари, шу жумладан, фаолият юритаётган трикотаж ишлаб чиқариш корхоналари ҳисобланади.

Тадқиқот предмети. Трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳамда сотиш жараёнидаги ташкилий ҳамда ижтимоий-иқтисодий муносабатлар ҳисобланади.

Тадқиқот қуйидаги асосий масалалар ва фаразларга қаратилган:

1. Вилоят тайёр кийимлар бозорини тадқиқот қилиш ва уни имкониятларини аниқлаб амалиётда фойдаланиш.
2. Трикотаж бозори субъекти фаолиятини баҳолаш ва улар фаолиятини такомиллаштириш йўллариини ёритиш.
3. вилоятда ишлаб чиқарилган трикотаж товарларига талабни аниқлаш ва сифат кўрсаткичини ошириш орқали рақобатбардошлигини ошириш бўйича тавсиялар бериш.

Тадқиқотнинг назарий ва услубий асослари. Диссертациянинг назарий ва услубий асосини мамлакатимизда бозор иқтисодиётига ўтишнинг концептуал асослари, Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов асарлари ҳамда мамлакатимиз ва хорижлик етакчи иқтисодчи олимларнинг маркетинг соҳасидаги илмий асарлари ташкил этади. Илмий изланишнинг меъёрий асосини Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Президент қарорлари ва фармонлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, тегишли вазирликларнинг меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлари ва кўрсатмалари, “Ўзбекенгилсаноат” Давлат акционерлик компаниясининг йиллик ҳисоботлари ташкил қилади.

Тадқиқот усули. Илмий изланиш жараёнида индукция, дедукция, анализ, синтез, маркетинг ва эконометрик гуруҳлаш, статистик гуруҳлаш, тизимли таҳлил, иқтисодий-статистик баҳолаш, таққослаш, эксперт баҳолаш усулларида фойдаланилди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги. Вилоятда трикотаж маҳсулотлари

бозорини ривожланишининг қуйидаги йўналишларида ўз аксини топган:

- истеъмол бозорининг назарий ва амалий тушунчалари илмий мулоҳаза қилиниб, унинг муваффақиятли фаолият кўрсатиши учун маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш шарт-шароитлари, омиллари ва ҳудудий хусусиятлари ўрганилган, аҳолининг трикотаж товарларига бўлган талабини тўлароқ ва сифатли қондириш истикболлари ва ривожланишнинг ҳозирги босқичида ундан самарали фойдаланиш йўналишлари асосланган;

- иқтисодийни модернизациялаш шароитида маркетинг ва маркетинг тадқиқотлари илмий тушунчаси талқин қилинган ҳамда унинг муаллифлик таърифлари берилган;

- трикотаж маҳсулотларини ички ва ташқи бозорда маркетинг тадқиқотларидан фойдаланган ҳолда ишлаб чиқаришни йўлга қўйишнинг услубий асослари такомиллаштирилган;

- ички ва ташқи бозорни ўрганиш ва маҳсулот сифатини оширишнинг асосий йўллари ҳамда истеъмолчиларни харид қилишга ундовчи ҳаракатлари турли ёндашувлар асосида аниқланган;

- трикотаж маҳсулотлари бозори сегментларини танлаш тизими асосида, унда мақсадга эришиш йўллари ва сегментлаш бўғинлари асосланган;

- трикотаж маҳсулотлари бозорида субъектларнинг ҳаракати, мавқеи ва иқтисодий фаолиятини яхшилаш борасида тавсиялар ишлаб чиқилган;

- трикотаж маҳсулотларини сотиш жараёнида аниқ мақсадга эришиш йўллари ва маҳсулотларни истеъмолчиларга самарали етказиш механизмлари тавсия қилинган.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти.

Диссертацияда ишлаб чиқилган ғоя ва таклифлар саноат корхоналари маҳсулотлари бозорида рақобатни қўллаш ва такомиллаштириш, унинг назарий ва амалий муаммоларини ўрганиш асосида экспортбоп маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи корхоналар фаолияти ривожланишини маркетинг тамойилларига таянган ҳолда ишлаб чиқиш, самарали бошқариш йўллари аниқлаш ва ундан мақсадли фойдаланиш

имконини беради. Шу билан бирга, саноат корхоналарида экспортбop махсулотлар ишлаб чиқариш муаммоларини инобатга олган ҳолда, унинг рақобатда устун бўлишини иқтисодий жиҳатдан асослаб бериш учун хизмат қилади. Бунинг натижасида ушбу соҳани ривожлантириш, қўшимча ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бандликни таъминлаш имкониятлари юзага келиб, махсулотни қўпайтириш истикболига ижобий таъсир кўрсатади.

Натижаларнинг нашр қилинганлиги. Илмий ишнинг асосий натижалари бўйича 1 та илмий мақола ва 2та тезис чоп этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, учта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган, у **90** бетдан иборат бўлиб, **10** та жадвал, **5** та расмни ўз ичига олади.

1-боб. Истеъмол товарлари бозори ва унинг назарий-ҳуқуқий асослари.

1.1. Бозор ва унинг назарий асослари.

Иқтисодиёти ривожланиб бораётган мамлакатимиз аҳолисининг истеъмол буюмларига бўлган талабини қондириш бугунги кундаги муҳим масалалардандир. Бу масаланинг ечими энг аввало, истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи, шу жумладан енгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхона ва ташкилотларнинг ривожланиш даражасига ҳамда мамлакатдаги истеъмол товарлари бозорларнинг муваффақиятли фаолиятига боғлиқ. Бозор иқтисодиёти шароити, истеъмол товарларини истеъмолчига етказишда муҳим бўғин ҳисобланган истеъмол товарлари бозорларининг иқтисодиётимиздаги, ҳаётимиздаги ўрни бу соҳани ислоҳ қилишни янада чуқурлаштиришни тақозо этмоқда. Чунки, истеъмол товарлари бозорлари мамлакат аҳолиси ҳаётида ҳам иқтисодий, ҳам ижтимоий, ҳам сиёсий аҳамиятга эга. Мамлакат аҳолисининг фаровонлиги, тўқис ҳаётини таъминлашда истеъмол товарлари бозорларнинг ўрни ва аҳамияти ниҳоятда каттадир.

Бозор – кишилиқ жамиятининг буюк тарихий кашфиёти бўлиб, у ўз тараққиётида иқтисодий аҳамияти билан бирга, инсонларнинг маънавий юксалишига ҳам таъсир кўрсатиб келган. Инсон бозордаги савдо-сотиқ орқали товарларни харид қилиш билан мамлакат ва жаҳон иқтисодиётидаги ўзгаришлар ва янгиликлардан баҳраманд бўлади, ўз маҳорати ва билимини янада оширишга илҳомланади. Бу эса ўз навбатида илмий-техника прогрессини рағбатлантиради ва такроран ишлаб чиқаришни жадаллаштириб уни махсуллаштиришга замин яратади.

Ҳозирги замон бозори ўз тараққиётига эришгунча узоқ тарихий йўлни босиб ўтди. Бир томондан, бозорга давлат йўли билан таъсир кўрсатишнинг жуда хилма-хил шакллари ва усуллари юзага келди, иккинчи томондан,

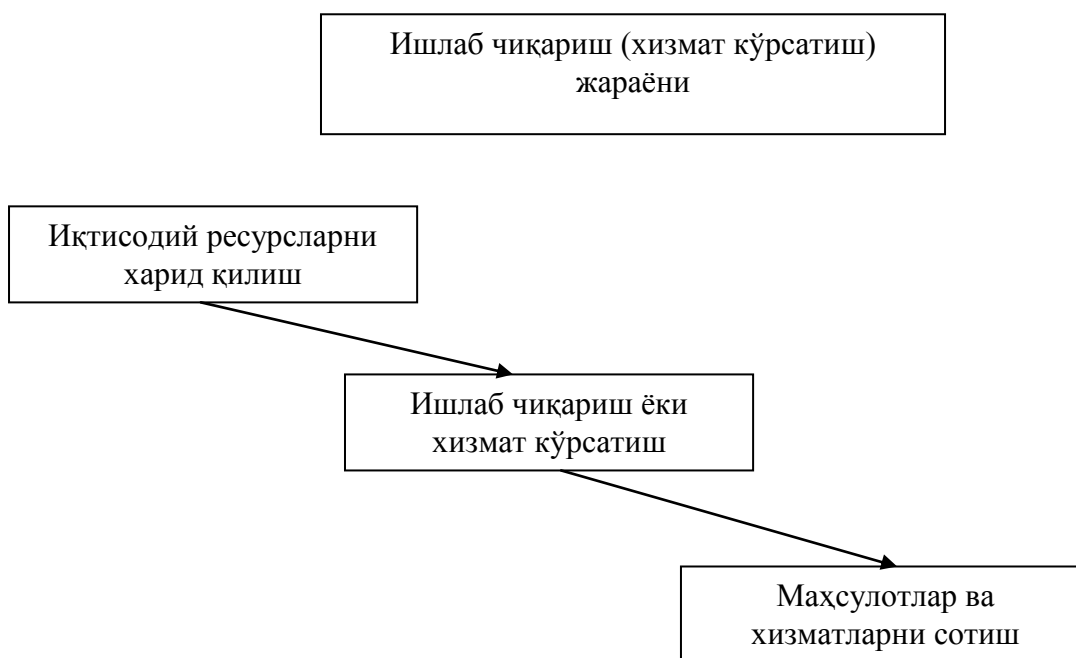
бозорнинг ўзини-ўзи бошқаришига имкон берувчи қонунлар ва қоидалар таркиб топди.³

Мамлакат иқтисодиёти бозор муносабатлари сари бурилиши оқибатида асосий фаолият бозорлар орқали амалга оширила бошланди. Бошқарув фаолияти ҳам бозорлар орқали тартибга солиб турилади. Бизга маълумки, иқтисодиёт ривожини таъминлайдиган муҳим ҳолатлардан бири – бу бозорларнинг мавжудлиги ва ривожланганлигидир. Бозорлар тараққий этиб, ривожланган бўлса, шу мамлакатнинг иқтисодиёти ҳам ривожланиб бораверади. Шу сабабли, мамлакатимиз раҳбарияти бозорларни ташкил этиш ва уларнинг фаолияти самарасини оширишга алоҳида эътибор бериб келмоқда. Кўплаб бозорлар ташкил этилмоқда. Биргина Наманган вилоятининг ўзига бир нечта йирик бозорлар ташкил топди. Бозор фаолияти самарадорлигини аниқлашдан олдин бозорлар тўғрисидаги назарий фикрларни ўрганиш, бозор турларини ва аҳамиятини таҳлил қилиш лозим бўлади.

Иқтисодий назарияга биноан бозор товар ишлаб чиқаришнинг шартли компоненти ҳисобланади. Бозор иқтисодиёти шароитида бозорсиз товар ишлаб чиқариш бўлмайди. Ҳар қандай ишлаб чиқаришнинг мақсади маҳсулотлар ишлаб чиқариб ёки хизматларни юзага келтириб, уларни сотиш орқали даромад олиш ва ўз фаолиятини яна давом эттиришдан иборатдир. Бу фаолият эса фақатгина бозор орқали амалга оширилади. Ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш корхоналари ўз фаолиятини 3 босқичда амалга оширадилар(1-расм).

Дастлабки муомала соҳасида улар ўзлари учун зарур бўлган иқтисодий ресурсларни сотиб оладилар. Иккинчи босқичда маҳсулотлар ёки хизматлар тайёрланиб, учинчи босқичга, яъни бозорларга сотиш учун чиқарилади. Биринчи ва учинчи соҳалар муомала соҳалари ҳисобланади. Бу фаолият бозорда рўй беради. Демак, ҳар қандай ишлаб чиқариш фаолиятининг аввали ва охири бозорларда амалга ошади.

³ А.Солиев “Маркетинг” дарслик, Тошкент-2010.



1-расм. Ишлаб чиқариш (хизмат кўрсатиш) жараёни босқичлари.

Бозор пайдо бўлишининг объектив асослари - ижтимоий меҳнат тақсимооти, мулкнинг кўп шакллилиги, меҳнатнинг характери, миллий иқтисодлар ўртасидаги алоқаларнинг зарурлиги товар ишлаб чиқариш пайдо бўлишининг ҳам объектив асосларидир. Бозор ва товар ишлаб чиқариш бир танганинг икки томонидир.

Бозор тушунчасининг мазмуни товар ишлаб чиқариш ривожланиши билан боғлиқ равишда бойиб борди.

Дастлаб у чакана савдо амалга ошадиган жойни, бозор майдонини ифодалар эди. Чунки, бозор пайдо бўлган ибтидоий жамиятда қабилалар ўртасидаги олди-сотди муайян пайтда ва муайян вақтда амалга ошар эди. Бу мазмун ҳунармандчиликнинг пайдо бўлиши ва шаҳар савдосининг вужудга келиши билан янада бойиди.

Ижтимоий меҳнат тақсимооти ва товар айирбошлашнинг янада ривожланиши бозор тушунчаси мазмунини янада кенгайтиради. Француз иқтисодчиси ва математики Курно бозор тушунчасига тариф беришга ҳаракат қилган олимлардан ҳисобланади. У «бозор» тушунчасини бирон бир жойни,

майдонни эмас, балки харидор ва сотувчилар ўртасидаги алоқалар эркин ташкил топадиган ва нарх тезда тенглашадиган бутун бир районни ифодалайди деган тушунчани берди.

Пулнинг, товар-пул муносабатларининг пайдо бўлиши бозор тушунчаси мазмунини янгича ифодалашни тақозо этади. Энди унга товар ва товар-пул айирбошлаш (муомала) сифатида қарай бошладилар. Чунки пул пайдо бўлгач, сотиш ва олиш жараёнлари макон ва замон жиҳатидан ўзаро ажралиш имконияти вужудга келди.

Бозорга унинг субъектлари жиҳатидан қараладиган бўлса, у харидорлар мажмуи ёки исталган товарни сотиш ва сотиб олиш билан шуғулланувчи ҳар қандай кишилар гуруҳидир. Бозорга характеристика беришда унинг такрор ишлаб чиқариш аспекти сифатида қараш муҳим аҳамиятга эгадир. Бозор ялпи ижтимоий маҳсулотни такрор ишлаб чиқариш элементиدير.

“Бозор – сотувчилар билан харидорларнинг олди-сотди қилиш орқали юз берадиган ўзаро манфаатли ва ҳамкорлик алоқалариدير”⁴

Бозор иқтисодиёти шароитида бозорларнинг аҳамияти ниҳоятда ортиб кетади. Улар иқтисодиёт ривожланиши учун асосий омиллардан ҳисобланади. Бозорнинг иқтисодиёт учун аҳамияти унинг функцияларида намоён бўлади (2-расм). Улар қуйидагилардир:

1. Ишлаб чиқаришни бошқариш. Бу функция ишлаб чиқариш билан истеъмол, шунингдек талаб ва таклифнинг миқдор ва нарх бўйича келишувини ифодалайди. Бозорларни ўрганиш асосида ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш фаолити амалга оширилади.

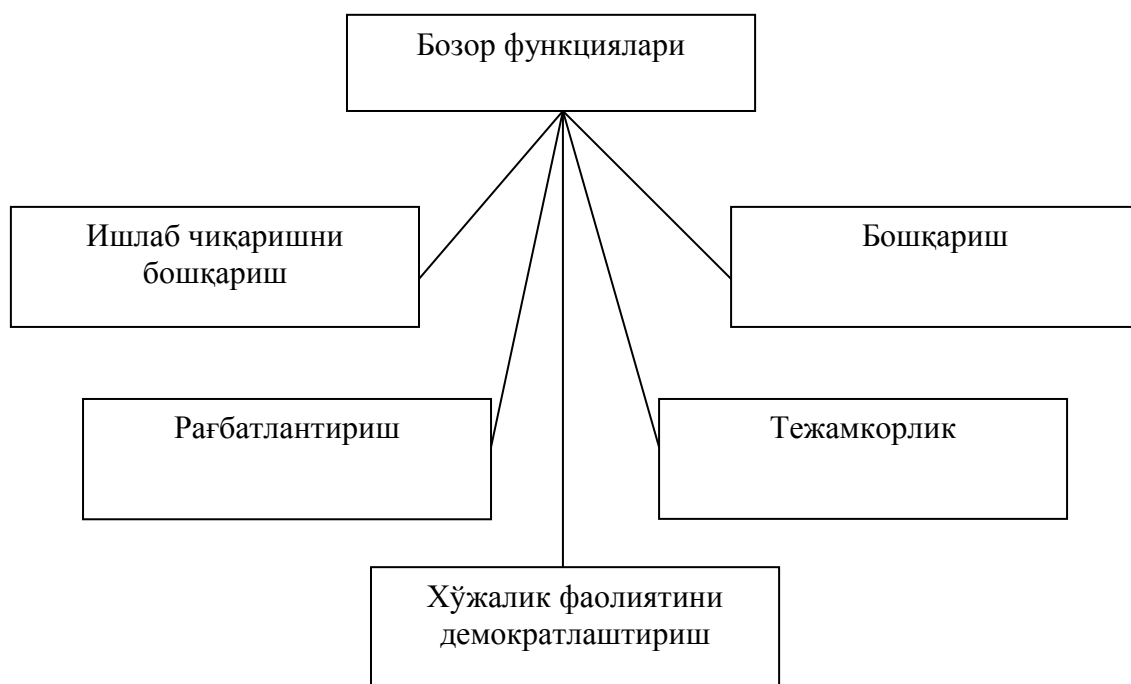
2. Рағбатлантириш функцияси. У максимал фойда олиш мақсадида товар бирлигига энг кам ҳаражат сарфлангани ҳолда ишлаб чиқарувчиларни янги товарлар яратишга ундайди.

3. Бошқариш функцияси ҳудудлар ва миллий иқтисодиёт соҳалари орасидаги ишлаб чиқариш ва айирбошлашдаги муайян мутаносибликни

⁴ А.Ўлмасов “Иқтисодиёт асослари” Т., “Меҳнат” 1997-й., 39-бет.

таъминлашни ифодалайди.

4. Тежамкорлик функцияси истеъмол соҳасида муомала ҳаражатларини ва ҳаражат ҳамда эҳтиёжларни ўлчашда ижтимоий «эталон»га нисбатан айрим ишлаб чиқарувчи иш ҳақи миқдорини қисқартиришни, шунингдек товарнинг кадрини аниқлашни ифодалайди.



2-расм. Бозорнинг функциялари.

Олди-сотди натижасида ерга, уй-жойларга, корхоналарга, транспорт воситаларига, ишчи кучига, пул ресурсларига, умуман турли мулкларга эгалик шакли ўзгаради. Сотувчи ихтиёридан ҳаридор ихтиёрига ўтади. Булар бозор объектларидир.

Бозорлардаги олди-сотди жараёнида қатнашаётганлар эса бозор субъектларидир. Улар 2 гуруҳга бўлинади: сотувчилар ва ҳаридорлар. Сотувчилар бозордаги товар ва хизматларни таклиф этувчи корхоналар, яқка тартибдаги ишлаб чиқарувчилар ва давлат бўлиб, улар ўз товарларини эҳтиёжманд кишиларга берадилар. Ҳаридорлар эса истеъмолчилар бўлиб, улар бозорга ўз талаб эҳтиёжи ва пул билан чиқадилад. Ҳаридорлар оддий истеъмолчи фуқаролар, ресурслар, сотиб олувчилар, иш кучини ёлловчи

тадбиркорлар ва ҳоказолар.

Бозорнинг ривожланиши унинг қуйидаги турларини келтириб чиқаради: ривожланмаган бозор, эркин бозор, бошқариладиган бозор ва деформациялашган бозор.

Ривожланмаган бозор унда бозор муносабатларининг тасодифийлиги, товар айирбошlashда ҳали пулнинг иштирок этмаслиги ҳарактерлиги билан ажралиб туради.

Эркин бозор қуйидаги белгиларга эга (3-расм):

1. Бозор муносабатларида қатнашувчилар сони чекланмаган ва уларнинг ўзаро муносабатлари эркин рақобат асосида амалга ошади.
2. Жамиятнинг барча аъзолари исталган хўжалик фаолиятида мутлақо эркин бўладилар.
3. Ишлаб чиқариш омилларининг абсолют ҳаракатчанлиги ва капитал ҳаракатидаги чекланмаган эркинлик.
4. Фойда нормаси, талаб, таклиф ва бошқалар ҳақида бозорнинг абсолют хабардорлиги.
5. Бир турдаги товарларнинг абсолют бир хиллиги.
6. Эркин рақобат қатнашчиларидан бирортаси бошқаларига ноиқтисодий тазйиқ ўтказа олмайди.
7. Нархлар стихияли шаклланади.
8. Монополизм йўқ бўлади ва давлат бозор фаолиятига аралашмайди.



3-расм. Эркин бозор белгилари.

Цивилизацияли (бошқариладиган) бозор жамият маданийлашуви ва гуманизациялашуви натижасида пайдо бўлади. Бунда давлат бозорнинг жамиятнинг айрим тоифалари манфаатларига таъсирини юмшатишга интилади.

Бозор икки омил асосида бошқарилади:

1. Рақобат, фойда, нарх, талаб, таклиф каби бозорнинг ўз механизми асосида;
2. Давлат буюртмаси, солиқлар ва ҳоказолар асосида давлат томонидан тўғридан-тўғри ва бевосита.

Бозорлар товарлар ва хизматлар билан таъминланиш даражасига кўра тўйинган ва тақчил бозорларга бўлинади. Товар ва хизматларнинг бозорда ўта мўллиги тўйинган бозорни, аксинча уларнинг камлиги эса тақчил бозорни ифодалайди.

Бозор иқтисодиётни тартиблаштиришда ҳам иштирок этади. Иқтисодиётнинг асосий масалаларидан ҳисобланган ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар турларини ва уларнинг ишлаб чиқариш миқдорларини аниқлашда бозорларнинг аҳамияти ниҳоятда каттадир. Товарнинг бозорда

серҳаридорлиги ёки камёблиги нархнинг қимматлашуви ёки арзонлашуви уларнинг жамиятга керак ёки нокераклигини билдириб туради. Товарлар ва хизматлар чаққон сотилса улардан кўпроқ ишлаб чиқарилади, аксинча касод бўлсалар, ишлаб чиқарилиш тўхтатилади. Рақобат, нарх, талаб, таклиф, фойда каби механизмлар воситасида бозор ўзини-ўзи бошқаради.

Бозор эркин рақобатли бўлмоғи учун қуйидаги шарт-шароитлар тақозо этилади:

- харидорлар ҳам, сотувчилар ҳам кўпчиликни ташкил этади, ҳеч ким бозор ҳолатига таъсир эта олмайди;
- сотишга бир хил товарлар ва хизматлар таклиф қилинади;
- бирон бир сотувчи ёки харидор бозор ҳақида бошқалардан ортиқ маълумотга эга бўлмайди;
- харидор ва сотувчилар бозорга эркин кира оладилар ва чиқа оладилар.



4-расм. Бозор сегментлари.

Ҳар қандай бозор ўзининг ихтисослашган кичик қисмларига-сегментларига эга бўлади. Сегмент қуйидаги мезонлар орқали аниқланади(4-расм):

- аҳолининг ҳарид қобилияти;
- яшаш шароити;
- ҳариддорнинг ёши ва жинси;
- ҳариддор диди, яъни қандай товарларни афзал кўриш;
- кишиларнинг меҳнат фаолияти;
- турмуш тарзи;
- инфляция даражаси;
- бозор инфраструктураси ҳолати.

Бозорга хилма-хил товар ва хизматлар чиқарилади, улар бозор объектини, аниқроғи у ердаги олди-сотди объектини ташкил этади. Ўз объекти жиҳатидан бозорни қуйидаги турларга бўлиш мумкин.

1. Истеъмол товарлари бозори, яъни истеъмолчилар бозори кишиларнинг тирикчилиги учун зарур бўлган товарлар ва хизматлар бозоридир. Бу бозорда кенг истеъмол буюмлари, маданий, маиший ва коммунал хизматлари олди-сотдиси олиб борилади. Бу бозорда деярли барча фуқаро иштирок этади. Бу бозорнинг Ўзбекистонда аниқ кўринишлари мавжуд. Масалан магазинлар, савдо уйлари, фирмалар, супермаркет, дўкон ошхона, нонвойхона ҳар-хил устахоналар, сартарошхоналар, салонлар, ниҳоят деҳқон бозорлари ва буюм бозорлари.

2. Ишлаб чиқариш воситалари ва ресурслар бозори, ишлаб чиқариш учун зарур бўлган нарсалар бозори. Бу бозорда улгуржи савдо-сотиқ юз беради. Мазкур бозор савдо фирмалари, савдо уйлари, биржалар фаолиятида ер ва бошқа кўчмас мулк савдосида намоён бўлади. Бундай бозорларда ресурсларга талабгорлар ресурс етказувчилар билан контракт-шартномалар асосида алоқа қиладилар. Ресурс бозорининг бош бўғини товар биржаси ҳисобланади.

3. Иш кучи ёки меҳнат бозори - иш кучи олди сотди қилинадиган бозор. Иш кучи махсус товар бўлганидан унинг бозори ўз хусусиятларига эга. Иш кучи инсоннинг ишлаш қобилияти. Агар оддий товар сотилганда

унинг эгаси ўзгарса, иш кучи неча марта сотилмасин, ўз эгаси билан бирга қолади, чунки уни инсон жисмидан ажратиб бўлмайди.

4. Молия бозори ҳам бозорнинг махсус тури. Молия бозори деганда молия ресурсига (воситачига) айланган пул маблағлари ва уларга тенглаштирилган қимматбаҳо (қийматли) қоғозлар бозорини тушуниш керак. Молия бозори таркибидан кредит (қарз пули) бозори, қимматли қоғозлар бозори ва валюта бозоридан. Валюта аукциони, кредит пуллари аукциони, банклар, молия биржалари ва бошқаларининг фаолияти бозорнинг яққол кўринишидир. Бунга кировчи бозор шаклларидаги умумийлик шуки, уларнинг объектлари ақлий меҳнат маҳсулидан иборат бўлган товарлар ва товарлашган хизматлардир. Бу хил бозор шакллари бўлган илмий техника ишланмалари, ахборот, санъат ва адабиёт асарлари бозорларидан иборат. Бу бозорлардаги товарлар, хизматлар ўзига хос ва махсус товарлар бўлиб, бошқа товарлар дунёсидан фарқланади. Бундай бозорларда товарлар (хизматлар) эгалари ёки уларнинг номидан вакиллар бозорда таклифни уюштирса турли ташкилот, муассаса, корхона ва айрим ҳолдаги фуқаролар талабни шакллантирадилар.

Интеллектуал бозорларда илмий ва техник ишланмалар илмий ғоялар, илмий изланиш натижалари билан бир қаторда ахборотлар ва янгиликлар ҳамда ақлий ва юқори касб маҳсули бўлган санъат асарлари, шунингдек, адабий асарлар олди-сотди юз бериб, шу ҳолдаги товарлар (хизматлар) айирбошлаши амалга ошади.

Умуман айтганда, цивилизация тараққиёти, инсон маданий даражаси аввало бу бозорда ўз ифодасини топади. Интеллектуал бозорлар энг салмоқлиси илмий-техник ишланмалар бозоридир.

Ўзбекистон миллий бозори мустақиллик шарофати билан юзага келиб, жуда катта имкониятларга эгадир. У мамлакат иқтисодиёти, унинг бозор тизимига ўтиши билан боғланган тараққиёт имкониятларига асосланади.

1.2.Истеъмол товарлари бозорининг хусусиятлари ва унинг ҳуқуқий асослари.

Мамлакатдаги бозорлар тизимида истеъмол товарлари бозорларининг аҳамияти ниҳоятда каттадир. Истеъмол товарлари бозори деганда, у ёки бу усуллар билан товарлар ёки хизматларни сотиб олувчи алоҳида инсонлар ёки хўжаликлар тушунилади.

Ф.Котлер фикрича, истеъмол товарлари бозори бу ўз шахсий эҳтиёжлари учун товар ва хизматларни сотиб олувчи ёки бошқача йўл билан харид қилувчи айрим шахслар ва уй-хўжаликлари демакдир. Истеъмолчилар бир-бирларидан ёши, даромад даражаси ва маълумотлилиги, кўчиб юришга мойиллиги ва дид-истаклари бўйича кескин фарқ қилади.⁵

Истеъмол товарлари бозорининг хусусиятларини ўрганишга киришишдан олдин товарга таъриф бериш лозим. Товар - мураккаб кўп қиррали тушунча, бироқ бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг ўз вазифасини бажариш - унга эга бўлган истеъмолчининг эҳтиёжларини қондириш хусусиятидир. Товарларнинг истеъмол хусусиятлари деб уларни истеъмол қилинганда ёки ишлатилганда кишиларнинг моддий ва маънавий эҳтиёжларини қондириш даражаси тушунилади.

Товарнинг истеъмол қиймати унинг истеъмол хусусияти мажмуасидир.

Товарнинг қуйидаги хусусиятларига қараб алоҳида эътибор берилади: товарнинг ранги, қутиланиши (ўраш, боғлаш), ташқи кўриниши (дизайни), эргономик хусусиятлари, таъмирлашга қулайлиги, таъмирлаш даври ва бошқалар.

1.2.1-жадвал

Истеъмол товарларининг туркумланиши

Истеъмол товарлари туркуми				
Кундалик истеъмол товарлари: а) доимий талабдаги асосий товарлар.	Дастлабки танлов асосида олинadиган товарлар: а) ўхшаш товарлар	Алоҳида талабдаги товарлар	Пассив талабдаги товарлар	

⁵ А. Солиев “Маркетинг” дарслик, Тошкент 2010й. 154-бет.

б)импульсив тарзда сотиб олинадиган товарлар	б)алоҳида кўринишдаги товарлар			
в) фавқулотда ҳолатлар учун товарлар				

Изоҳ: Маркетинг тадқиқотлари фанидан маъруза матни Тошкент:ТДИУ,2005 й, 28- бет



5-расм.Харидорлик атворига таъсир этувчи омиллар кўлами. Маркетинг тадқиқотлари фанидан маъруза матни Тошкент:ТДИУ,2005 й, 30- бет.

Истеъмол товарларини харид қилиш турли харидорлар гуруҳи бўйича турли хусусиятларга эга. Бу одатда харидорларнинг тайинли товарга муносабати, харид иштиёқи ва атвори (талаби)га кўп жиҳатдан боғлиқ бўлади. Ф.Котлер харидорлик хулқ- атворининг умумий моделини 5-расмда кўрсатилганидек талқин қилади.

Харидор хулқ - атворининг шаклланишида бошланғич таъсирни маданийлик даражаси ва уни ташкил этувчи хусусиятлар белгилайди. Маданият - инсоннинг маънавий етуқлигини, эҳтиёжлари ва атворининг вужудга келишида муҳим аҳамиятга эга. Лекин маданият туб маънода, ирқий ва миллий маданият билан бирлашган тарзда учрайди.

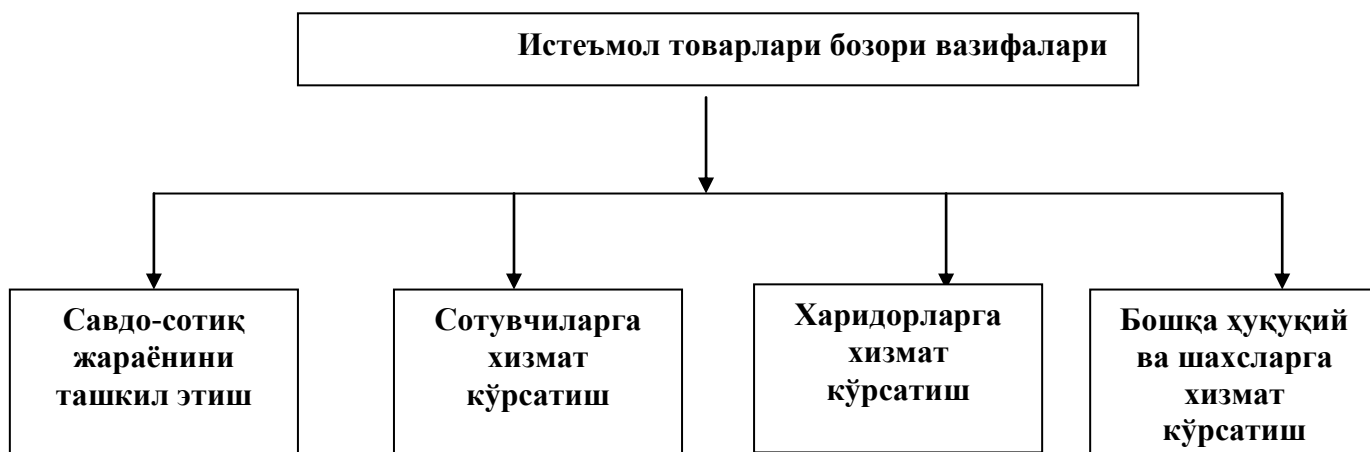
Турмуш тарзи - шахснинг ўз фаолиятида, қизиқишларида, қатъиятида ва эътиқодларида ўз аксини топади. Бир хил маданий савиядаги ижтимоий

гуруҳ вакиллари ҳам бир - бирларидан фарқланади, чунки улар ташқи муҳит таъсирида ўзига хос шаклланган бўлади.

Истеъмол бозори сотувчилар ва истеъмолчилар ўртасидаги ўзаро иқтисодий алоқаларни таъмин этувчи ҳудуд ҳисобланиб, товар-пул муносабатларини ривожлантиради ва бу жараён узлуксиз равишда давом этади. Шу билан бир вақтда, истеъмол бозорида айирбошлаш воситаси ҳисобланган маҳсулотларининг ўзига хос хусусиятлари бўлиб, савдо-сотик жараёнини ташкил этишда ҳисобга олишни тақозо этади.

Истеъмол бозори маркетингининг хусусияти шундаки, бозорга келтирилган маҳсулотни фақат маълум бир сегмент эмас, кўп ҳолларда оила учун харид қилиниши муносабати уларни билиш қийинчиликларини келтириб чиқаради. Шунинг учун бу ердаги маркетинг фаолиятининг асосий мақсади, биринчи навбатда, бозорга келувчилар учун қулайликлар яратишдан иборат бўлиб, бу соҳада маркетинг изланишининг олиб борилиши, ундан самарали фойдаланиш имкониятларини юзага чиқаради.

Истеъмол бозоридан фойдаланувчи субъектлар товарларни етказиб берувчилар ва товар харид қилувчилар ҳисобланади. Уларнинг ҳар иккаласи учун ҳам хизмат кўрсатиш бозорнинг асосий функцияси ҳисобланади. Аҳолини иш билан таъминлашда, истеъмол бозорлари салоҳияти жуда юқоридир. Шунинг учун ҳам савдо ўз фаолиятида жуда кўплаб ижтимоий ва иқтисодий вазифаларни бажаради, уларни тўрт гуруҳда ифодалашимиз мумкин.



6- расм. Истеъмол бозорининг бажарадиган вазифалари.

Бозорларда сотувчилар ва харидорлар учун хизматлар кўрсатишнинг асосий вазифаси савдо-сотиқ қилиш учун шарт-шароит яратиш, шу асосда сотувчилар ва харидорларни моддий ҳамда меҳнат харажатлари, вақтини тежаш, бозорда савдо маданиятини оширишдан иборат бўлиб, кўрсатиладиган хизматлар даражаси фаоллашган бўлиши лозим. Чунки, истеъмол бозорида амалга ошириладиган маркетинг фаолияти хизматларига қўйиладиган талаблар мажмуасининг энг муҳимлари бўлиб, сотувчилар ва харидорларни юқори даражада ташкил этилган хизмат турлари асосида бозорга қизиқтириш, бошқа бозорларга қараганда қўшимча хизматлар кўрсатиш имкониятига эга бўлиш, харидорларни бозорга келиши, савдо-сотиқ қилиши ва харид қилган товарларини уйига етказиб беришгача бўлган жараёнларда сифатли ва самарали сервисни ташкил этиш, бозорда хавфсизлик, ишончлилик ва сифатнинг борлиги, бозорда кўрсатиладиган хизмат турларининг қўплиги, сотиладиган маҳсулотларнинг харидор учун сифатлилиги ва арзонлиги, сотувчи учун савдодан маълум моддий манфаат кўриши, бозорнинг ҳаммабоплиги ва обрў-эътибори, истеъмолчининг ҳуқуқини ҳимоя қилиш кафолати ҳисобланади.

Юқорида баён этилган бозорлар, амалиётда яна ўз-ўзидан сотилаётган товарлар(хизматлар) турларига қараб бир-неча минглаб хилларга бўлиниб кетади. Хар қайси товар ёки хизмат турининг хусусиятларига қараб бозорни ташкил этиш ва бошқариш тартиб-қоидалари мавжуд. Шунинг учун чет эл адабиётларида, бозор турларига қараб маркетинг фаолиятини икки мингдан ортиқ таърифи бор деб ёзилган. Ҳақиқатда, қанча товар(хизмат) тури бозорини ташкил этиш ва бошқариш тизими амалиётда шаклланаверса, шунча маркетинг фаолияти ўз таърифини топаверади.⁶

Эркин бозор деганда харидорлар ҳам, сотувчилар ҳам кўп бўлиб, улардан ҳеч бири монополия мавқеига эга бўлмай, бир-бирини тезда топа

⁶ А.Солиев. Маркетинг. Дарслик. Тошкент 2010

оладиган, рақобат тўла-тўқис ҳукмрон бўлган, нархлар эркин савдолашув асослари шаклланадиган бозор тушунилади.

1.2.2 - жадвал.

Бозорни таҳлил қилиш кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар	Тавсифи
1.	Микдорий	Бозор ҳажми (сотиладиган товарлар-хизматлар), сотиш динамикаси, фирмалар улуши, бозор имкониятлари ва бошқалар
2.	Сифат	Эҳтиёжлар таркиби, сотиб олишга ундовчи белгилар, уларнинг динамикаси, сотиб олиш жараёни, эҳтиёжларнинг мўътадиллаши, ахборотлашиш.
3.	Рақобат муҳити	Рақобатчи фирмаларни сотиш ҳажми, маркетинг стратегиялари, молиявий қўллаб-қувватлаш имкониятлари.
4.	Харидорлар таркиби	Харидорлар сони, уларнинг турлари, динамикаси, регионлар бўйича хусусиятлари.
5.	Соҳа таркиби	Ўхшаш товарларни таклиф этаётган сотувчилар сони, уларнинг турлари, ишлаб чиқариши даражаси, қувватларини ишлаши, рақобатдаги имкониятлари.
6.	Товар тақсимооти	Географик тузилиши, катта аҳоли яшаш жайларидан узоқлиги, сотиш тармоқлари, транспортдан фойдаланиш.

Манба: Солиев А. “Маркетинг. Бозоршунослик”. Т. 2008 й. 96 – бет.

Мазкур жараёнда бозордаги рақиблар хатти-ҳаракатини баҳолаш воситалари, услублари ва техникасидан фойдаланиб, рақобат муҳитига ташхис (диагноз) қўйиш маркетинг тадқиқотлари асосида амалга оширилади.

Истеъмол товарларини бозорда таклиф қилиш ва истеъмолчилар талабини қондириш матрицаси қуйидаги кўринишга эга.

1.2.3жадвал.

«Истеъмол товари – бозор» матрицаси.

Товар-лар.	Бозорлар	
	Жорий	Янги
Жорий	Бозорга чуқурроқ кириб бориш стратегияси: • Сотишни жадаллаштириш; • Янги харидорларни қидириш; • Рақобатчиларни синдириш; • Товарни истеъмол соҳасини кенгайтириш.	Бозорни ривожлантириш стратегияси: • Янги бозорлар; • Янги сотиш ҳудудлари; • Халқаро бозорлар; • Товарнинг ишлатилишини янги соҳаларини тузиш.
Янги	Товарни ривожлантириш:	Диверсификация

	• Ўз кучи билан янги товар ишлаб чиқариш; • Битимларни ривожлантириш; • Лицензия; • Махорат билан айирбошлаш.	• Горизонтал; • Вертикал; • Концентрик.
--	--	---

Истеъмол товарлари бозори маркетинг фаолиятининг мақсад ва вазифалари қуйидаги асосий шартларга амал қилгандагина муваффақият билан қўлланилиши мумкин.

1. Маркетинг хизмати бўлимида ахборотлар билан таъминланишига эришиш, бозорни етарли, тўлиқ ва ўз вақтида олинган маълумотлар асоси да ўрганиш, харидорлар ва сотувчилар билан узвий алоқаларни ўрнатиш.
2. Истеъмол бозорининг рационал тузилган ташкилий таркиби, малакали ва онгли равишда бошқариладиган ходимлар сони, бозор ходимларининг ўзаро муносабатлари ва ҳаракатлари йўлга қўйилиши.
3. Қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқаришдан истеъмолчига бўлган ҳаракатларнинг самарали усулларидан фойдаланиш.
4. Истеъмол бозори ривожланиши истиқболларини аниқлаш ва уни такомиллаштириб бориш.
5. Истеъмол товарлари бозори ривожланиши ҳолатини билган ҳолда бошқарув қарарларини қабул қилиш.
6. Истеъмол бозори ҳудудида савдо-сотиқнинг истиқболли йўллари аниқлаш.

Ўзбекистон Республикаси ўз мустақиллигини эълон қилган кундан бошлаб ўз ҳудудида яшаётган аҳолини ижтимоий жиҳатдан таъминлаш сиёсатини ўзининг асосий вазифаси эканлигини баён этди. Бунинг замирида аҳолининг барча қатламлари ва ижтимоий гуруҳлари фаровонлигини оширишни таъминлаш вазифаси қўйилган бўлиб, уни ҳал қилишда халқ истеъмоли моллари ишлаб чиқаришдан бевосита харидорларга қадар етказиб беришни таъминлашда истеъмол товарлари бозори муҳим роль ўйнайди.

Шундай экан, Ўзбекистон Республикаси аҳоли фаровонлигини оширишни кўзда тутувчи бозор муносабатлар сари бораётган давлатнинг ривожланиш даражасини кўтариш бўйича улан вазифаларни амалга ошираётган ҳозирги шароитда озиқ-овқат товарларини арзон ва ҳар томонлама истеъмолчи талабига жавоб бера оладиган ва бозорда рақобатбардош маҳсулотларни яратиш энг долзарблиги республика аҳолисининг фаровонлигини ошириш вазифаси ҳисобланади. Бу вазифаларни амалга ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг савдо-харид уюшмаси “Ўзтайёрловсавдо”ни ташкил этиш тўғрисидаги 1994 йил 4 августдаги Фармони, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1994 йил 5 августдаги савдо-харид уюшмаси “Ўзтайёрловсавдо”ни ташкил этиш бўйича 399-сонли қарори, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Республикада савдони эркинлаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги, (1994 й 14 декабр) 604-сонли қарори, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 23 февралдаги “Улгуржи ва чакана савдони либераллаштириш ҳамда уни ривожлантириш учун қулай шарт-шароит яратиш чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-3722-сонли Фармони ва 2006 йил 6 мартдаги “Улгуржи савдо корхоналари уюшмаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ-300-сонли қарори, 2006 йил 10 мартдаги 03-46-35-сонли Республика Ҳукуматини йиғилиш баённомаси, Вазирлар Маҳкамасининг 27-мартдаги 52-сонли қарарлари республика аҳолисига савдо хизматини кўрсатиш, савдо айланмаси ҳажмини ошириш, озиқ-овқат савдосининг замонавий маркетинг усулларини амалга тадбиқ этиш, товар турларини кўпайтириш, ички истеъмол бозорини Республикада ишлаб чиқилган товарлар билан тўлдириш ҳисобига аҳоли истеъмол товарларига бўлган талабини қондиришни назарда тутди.

Истеъмол товарлари бозорининг яқин ва узоқ келажакдаги ривожланиши, жумладан, ноозиқ-овқат маҳсулотларнинг сотиш учун мўлжалланган қисмини ташкилий жиҳатдан уюшган ҳолда тармоқларга етказиш, ўтказиш, сотишни таъминлаш, юқори даражада ташкил этилаги

сервис замонавий савдо маданиятини қарор топтириш мақсадида “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги ва “Реклама тўғрисидаги” қонунлар ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг 2002 йил 2 августдаги 300 сонли қарорида қабул қилинди ва бунга риая қилиш учун давлат назорати амалга оширилди. Бу қонун ва қарорларга мувофиқ инсофсиз рақобатчилар томонидан истеъмол товарлари бозорини манаполлаштириш юзасидан ҳар қандай уринишларни олдини олиш, уларни чеклаш ва барҳам бериш, истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш жиҳатлари билан биргаликда нархларнинг асоссиз равишда ўсиб кетишга, бозорда сифатсиз товарлари сотилиши ва хизматлар кўтарилишига олиб келувчи рақобатни олдини олиш чора тадбирлари кўрилди.

Ноозиқ-овқат истеъмол товарларини чакана сотишни ташкил этишнинг замонавий усулларини жорий этиш, чакана савдо соҳасида юридик ва жисмоний шахслар учун тенг шарт-шароитлар яратиш, бозорларда савдо фаолиятини тартибга солиш, шунингдек фуқароларнинг ҳуқуқ ва манфаатларини ҳимоя қилишни кучайтириш мақсадида Вазирлар Маҳкамаси “Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари билан савдо қилишни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” 2003 йил 28 июлда 330-сонли қарорни қабул қилди. Ушбу ҳужжатлар истеъмол товарлари бозорининг ҳуқуқий асосларини ташкил этади.

1.3. Наманган вилоятида истеъмол товарлари бозорининг ривожланиши.

Мамлакатимиз раҳбарияти Президентимиз И.А.Каримов раҳбарлигида мамлакат аҳолисининг ортиб бораётган эҳтиёжларини тўлароқ қондириш мақсадида қатор Қарорлар ва Фармонларни қабул қилмоқдалар. Бу Қарор ва Фармонларни бажарилиши натижасида аҳолининг турмуш даражаси юксалиб бормоқда. Мамлакатимизда бўлгани каби Наманган вилоятида ҳам бу йўналишда қатор ишлар амалга оширилмоқда. Вилоятимизда амалга оширилаётган “Инқирозга қарши чора дастури”да ишлаб чиқаришни

махаллийлаштириш, озиқ-овқат ва бошқа истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни кенгайтиришни рағбатлантириш тадбирлари аҳамиятли ўрин тутди. Озиқ-овқат ва бошқа истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни кенгайтиришни рағбатлантириш бўйича қабул қилинган дастурларда вилоятимиз ишлаб чиқариш корхоналари учун кенг кўламли рағбатлантириш тизими назарда тутилган. Бу каби ишларни амалга оширилиши натижасида вилоятда ялпи ҳудудий маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ортиб бормоқда, аҳолининг эҳтиёжларини тўлароқ қондиришга имконият яратилмоқда.

1.3.1-жадвалда Наманган вилоятида 2002 йилдан 2013 йилгача бўлган муддатда ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажми ва унинг таркиби бўйича маълумотлар таҳлил қилинган. 2002 йили вилоятимизда ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажми 354,0 млрд.сўмга тенг бўлган бўлса, 2003 йилга келиб 418,7 млрд.сўм, 2004 йили 557,9 млрд сўмни ташкил этди. Бу йиллар давомида ялпи ҳудудий маҳсулотнинг ўсиши суръати 2002 йили 2001 йилга нисбатан 3,7 фоиз, 2003 йили 2002 йилга нисбатан 2,1 фоиз ва 2004 йили 2003 йилга нисбатан 7,7 фоизни ташкил этди. Бундан ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажми тез суръатлар билан ортиб бормоқда. 2012 йилга келиб унинг ҳажми 3822,2 млрд.сўмга тенг бўлган бўлса, 2013 йили вилоятда ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажми 4969,4 млрд.сўмга тенг бўлди ёки 2012 йилга нисбатан олганда 11,2 фоизга ортиди. Вилоятнинг ялпи ҳудудий маҳсулоти 2013 йили 2002 йилга нисбатан олганда 14 баробарга ортиди. Бу жуда юқори ўсиш суръатидан дарак беради. Айниқса, жаҳон мамлакатларида молиявий-иқтисодий инқироз давом этиб келаётган бир пайтда, ўсиш суръатлари пасайиб бораётган бир даврда вилоятдаги бундай юқори ўсиш суръатлари ижобий ўзгаришлар амалга ошаётганлигидан далолат беради. Ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажми ортиб бориши билан биргаликда унинг таркиби ҳам ўзгариб бормоқда. Унинг таркибининг ўзгариши асосан саноатнинг хиссасининг ортишида намоён бўлмоқда. 2002 йили саноатнинг ялпи ҳудудий маҳсулотдаги хиссаси 9,3 фоизни ташкил этган бўлса, 2013 йилга келиб 10,8 фоизга етди. Қишлоқ хўжалигининг улуши 2002 йилда 41,8 фоизни ташкил этган бўлса, 2013 йилга

келиб 36,8 фоизга тенг бўлди. Қишлоқ хўжалигининг ялпи ҳудудий маҳсулотдаги улушида пасайиш суръатлари давом этмоқда. Транспорт ва алоқа хизматларининг вилоят ялпи ҳудудий маҳсулотидаги улуши эса ортиб бормоқда.

1.3.1-жадвал

Наманган вилоятда 2002-2013 йилларда ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажми ва унинг таркиби таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирли- ги	2002 йил	2003 йил	2004 йил	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011 йил	2012 йил	2013 йил
Ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажми	млрд. сўм	354,0	418,7	557,9	612,7	830,9	1045,0	1449,7	1872,5	2390,3	2944,4	3822,2	4969,4
Ўсиш суръати	%	103,7	102,1	107,7	106,5	107,7	109,5	112,3	109,9	112,4	110,0	110,0	111,2
ЯХМ нинг таркиби													
Саноат	%	9,3	9,8	10,3	10,1	8,7	8,0	7,3	7,1	9,1	9,9	11,3	10,8
Қишлоқ хўжалиги	%	41,8	44,4	44,8	42,6	40,4	38,6	36,4	33,8	34,6	34,4	34,2	36,8
Транспорт ва алоқа	%	5,4	6,0	5,9	6,1	5,5	6,9	8,0	7,9	9,0	9,5	9,3	8,9
Қурилиш	%	6,7	4,0	5,4	6,2	6,5	7,4	6,7	7,3	7,4	7,8	6,9	7,0
Савдо ва умум овқатланиш	%	9,6	8,2	8,8	9,0	9,5	10,0	9,0	8,6	10,4	9,2	8,8	8,9
Солиқлар	%	5,7	6,9	7,4	7,2	6,7	5,6	8,0	7,2	3,3	3,0	3,4	3,2
Бошқалар	%	21,5	20,7	17,4	18,8	22,7	23,5	24,5	28,1	26,2	26,2	26,0	24,3

Изоҳ: Жадвал Наманган вилояти Давлат статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Берилган катор имтиёзлар ва яратилган шароитлар туфайли вилоятимизда истеъмол товарлари бозори ҳам ривожланиб бормоқда. 1.3.2-жадвалда Наманган вилоятида истеъмол товарларини ишлаб чиқариш хажми бўйича маълумотлар келтирилган. 2002 йили вилоятда 148,0 млн.сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлиб, 2012 йили 1289,2 ва 2013 йили 1629,6 млн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилди. 2013 йили 2012 йилга нисбатан ўсиш 12,5 фоизни ташкил этган бўлса, 2012 йили 2002 йилга нисбатан ўсиш суръати 11 баробарни ташкил этди. Бу вилоятда саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг юқори суръатда бўлаётганлигини кўрсатмоқда. Шу билан биргалтикда вилоятда истеъмол товарлари ишлаб чиқариш хажми ҳам ортиб бормоқда.

1.3.2-жадвал

Наманган вилоятида истеъмол товарларини ишлаб чиқариш хажми

№ т/р	Кўрсаткичлар номлари	Ўлчов бирлиги	2002 йил	2012 йил	2013 йил	2012 йилга нисбатан %да
1.	Саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш хажми	млн.сўм	148,0	1289,2	1629,6	112,5
2.	Истеъмол товарлари ишлаб чиқариш	млн.сўм	80,6	819,2	1013,9	113,9
3	Чакана савдо	млн.сўм	240,5	2268,8	2898,6	117,1
3.	Ташқи савдо айланмаси	млн.сўм	88,5	221,8	263,8	114,3
4.	Ялпи ҳудудий маҳсулот	Млн.сўм	354,0	3759,2	4969,4	111,2

Изох: Жадвал Наманган вилояти Давлат статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

2002 йили Наманган вилоятида 80,6 млн.сўмлик истеъмол товарлари ишлаб чиқарилган бўлса, 2012 йилга келиб 819,2 млн.сўм ва 2013 йилга келиб 1013,9 млн.сўмлик истеъмол товарлари ишлаб чиқарилди. Истеъмол товарлари ишлаб чиқариш 2013 йили 2012 йилга нисбатан 113,9 фоизни ташкил этди. Агар бу кўрсаткични 2002 йил билан солиштирадиган бўлсак, у 12,6 баробарга ортганлигини кўришимиз мумкин. Ушбу кўрсаткичлар

вилоятимизда аҳоли учун истеъмол товарлари ишлаб чиқаришга катта эътибор қаратилаётганлигидан далолат бермоқда. 2002-2013 йиллар давомида вилоятда чакана савдо, ташқи савдо айланмаси ҳажмлари ҳам юқори суръатлар билан орти борди. 2013 йили 2012 йилга нисбатан чакана савдо ҳажми 117,1 фоизга ортган бўлса, ташқи савдо айланмаси 114,3 фоизни ташкил этди. Бу кўрсаткичларни 2002 йил кўрсаткичлари билан солиштирсак, чакана савдо 12 баробарга ва ташқи савдо айланмаси деярли 3 баробарга ортганлигини кўришимиз мумкин.

1.3.3-жадвал

Наманган вилоятида қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмлари

№	Шаҳар ва туманлар номи	2011		2012		2013 йил	
		Млн.сўм	Ҳоиз, %	Млн.сўм	Ҳоиз, %	Млн.сўм	Ҳоиз, %
Вилоят бўйича		1428659,1	107,0	1836400,0	107,0	2429177,4	108,1
1	Наманган ш.	128240,8	105,0	117600,0	106,7	176431,3	107,9
2	Мингбулоқ	93351,3	106,5	97900,0	106,2	134664,2	105,9
3	Косонсой	80581,8	103,7	175600,0	107,9	127782,8	108,0
4	Наманган	137424,7	109,2	111100,0	106,5	226860,4	106,4
5	Норин	92039,9	105,6	125100,0	108,0	145910,3	107,8
6	Поп	95236,2	107,6	150200,0	107,6	159893,5	108,4
7	Тўрақўрғон	114046,4	108,2	134900,0	108,3	203201,9	109,3
8	Уйчи	103867,7	108,1	140900,0	106,9	177335,2	108,2
9	Учқўрғон	118495,5	107,8	145100,0	108,4	191111,4	107,1
10	Чортоқ	108770,4	106,3	178000,0	109,6	204745	110,3
11	Чуст	138412,4	104,4	308700,0	108,3	242105,2	109,6
12	Янгиқўрғон	218192,0	109,3	151300,0	105,7	439136,2	109,4

Изоҳ: Жадвал Наманган вилояти Давлат статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Вилоятда истеъмол товарлари ишлаб чиқаришга катта таъсир кўрсатувчи қишлоқ хўжалигининг ривожланишига ҳам катта эътибор қаратилмоқда. Чунки, қишлоқ хўжалик маҳсулотлари енгил ва озиқ-овқат саноати учун асосий хом ашё ҳисобланади. 1.3.3-жадвалда вилоятда қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқариш бўйича 2011-2013 йилги маълумотлар таҳлил қилинган. Вилоят бўйича 2011 йили 1428659,1 млн.сўмлик қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарилди. 2012 йили 1836400,0 млн.сўмлик ва 2013 йили 2429177,4 млн.сўмлик қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарилди ва уларнинг асосий қисми саноатга қайта ишлаш учун жўнатилди. 2011 йили 2010 йилга нисбатан 7,0 фоиз ўсиш кузатилган бўлса, 2013 йили 2012 йилга нисбатан 8,1 фоизга ортиш суръатига эга бўлинди.

Вилоятда 2013 йил давомида фаолият кўрсатаётган саноат корхоналари сони 2950 тани ташкил этиб, улар томонидан 2013 йил давомида 1629,6 млрд.сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилди ёки ўтган йилга нисбатан ўсиш суръати 112,5 фоизни ташкил этди. 2013 йили вилоятда 1013,9 млрд. сўмлик халқ истеъмоли моллари ишлаб чиқарилди ва ўсиш суръати ўтган 2012 йилга нисбатан 113,9 фоизга тенг бўлди.

Вилоятда иқтисодий барқарорликни таъминлаш мақсадида ҳамда аҳолининг истеъмол товарларига бўлган эҳтиёжларини қондириш мақсадида энг аввало юқори салмоққа эга енгил саноат, озиқ-овқат саноати, машинасозлик ва қолган саноат тармоқларини жадал ривожлантириш дастурлари бўйича қатор тадбирлар амалга оширилмоқда.

2013 йили вилоятнинг енгил саноат тармоғида 2012 йилга нисбатан 115,7 фоизлик ўсишга эришилган бўлса, озиқ-овқат саноатида 101,4 фоизлик ўсиш суръати таъминланди. Худудлар бўйича кўрилганда, Наманган туманида ўсиш суъатлари 125,8 фоизни, Норин туманида 138,0 фоизни, Уйчи туманида 133,4 фоизни, Чортоқ туманида 124,1 фоизни ва Янгиқўрғон туманида 121,0 фоизни ташкил этди. Ушбу туманларда саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми ҳам, истеъмол товарлари ишлаб чиқариш ҳажми ҳам

ортиб бормокда. Шу даврда аҳоли жон бошига саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмлари 656,7 минг сўмга тенг бўлди ва ўтган 2012 йилга нисбатан 110,6 фоизни ташкил этди ва аҳоли жон бошига халқ истеъмоли моллари ишлаб чиқариш 408,6 минг.сўмни ташкил этган ҳолда 2012 йилга нисбатан 112,0 фоизни ташкил этди. Бу кўрсаткичлар 2012 йилга нисбатан мос ҳолатда 128,2 минг сўм ва 72,8 минг сўмга кўп бўлди.

Барча корхона ва ташкилотларда бундай юқори ўсиш суръатлари таъминланмаяпти. Масалан, вилоятдаги йирик корхоналардан 3 тасида саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми 2012 йилга нисбатан 28,9 млрд.сўмга пасайган. Агар бу корхоналарда ҳам ортиш суръати кузатилганда вилоятдаги истеъмол товарлари ишлаб чиқариш суръати янада юқорироқ бўлиши мумкин эди.

Ушбу корхоналар ичида Наманган шаҳридаги “Кока Кола” қўшма корхонаси ҳам бор бўлиб, бу корхонада 2013 йили 2012 йилги даражанинг 57,1 фоизига тенг бўлган ҳажмда маҳсулотлар ишлаб чиқарилди. Бунинг сабабларини ўрганганимизда ушбу корхонада табиий газ босими паст бўлганлиги ва айрим ускуна ва технологияларни қайта жихозлаш амалга оширилганлиги натижасида бўлганлигини аниқладик. Бу камчиликларни бартараф этиш керак ва ўсиш суръатларига эришиш лозим. “Нестле Ўзбекистон” қўшма корхонасида ўтган 2012 йилга нисбатан 92,6 миқдорида маҳсулотлар ишлаб чиқарилди. Бу асосан қадокланган болалар овқати ишлаб чиқариш камайганлиги ҳисобига рўй берди. “Рау Томъ” қўшма корхонасида ўтган йилга нисбатан 45,8 ҳажмда маҳсулотлар ишлаб чиқарилди. Хорижий инвесторлар томонидан хом-ашё маҳсулотларини етказиб берилишида муаммолар юзага келганлиги ҳисобига маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмлари ўтган йилга нисбатан камайган.

2013 йили вилоятда кўплаб янги истеъмол товарлари ишлаб чиқариш йўлга қўйилди. “Norin Mechanical Plant” масъулияти чекланган жамиятида велосипед ишлаб чиқариш йўлга қўйилди, “Aisha Home Textile” қўшма корхонасида момиқ сочик, “Чошгоҳ” масъулияти чекланган жамиятида ва

Кап-текс масъулияти чекланган жамиятиларида калава ип ҳамда қурилиш материалларидан “Namangan China Industry” қўшма корхонасида электрод, “Leasing Bonus” масъулияти чекланган жамиятида шифер, машинасозлик йўналишида “Экстра Пример Бат” корхонасида аккумулятор, енгил саноат йўналишида “Истиклол Текстил Дизайн” масъулияти чекланган жамиятида эркаклар учун галстук, “Чоркесар инвест” хусусий корхонасида аёллар рўмоллари, чарм пойабзали йўналишида “Дарина Обув” қўшма корхонаси ва “Дийдор Люкс Текстил” масъулияти чекланган жамиятларида аёллар пойабзали, “Нафис Чарм” хусусий корхонасида эркаклар тасмалари, “Ёшлик Пойабзал Савдо” масъулияти чекланган жамиятида болалар пойабзали каби маҳсулотларни ишлаб чиқариш йўлга қўйилди.

Амалга оширилган ишлар натижасида корхоналар томонидан 172,2 млрд. сўмлик маҳсулотлар ишлаб чиқарилиб, белгиланган режага нисбатан 100,6 фоизга ўсиш суръати таъминланди. Иқтисод қилинган валюта миқдори 29,4 млн.долларни ташкил этди. Бу ўтган 2012 йилдагига нисбатан 122,1 ни ташкил этади.

2013 йил давомида истеъмол товарларидан 6,0 минг дона пўлат ва чўян задвишкалар, 8,1 минг тонна тўғри чокли электр пайвандли метал трубалар, 3,5 минг дона санитар-техник буюмлар, 46,1 минг комплект куч машқлари учун спорт инвентарлари, 450,0 дона савдо расталари учун музлаткичлар, 3,7 минг дона мебель фурнитуралари, янги турдаги маҳсулотлардан 17,0 минг дона юқори босимли автомобил газ баллонлари, 1235,0 комплект ер ости сув гидранти, 196,1 минг комплект автомобиллар учун фара ва чироқлар, 2,1 минг тонна карбоцел (КМЦ), 1,1 минг тонна гумоно ишқорли реагент (ГШР) ва 300 дона сито каби маҳсулотлар ишлаб чиқарилди. Бу кўрсаткичларнинг барчаси Наманган вилоятида истеъмол товарлари ишлаб чиқариш хажми ортиб бораётганлигини ва истеъмол товарлари бозорлари ривожланиб бораётганлигини кўрсатмоқда.

2-боб. Наманган вилоятида трикотаж маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотлари.

2.1. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ривожланиш таҳлили.

Енгил саноат мамлакатимиз саноатининг етакчи тармоқларидан бири ҳисобланиб, унинг ривожланиши истиқлол йилларида ўзига хос жозиба касб этмоқда.

Енгил саноат ҳозирда мамлакатимизда кўп тармоқли индустриал комплекс бўлиб, унинг таркибида тўқимачилик, трикотаж, шойи тўқиш, тикувчилик, кунчилик, пайабзал, гиламчилик, чинни – фоянс буюмлари, атторлик буюмлари ишлаб чиқаришга ихтисослашган. Булардан трикотаж ва тикувчилик саноати бугунги кунда мамлакатимизда кўшимча кийимат келтирувчи серқирра тармоққа айланиб ривожланиб келмоқда.

Наманган вилоятида тикувчилик ва трикотаж саноатини ривожлантиришнинг муҳимлиги, биринчи навбатта, маҳаллий ҳом ашё ресурсларини бойлиги, жуда кенг тажрибани йиғилганлиги ва бу соҳа юқори меҳнат сиғимлилигига эга эканлигидир.

Наманган вилоятида 2012-йилда трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш бўйича маълумот.

2.1.1-жадвал.

№	Маҳсулот тури	Ўлчов бирлиги	Йиллик қуввати	2011-йил	2012-йилда янв.-дек. (башорати)	2012-йил ҳақиқатда	Башоратга нисбатан %
1	Трикотаж тўқима мато	Тонна	86,0	7,9	47,4	52,4	110,5
2	Трикотаж маҳсулотлари	Минг дона	2175,6	1150,1	1359,1	1575,5	115,9
3	Пайпоқ маҳсулотлари	Минг дона	658,0	477,3	596,0	596,5	100,1

Манбаа: Вилоят статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Юқоридаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики вилоятда 2012-йилда трикотаж тўқима мато ишлаб чиқариш 47,4 тонна йил бошига башорат

килинган бўлса ҳақиқатда 52,4 минг тонна ишлаб чиқарилиб, башоратга нисбатан 110,5 %ни ташкил қилди.

Трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмини таҳлил қиладиган бўлсак, 2012-йилда башорат 1359,1 минг дона, режа эса 1575,5 минг донани ташкил этиб, 115,9%га бажарилган.

Кўриниб турибдики трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми йилдан йилга ортиб бормоқда. Бунга асосий сабаб трикотаж маҳсулотларига бўлган талаб ҳажмининг ортиши ва техника-технологиялардан оқилона фойдаланиш ҳисобланади.

Наманган вилоятида 1300 дан ортиқ оилавий тадбиркорлар, 600 га яқин кичик ва йирик корхоналар енгил саноат маҳсулотларини ишлаб чиқармоқда.

Вилоятда енгил саноат тармоғида 2005 йилда йирик корхоналар сони 30 та бўлиб 2012 йилда бу кўрсаткич 19 тани ташкил этди. Бироқ кичик бизнес субъектлари фаолият юритишнинг имконияти кенгайганлиги ва вилоятда енгил саноатни ривожланишига қулай шароитларни мавжудлиги сабабли 2005 йилда 166 та енгил саноатга ихсослашган кичик бизнес субъектлари фаолият кўрсатган бўлса, 2012 йилга келиб 584 тани ташкил этиди. Хозирда бу корхоналарнинг асосий қисми вилоятда тайёр кийимлар ишлаб чиқармоқда. (2.1.1-жадвал).

2.1.1-жадвал

**Наманган вилояти енгил саноат товарлари ишлаб чиқарувчи
субъектлар тўғрисида
МАЪЛУМОТ**

(бирликда)

Кўрсаткичлар	2005 й.	2010 й.	2011 й	2012 й
Йирик корхоналар	30	16	17	19
Йирик қўшма корхоналар	17	15	17	17
Кичик корхоналар	41	49	55	70
Кичик қўшма корхоналар	X	11	15	21
Микрофирмалар	108	187	216	440

Уй хўжаликлари	1816	1045	1250	1301
Ёрдамчи хўжаликлар	60	55	31	36

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

Шунингдек, 2005-2012 йилларда енгил саноат тармоғида 400 га яқин кичик ва йирик корхоналар, 10 минга яқин иш ўринлари ташкил этилганлиги соҳада юқори даражада ривожланаётганлигидан далолат беради.

Наманган вилояти саноатида тармоқлар улушини тахлил қилганимизда 2008 йилда енгил саноат тармоғида 188,1 млрд сўмлик маҳсулотлар ишлаб чиқарилиб, жами саноат ишлаб чиқаришнинг 46 %га тўғри келган, бу кўрсаткич 2011 йилда 39 %ни ташкил этган. Саноат маҳсулотлари таркибида тикувчилик маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг улуши эса 2008 йилда 0,8 % га тенг бўлган бўлса, 2011 йилда бу кўрсаткич 1,2 %га ўсган.

2.1.2-жадвал

Наманган вилоятида саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришда енгил саноатнинг улуши

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2008 йил	2011 йил	2012 йил
Саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш	Минг сўм	404672086	983677138	1040697766
Енгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш	Минг сўм	188141220	387312710	409551472
Енгил саноатнинг улуши	%	46	39	43
Тикувчилик буюмлари ишлаб чиқариш	Минг сўм	3404268,6	11975407,0	12693931
Саноатда тикувчилик буюмлари ишлаб чиқаришнинг улуши	%	0,8	1,2	1,3

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

Вилоятда енгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўрсаткичларини маҳсулот турлари бўйича тахлил қилганимизда 2010 йилга нисбатан 2012 йилда пахта ипи ишлаб чиқариш 66,4 %ни ташкил этган. Бироқ пахта ипидан газлама ишлаб чиқариш 2010-2012 йиллар давомида 2,4 мартага, трикотажлар ишлаб чиқариш 1,6 мартага, тикувчилик буюмлари ишлаб чиқариш эса 2,5 мартага ошган. (2.1.3- жадвал)

2.1.3- жадвал

**Наманган вилоятида енгил саноат маҳсулотларининг алоҳида турларини ишлаб чиқариш кўрсаткичлари
ТАХЛИЛИ**

Маҳсулотлар номи	Ўлчов бирлиги	2010 йил	2011 йил	2012 йил	2010 йилга нисбатан 2012 йилда ўсиши %
Пахтадан йиғирилган ип	Тонна	14420,0	10831,0	9578,0	66,42164
Пахта ипи газламаси	минг п.м	7846,0	15720,0	18980,0	241,9067
Трикотаж маҳсулотлари	минг дона	2390,0	2826,0	3830,0	1,60251
Тикувчилик буюмлар	минг сўм	6125014,0	11975407,0	15726449,0	2,567578

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

2.1.3-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики вилоятда қисқа давр ичида енгил саноат тармоғида юқори даражада ўсиш суратлари таъминланган.

Вилоятда амалга оширилаётган модернизациялаш йўналишда амалга оширилаётган ишларнинг асосий қисми ҳам енгил саноат соҳасига тўғри келмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2009-2012 йилларда Наманган вилояти саноатини ривожлантириш ва модернизациялаш Дастури тўғрисида”ги 232-сонли қарорини амалга оширилиши тайёр кийимлар ишлаб чиқаришни ривожланишида асосий омил бўлиб хизмат қилди.

Дастурга мувофиқ 2009-2012 йилларда вилоятида енгил саноат тармоғида 45 та корхоналар модернизация қилинди ва 14 та янги корхоналар фаолият бошлади.

Мамлакатимизда аҳолининг енгил саноат маҳсулотларига, жумладан трикотаж маҳсулотларига бўлган талабини қондириш масаласига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Енгил саноат маҳсулотлари таркибида трикотаж маҳсулотларининг ўрни ва роли ортиб бормоқда. Бу соҳанинг ривожланишига берилаётган эътибор унинг хом ашё базаси мамлакатимизда мавжудлиги билан асосланади. Трикотаж маҳсулотларини нафақат мамлакат аҳолисининг эҳтиёжлари учун, балки хориж мамлакатларига экспорт қилиш

мақсадида ҳам кўпроқ ишлаб чиқариш лозим. Бу билан биз хом ашё экспорт қилувчи мамлакатдан тайёр маҳсулотларни экспорт қилувчи мамлакатга ўтамиз.

2014 ва ундан кейинги йилларда бу йўналишда кўп ишларни амалга оширилиши режалаштирилган. Президентимиз И.А.Каримов томонидан 2013 йил якунларига ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузалари бежизга “2014 йил юқори ўсиш суръатлари билан ривожланиш, барча мавжуд имкониятларни сафарбар этиш, ўзини оқлаган ислохотлар стратегиясини изчил давом эттириш йили бўлади” деб аталмаган.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг мамлакатимизни 2013 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаларида енгил саноат ва трикотаж ишлаб чиқаришининг рақобатбардош маҳсулотларини ишлаб чиқаришга эътибор қаратилади:

“Юртимизда қабул қилинган 2011-2015 йилларда саноатни устувор даражада ривожлантириш дастури ва ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик янгилашга доир тармоқ дастурларининг изчил амалга оширилиши натижасида саноат таркибида юқори қўшимча қийматга эга бўлган, рақобатдош маҳсулотлар тайёрлаётган қайта ишлаш тармоқларининг ўрни тобора ортиб бормоқда. Бугунги кунда мамлакатимизда ишлаб чиқарилаётган саноат маҳсулотларининг 78 фоиздан ортиғи айнан ана шу тармоқлар ҳиссасига тўғри келмоқда.”⁷

Иқтисодиётни ва унинг етакчи тармоқларини модернизация қилиш, техник ва технологик жиҳатдан янгилашни жадаллаштириш ва кўламларини кенгайтириш, ишлаб чиқаришни диверсификациялаш, фаол инвестиция сиёсатини амалга ошириш ва хорижий инвестицияларни жалб этиш, зарур

⁷ И.Каримов. “2014 йил юқори ўсиш суръатлари билан ривожланиш, барча мавжуд имкониятларни сафарбар этиш, ўзини оқлаган ислохотлар стратегиясини изчил давом эттириш йили бўлади” “Халқ сўзи” газетаси, 2014 йил 21 январь

ишбилармонлик муҳитини яратиш, аҳолининг ҳаёт даражаси ва сифати изчил оширилишини таъминлашга қаратилган чора-тадбирлар натижасида 2013 йилда ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажмининг ўсиш суръати 11,2 фоизга, саноат ишлаб чиқариш ҳажми 12,5 фоизга, қишлоқ хўжалиги 8,1 фоиз, капитал қўйилмалар 21,7 фоиз, қурилиш ишлари 16,1 фоиз, чакана савдо айланмаси 17,1 фоиз ва пуллик хизмат кўрсатиш ҳажми 19,3 фоизга ўсиши таъминланди.

Жумладан, тармоқлар бўйича енгил саноат йўналишида 23,7 млн. долларлик 124 та лойиҳа фойдаланишга топширилди ва бунинг ҳисобига 3792 та иш ўрни яратилди. Озиқ-овқат йўналишида 11,3 млн.долларлик 127 та лойиҳа фойдаланишга топширилди ва бунинг ҳисобига 1392 та иш ўрни яратилди. Чарм пойабзал йўналишида 1,8 млн. долларлик 11 та лойиҳа фойдаланишга топширилди ва бунинг ҳисобига 217 та иш ўрни яратилди.

2013 йилда енгил саноатни ривожлантириш дастури асосида йирик лойиҳалардан “Aisha Home Textile” қўшма корхонасида момиқ сочиқ, “Чошгоҳ” масъулияти чекланган жамияти ва Кап-текс масъулияти чекланган жамиятларида калава ип “Истиқлол Текстил Дизайн” масъулияти чекланган жамиятида эркаклар учун галстук, “Чоркесар инвест” хусусий корхонасида аёллар рўмоллари, чарм пойабзали йўналишида “Дарина Обув” қўшма корхонаси ва “Дийдор Люкс Текстил” масъулияти чекланган жамиятларида аёллар пойабзали, “Нафис Чарм” хусусий корхонасида эркаклар тасмалари, “Ёшлик Пойабзал Савдо” масъулияти чекланган жамиятида болалар пойабзали каби маҳсулотларни ишлаб чиқариш йўлга қўйилди.

2013 йилдан бошлаб Наманган шаҳрида сочиқ маҳсулотлари ишлаб чиқаришга ихтисослашган Ўзбек-Хитой “Арт Софт Текс” қўшма корхонаси , трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган Ўзбек-Россия “Namangan Lyuks Teks” қўшма корхонаси, Уйчи туманида Ўзбек-Туркия “Vodiy Ipak Gilami” қўшма корхонаси (гилам маҳсулотлари), тикувчилик маҳсулотлари ишлаб чиқаришга ихтисослашган Шотландиянинг “FT Textile Group” хорижий корхонаси, Поп туманида ип газлама ишлаб чиқарадиган

Ўзбек-Молдова “Temur-Transper-Impex” қўшма корхонаси, пойафзал ишлаб чиқарувчи Ўзбек-Россия “Par Footwears” қўшма корхонаси, Учқўрғон туманида ип-газлама ишлаб чиқаришга ихтисослашган Ўзбек-Англия “Uchkurgan Textil” қўшма корхоналари ўз фаолиятини бошлади. Бу корхоналарнинг барчаси мамлакатимизда трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ривожлантиришга имконият яратади.

Трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришни кенгайтиришга катта ҳисса қўшиши мумкин бўлган ушбу ижобий ўзгаришлар билан биргаликда вилоятда баъзи бу соҳага дахлдор корхоналар ўз фаолиятини қисқартирмоқдадлар, баъзилари эса ўз фаолиятларини умуман тўхтатиб қўйдилар. Жумладан, Тўрақўрғон туманидаги тикувчиликка ихтисослашган “Ахсикент”, “Мос-Ном” (халқ истеъмол моллари ишлаб чиқариш ва савдо) ва калава ип ишлаб чиқаришга ихтисослашган “Хайн Текс” қўшма корхоналарида айланма маблағларнинг етишмаслиги, Низом жамғармаси тўла шаклланмаганлиги, банк кредитларидан бўлган қарздорликларни қайтаролмаслиги ҳамда хорижий инвесторларнинг лойиҳаларни амалга оширишдан воз кечиши сабабли фаолияти тўхтаб қолган.

2.1.4-жадвалда Наманган вилоятида саноат маҳсулотлари ва халқ истеъмоли моллари ишлаб чиқаришнинг таҳлили бўйича материаллар келтирилган. Трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқариш бу соҳаларга тегишли бўлганлиги учун авваламбор ушбу соҳаларни таҳлил қилишни лозим топдик.

2.1.4-жадвалда Наманган вилоятида 2005-2013 йилларда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий кўрсаткичлари кўрсатилган. Вилоятда саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш 2005 йилдан 2013 йилгача бўлган даврда тинимсиз ўсиб бормоқда. Агар 2005 йилда саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш 247,1 млрд.сўмни ташкил этган бўлса, 2013 йилга келиб 1629,2 млрд.сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилди ёки 2013 йили 2005 йилга нисбатан салкам 7 баробар кўп миқдорда саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилди. Шу давр мобайнида истеъмол товарлари

ишлаб чиқариш ҳам ортиб борди. 2013 йили 1013,9 млрд.сўмлик истеъмол товарлари ишлаб чиқарилди ёки 2005 йилга нисбатан олганда 8,5 баробарга ортиди.

Бу рақамларнинг барчаси вилоятда енгил саноат ва умуман саноатнинг ривожланиб бориши жадал суръатлар билан амалга оширилаётганлигини кўрсатмоқда. Енгил саноатнинг айниқса, трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналарига эътибор янада кучайтирилиши лозим.

2.1.4-жадвал

**Наманган вилоятида 2005-2013 йилларда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш
асосий кўрсаткичлари тўғрисида**

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011 йил	2012 йил	2013 йил
Ялпи ҳудудий маҳсулот	млрд.сўм	612,7	830,9	1045,0	1449,7	1872,5	2390,3	2944,4	3759,2	4969,4
ўсиш суръати	%	106,5	107,7	109,5	112,3	109,9	112,4	110,0	110,0	111,2
Саноат	млрд.сўм	247,1	279,3	331,6	434,5	534,5	748,7	1057,3	1289,3	1629,6
ўсиш суръати	%	108,9	110,9	107,5	115,2	113,0	123,7	116,1	114,9	112,5
Истеъмол товарлари	млрд.сўм	119,1	139,2	184,1	266,5	329,5	441,9	651,7	819,2	1013,9
ўсиш суръати	%	107,7	113,6	112,2	116,3	105,5	115,5	125,2	113,1	113,9
Инвестиция	млрд.сўм	39,1	57,3	218,0	298,0	478,2	554,0	663,2	728,0	1016,7
ўсиш суръати	%	115,4	146,7	144,0	118,9	139,0	103,9	105,5	112,6	121,7
Чакана савдо	млрд.сўм	332,7	428,3	585,6	758,9	990,8	1318,8	1678,7	2268,8	2898,6
ўсиш суръати	%	112,6	114,7	127,3	116,8	118,0	120,0	118,5	116,6	117,1

Изоҳ: Жадвал Наманган вилояти Давлат статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

2.1.8-жадвал

Наманган вилоятида тайёр кийимлар ишлаб чиқариш бўйича ишлаётган қувватларни кенгайтириш ва янги қувватлар ташкил этиш дастури бўйича 2009-2012 йилларда амалга оширилган лойиҳалар тўғрисида маълумот

Корхоналар номи	Лойиҳа йўналиши	Ишлаб чиқариш куввати, натура кўринишида (йиллик)		Лойиҳани амалга ошириш кийимати (Млн сўм)	Яратилган иш ўрни
		Минг дона	Млн сўм		
"Ифтихор кийим саноат" МЧЖ	модерн	45	1200,0	1081,0	60
"Наманган тола текстил" МЧЖ	модерн	28,0	200,0	200,0	30
"Фотима Зухра Омина" ХКд	янг қув	6,0	20,0	21,0	6
"Дилрабо СДА" КК	модерн	300,0	300,0	60,0	15
"Мухаммадий Текстиль" ХК	модерн	50,0	150,0	175,0	52
"Янги тонг тепалиги" ХК	модерн	25,0	65	90,0	16
"Ширибом" МЧЖ	модерн	50	150,0	260,0	24
"Текстил-Либос" МЧЖ	модерн	25,0	850,0	320,0	20
"Малика холис сервис" ХК	янг қув	8,0	220,0	150,0	16
"Стайл Текс" МЧЖ	янг қув	1500	3500,0	1414,1	95
"Муроджон Юнусбек сервис" хусусий корхонаси	модерн	5	125,0	70,0	14
"Рауф-Азиз" ХК	модерн	12	400,0	96,9	20
"Зиё савдо дизайн" МЧЖ	модерн	5	100,0	90,0	15
"Даврон текстиль саноати" МЧЖ	модерн	10	350,0	60,0	10
"Замин люкс Текстиль" ХК	модерн	30	300,0	375,0	20
"Люкс плюс сервис" МЧЖ	модерн	75	2375,0	1140,0	40
"Водий ёғоч савдо" ХК	модерн	200,0	1500,0	292,0	30
"Текстил либос" МЧЖ	модерн	10	330,0	137,7	15
"Асадбек савдо сервиз" МЧЖ	модерн	5,0	250,0	50,0	10
"Саас Текс" МЧЖ	модерн	10	500,0	90,0	10
"Алп Замин Текстил" МЧЖ	янг қув	20	120,0	200,0	25
"Мингбулоқ улгуржи савдо инвест" МЧЖ	янг қув	4,0	40,0	150,0	15
"Асрор текстил саноат" МЧЖ	модерн	20	200,0	430,3	10
Жами		2443	13245,1	6956	568

Манба: Наманган вилоят Хокимлигининг иқтисодиёт бўлими бош бошқармаси

2.1.8-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики жаъми 25 та корхонада амалга модернизациялаш ва янги қувватларни ташкил этилиши натижасида йилига қўшимча 2443 минг дона тайёр кийимлар ишлаб чиқариш қувватлари ишга туширилиб уларнинг йиллик қувватлари 13245,1 млн сўмни ташкил этди. Шунингдек, корхоналарга жалб этилган 6956 млн сўм инвестициялар хисобига 3 йил давомида 568 та янги иш ўринлари яратилди.

Тайёр кийимлар ишлаб чиқаришни ривожлантириш, ишлаб чиқариш қувватини ошириш, жаҳон бозори талабларига жавоб берадиган рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш учун кўпроқ инвестицияларни жалб этиш ва улардан самарали фойдаланиш ҳозирги куннинг долзарб масаласидир. Шунинг учун, Мамлакатимиз Президенти И.А.Каримов 2012 йилнинг биринчи галдаги устувор вазифаси этиб, мамлакатимиз рақобатбардошлигини ошириш, бу йўналишда 2012-2016 йилларда 6 миллиард 200 млн доллар бўлган 270 дан зиёд инвестиция лойиҳасини, шунингдек ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник – технологик қайта жихозлаш бўйича тармоқ дастурларини амалга оширишни белгилаб берди⁸. Ўз навбатида, Наманган вилояти саноатига ҳам 2011-2015 йилларда жами 56 та инвестицион лойиҳа амалга ошириш, 174,5 млн АҚШ доллари миқдорида инвестиция киритиш режалаштирилган.

Наманган вилоятининг енгил саноатига киритилган ва ўзлаштирилган инвестиция 2009-2012 йилларда жами 148,7 млрд.сўмни ташкил этиб жумладан, тўғридан – тўғри хорижий инвестицияларнинг улуши 41,2 % га етди.

Енгил саноат маҳсулотлари ичида трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш янада жадал суръатларда ривожланмоқда. Кейинги параграфда трикотаж маҳсулотлари ассортименти ва сифат кўрсаткичларини таҳлил қиламиз.

2.2. Трикотаж маҳсулотлари ассортименти ва сифат кўрсаткичлари тадқиқоти.

Енгил саноат маҳсулотлари таркибида трикотаж маҳсулотлари муносиб ўринни эгаллайди. Трикотаж маҳсулотларининг бугунги кундаги ассортименти ортиб бормоқда. Шу билан биргаликда уларнинг сифат кўрсаткичлари ҳам яхшиланиб бормоқда. Трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналар

⁸ Каримов И.А. «2012 йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади», Халқ сўзи. 2012 йил 20 январ.

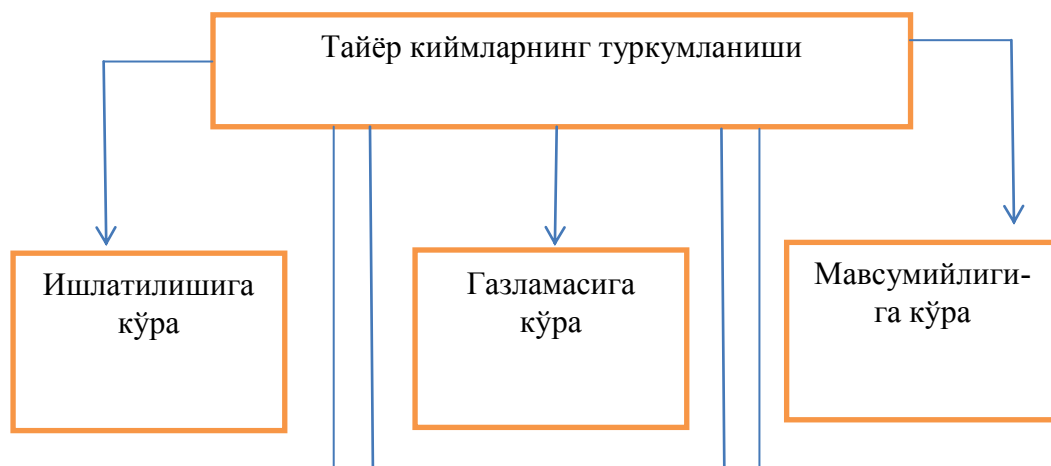
ўз ассортиментларини ривожлантириб бормоқдалар. Авваллари асосан пайпоқ ва ички кийимлар ишлаб чиқаришга мослаштирилган трикотаж ишлаб чиқариши, эндиликда кенг миқёсда турли кийимларни, болалар учун мўнжалланган кийим-бошларни, ўспиринлар учун турли замонавий кийимларни ишлаб чиқаришни йўлга қўйилди.

Трикотаж ишлаб чиқариши мамлакатимиз тўқимачилик саноатининг муҳим қисмига айланди. Мамлакатимиз иқтисодиётининг энг муҳим тармоқларидан бири ҳисобланган тўқимачилик саноати йирик тармоқ бўлиб, кенг истеъмол маҳсулотларини ишлаб чиқариш билан шуғулланади. Мамлакатимиз тўқимачилик корхоналари томонидан турли хил газламалар, иплар, гиламлар ва гилам маҳсулотлари, трикотаж маҳсулотлари, нотўқима материаллар ва шу сингари зарурий истеъмол буюмлари ишлаб чиқарилмоқда. Тўқимачилик саноатининг ўзига хос хусусиятларидан бири - бу тармоқ корхоналарида ишлаб чиқарилган маҳсулотлар аҳолининг шахсий эҳтиёжлари билан бир қаторда иқтисодиёт тармоқларида иқтисодий ресурс сифатида фойдаланилади.

Трикотаж тайёр кийимлари ҳам тайёр кийимлар бозорининг асосий қисмларидан бири ҳисобланади.

Тайёр устки кийимлар бир қанча белгиларига, чунончи: ишлатилиши, газламаси, мавсумийлиги, ўлчамига, узунлиги, тўлалиги, жинс-ёш белгиси, буюмнинг тури, тиқилиш мураккаблиги ва фасонлари жиҳатидан гуруҳланади.

Тайёр устки кийимлар ишлатилишига қараб, расмий кийим, форма кийим, махсус кийим, миллий кийимларга бўлинади.



2-чизма. Тайёр кийимларларнинг тавсифланиши.

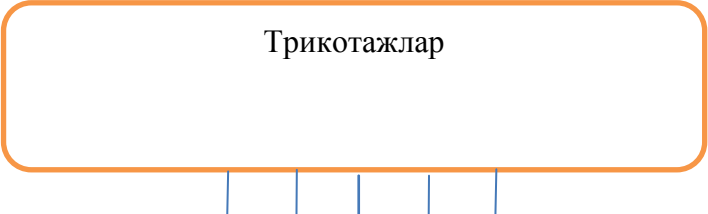
Трикотаж буюмлар ишлаб чиқаришда пахта, жун иплари, шунингдек, сунъий ипак, синтетик толаларнинг иплари асосий хом ашёси ҳисобланади. Бундан ташқари, қисман табиий ипак ҳамда эчки ва қуён момиқлари ҳам ишлатилади. Пахта иплари хом ва пардозланган, яъни оқартирилган ва бўялган ҳолда ишлатилади. Жун иплардан таралган ва сукно иплари қўлланиллади, шу билан бирга ип соф жун ва ярим жун бўлиши мумкин.

Трикотажнинг газламадан фарқи шуки, унда икки тизим ип (танда ва арқоқ иплари) бўлмайди. Трикотаж бир-бирига турли тартибда борланган жуда кўп ҳалқачалардан тузилгандир. Ҳар қайси халқа эгилган иплардан иборатдир. Трикотаж матода ёки буюмларда бу ҳалқалар бўйига ҳалқа устунларини, энига ҳамҳалқа қаторларини ҳосил қилади. Ҳалқа устунлари ҳамма вақт бир-бирига илиниб турган ҳалқалардан иборат бўлиб, бу уларнинг уланиб туришини таъминлайди. Ҳалқа қаторлари турли тартибда ҳосил қилинади.

Трикотажнинг хусусиятлари. Чўзилувчанлик, сўкилувчанлик ва ҳаво ўтказувчанлик трикотажнинг муҳим хусусиятларидир.

Трикотаж товарлар ассортименти беш гуруҳга бўлинади:

Трикотажлар



3-чизма. Трикотаж товарлар ассортименти гуруҳлари.

Бу гуруҳларнинг ҳар бирига киритилган буюмлар ўз навбатида бир қанча белгилар, жинс-ёш белгиси, конструкцияси ва фасонларига, трикотажнинг турига, бошланғич хом ашёсига ва ўлчамларига қараб гуруҳчаларга бўлинади.

Бугунги рақобат шароитида ҳар бир корхона олдида ўз вақтида ва етарлича ассортимент янгилаш масаласи муҳим ҳисобланиб унинг бозорда доимий фаолиятини ва ўсиш тенденцияси сақланиб қолувчи омил вазифасини бажаради. Шунинг учун ҳам Наманган вилоятида тайёр кийимлар ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг ассортимент сиёсатини долзарб масала эканлигини бозорнинг ўзи намоён қилмоқда.

Наманган вилояти тайёр кийимлар бозорининг ассортиментни тадқиқотчилар томонидан тадқиқ этилган.

Наманган шаҳридаги энг йирик бозор комплекслари: “Дўстлик” ноозик-овкат товарлари бозори, “Чорсу” савдо уйи, “Исфархон” супермаркети, “Лола” жохон бозорида ўтказилган тадқиқотларга кўра бозорларда таклиф этилаётган

тайёр кийимларнинг ассортименти, уларни ишлаб чиқарган мамлакатлар бўйича қўйидагича тақсимланган. (2.2.1.-жадвал).⁹

2.2.1-жадвал.

Наманган шаҳар бозорларида сотишга таклиф этилган тайёр кийимлар ассортиментини ишлаб чиқарилган мамлакатлар бўйича тахлили

Товарлар	Жаъми хили	Ўзбекистонда		Хитойда		Кореяда		Бошқа	
		Сони	%	Сони	%	Сони	%	Сони	%
Жами тайёр кийимлар	1611	501	31	521	32	381	24	108	0,1
Эркаклар тайёр кийимлари	539	238	44	203	38	90	17	8	1
Аёллар тайёр кийимлари	392	114	29	189	48	57	15	32	8
Аёллар трикотажи	348	41	12	77	22	212	61	18	5
Эркаклар трикотажи	332	108	47	52	22	22	9	50	22

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тузилди

Ўзбекистонда ишлаб чиқарилган эркаклар: - тайёр кийимлари 44 % трикотажи — 47 %; Бироқ, аёллар: - трикотажи 12%ни ташкил этди. Шу кўрсаткичлар бўйича Хитойнинг улуши 38%; 22%; аёллар: --трикотажи 22 %; Корея эса аёллар трикотажи бўйича 61% билан етакчилик қилмоқда.

Тадқиқот натижаларига кўра Наманганда ишлаб чиқарилган эркаклар тайёр кийимлари ва аёллар трикотажлари ўзининг рақобатбардошлиги билан Хитой, Корея, Туркия ва бошқа мамлакатлар товарларини маҳаллий бозорлардан сиқиб чиқара олган. Бироқ, хали тайёр кийимлар ишлаб чиқарувчи корхоналар томонидан аёллар трикотажлари, тайёр кийимлари ва ассортиментини ошириш масаласи ўз ечимини топмаган.

⁹З.Хакимов. Енгил саноат товарлари бозорида рақобат ва уни ривожлантириш асослари. Биржа эксперт. 2012 йил март. 3(51)-сон 22 б.

Агар тайёр кийимлар ишлаб чиқарувчи корхоналарни таҳлил қилинганда “Istiqloл textil dizayn” корхонаси дастлаб 2 турдаги махсулотлар ишлаб чиқарган бўлса, 2010 йилда 12 турга етказиш орқали махсулот ишлаб чиқаришни 174 %га оширган. Шунингдек, эркаклар костюм-шимларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхона томонидан 2011-2012 йилларда эркаклар ва болалар кўйлаклари ишлаб чиқариш ҳам йўлга қўйган.

“Текстил либос” МЧЖ томонидан “IMIR” савдо белгиси остида ҳозирда 20 хилдаги эркаклар костюми, 8 хилдаги эркаклар полтоси ва 10 хилдаги болалар костюмларини ишлаб чиқармоқда. Корхона 2007 йилда 320 млн молиявий манбалар ҳисобига Туркия, Япония, Германия, Италия технологияларини олиб келиб фаолиятни кенгайтирган ва 2010 йилдан бошлаб экспортга махсулотлар чиқара бошлади.

“Ифтихор кийим саноати” МЧЖ томонидан ҳам 20 хил ассортиментдаги эркаклар костюми, 5 хилда эркаклар палтоси ва 30 хилда болалар костюми ишлаб чиқарилмоқда. 2012 йилда 3 хил эркаклар пиджамаларини янги моделини таклиф этди ва у бугунги кунда Россиянинг истеъмол бозорида кенг сотилмоқда. Корхона томонидан ҳам “tristar” ва “juki” компанияларининг юқори унумдорликка эга бўлган дизайнерлик технологиялари асосида йилига 100 дан ортиқ эркаклар костюми фасонларини яратилиб Россия ва Европа бозорларига экспорт қилинмоқда. Корхона 2012 йилда аёллар костюми ва кўйлакларини ишлаб чиқаришни ҳам йўлга қўйди. “Текстил либос” МЧЖ ҳам “juki” компаниясининг дизайнерлик технологиялари асосида эркаклар костюмларининг йилига 200 хил фасонларини яратиб Россия давлатининг 2012 йилда 50 мингта эркаклар тайёр кийимларга бўлган буюртмасини бажарди.

Наманган вилоятида кичик корхоналар томонидан ишлаб чиқарилган тайёр кийимлар ассортиментини 2011 йилда 2010 йилга нисбатан ўзгаришини таҳлил қилганимизда (2.2.2-жадвал) қўшимча аёллар ва болалар трикотаж махсулотлари, спорт майкалари, палто ва ярим-палтолари, аёллар плашлари, аёллар шимлари ва кўйлакари, халатлар ассортиментларини ишлаб чиқариш йўлга қўйилганлигини кўришимиз мумкин.

Биз юқорида таҳлил этган тайёр кийимлар экспортининг ассортиментини ўзгаришлари ҳам, айнан ишлаб чиқариш ассортиментини кенгаётганлиги билан изоҳлашимиз мумкин. Шунинг билан бирга таҳлил этилаётган йиллар давомида нафақат ассортиментни кенгайтириши балки уларни ишлаб чиқариш ва ўртача баҳосини кўтарилаётганлигини ҳам кўришимиз мумкин. Бу эса тайёр кийимлар моделларини жаҳон стандартлари асосида ишлаб чиқарилаётганлигидан далолат беради.

Корхоналар томонидан маҳсулотлар ассортиментларини кенгайтириши уларни маҳаллий бозорларда улушини кўпайтириши ва жаҳон бозорларда рақобатбардош маҳсулотларини таклиф этишга имконият яратмоқда

Бугунги кунда 50 дан ортиқ тўқимачилик корхоналарини техникавий жиҳатдан қайта жиҳозланди ва қатор янги тўқимачилик корхоналарини қуриш амалга оширилди. Саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми 8,8 мартага ошди. Экспортнинг йиллик ҳажми ортиб бормоқда, жумладан ип-газлама матолар, тайёр маҳсулот буюмлари билан бир қаторда трикотаж маҳсулотларини экспорт қилиш ҳам йўлга қўйилди.

Жаҳон бозорига рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқаришда тўқимачилик саноатига керак бўладиган бўёқлар, сунъий толалар ва бошқа ёрдамчи материалларга бўлган эҳтиёжлар республикада кимё саноати ишлаб чиқаришини кўпайтиришни тақозо этади.

Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш тўқимачилик саноати корхоналарида чуқур ижобий ўзгаришлар бўлишига сабаб бўлди. Иқтисодий ислохотларни амалга оширишнинг биринчи босқичида давлат мулкани хусусийлаштириш, тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш, кичик хусусий корхоналар ташкил қилишни рағбатлантириш ҳисобига ижтимоий ишлаб чиқаришда давлатга қарашли бўлмаган секторининг улушини ошишига эришилди.

Тўқимачилик тармоғига Ўзбекистон Ҳукумати ва «Ўзбекенгилсаноат» Давлат акциядорлик корпорацияси раҳбарияти томонидан муносиб эътибор қаратилмоқда. Тармоқда Республика саноат маҳсулотининг 20 фоизига яқини

ишлаб чиқарилади, у саноат меҳнат захирасининг йирик қисми бўлиб, 150 минг кишини иш билан бандлигини таъминлаб келмоқда.

Мамлакатимизда трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналари мустақиллик йиллари ўз ривожининг юқори босқичига кўтарилди. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар эндиликда бозор иқтисодиёти шароитига ўтиб бормоқда. Бундай шароитда тармоқ корхоналарида олдида қуйидаги вазифаларни ҳал қилиш юклатилди:

- тўқимачилик маҳсулотларини, шу жумладан трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришни зарурий суръатларини таъминлаш;
- аҳолини кенг истеъмол буюмларига бўлган талабини тўлароқ қондириш;
- трикотаж маҳсулотлари ассортименти янада кўпайтириш;
- трикотаж маҳсулотлари сифатини янада яхшилаш, белгиланган андозаларга чиқиш ва экспорт даражасини орттиришга эришиш
- ишлаб чиқаришнинг техникавий даражасини орттириш;
- тармоқ корхоналаридаги меҳнат шароитларини яхшилаш, меҳнатни илмий ташкил этишни такомиллаштириш;
- меҳнат унумдорлигини орттириш ва маҳсулот ишлаб чиқариш учун қилинадиган харажатларни қисқартиришга эришиш.

Ушбу вазифаларни бажаришга киришган корхоналар аста-секин маълум ютуқларга эришиб бормоқдалар. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарда кенг истеъмол моллари ишлаб чиқариш салмоғи кун сайин ортиб бормоқда. Наманган вилоятида ҳам трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарининг хиссаси ортиб бормоқда. Вилоятда ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг асосий қисми (50 фоизидан юқорироқ) тўқимачилик ва трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналарда ишлаб чиқарилмоқда.

Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг мамлакат ва вилоят иқтисодиётига қўшаётган хиссаси ортиб бормоқда. Наманган вилоятидаги тўқимачилик корхоналари томонидан ғазна ипак, ипакли калава,

штапелли ип калава, тайёр жундан тўқилган газламалар, ун маҳсулотларини қадоқлаш учун қоплар ва бошқа маҳсулотлар ишлаб чиқариш йўлга қўйилди.

Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи тармоқ ривожининг навбатдаги босқичининг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, бу босқич иқтисодиётнинг эркинлашуви шароитида, турли мулк шакллари фаолият кўрсатаётган даврда амалга ошмоқда. Бу босқич кескин рақобат кураши остида давом этмоқда. Кейинги пайтларда кўплаб қўшма корхоналар, хусусий корхоналар ташкил этилмоқда, корхоналар ўз маблағлари ҳамда кредит маблағлари ҳисобига замонавий ва юқори унумли дастгоҳларни сотиб олмоқдалар.

Биргина Наманган вилоятида трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар сони ортиб бормоқда. Наманган шаҳрида сочиқ маҳсулотларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган Ўзбекистон-Хитой «Бунёд» қўшма корхонаси, Поп туманида - ротор ип калаваси ҳамда трикотаж мато ишлаб чиқаришга ихтисослашган Ўзбекистон-Швейцария-Туркия «Исковуттекс» қўшма корхонаси сингари кўплаб корхоналар иш бошлади. Вилоятда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳамда экспорт салоҳиятини оширишда қўшма корхоналарнинг фаолияти муҳим ўрин эгаллайди. Ушбу қўшма корхоналар томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажми ортиб бормоқда. Уларнинг маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми вилоятдаги жами саноат корхоналарида ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажмининг 20 фоизига яқинини ташкил этади.

Трикотаж ишлаб чиқариш учун зарур иплар туркумида пишитилган ипларнинг ўрни сезиларли даражада катта. Ҳозирда улар ип газламалар учун 35-40 фоизни ташкил этади. Республикада ушбу турдаги ипларга бўлган эҳтиёжни қондирилиши талабдан анча орқада қолмоқда. Пишитилган ипларни трикотаж мато иплари, техник иплар ва тикувчилик иплари олдишда фойдаланишни назарда тутган ҳолда ушбу турдаги ипларни ишлаб чиқаришга эътиборни кучайтириш лозим. Бунинг учун замонавий, унумдорлиги юқори ва энг асосийси кўпроқ ассортиментдаги пишитилган иплар ишлаб чиқариш имкониятига эга бўлган жиҳозларни сотиб олиш ҳамда уларни мамлакатимизда ташкил

этилатган корхоналарга ўрнатиш орқали ассортиментни кўпайтириш мақсадга мувофиқдир.

Пишитилган ипларни ишлаб чиқаришни кўпайтириш орқали бугунги кунда трикотаж ишлаб чиқариш корхоналари фаолиятини янада жадаллаштириш, уларда ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ассортиментини кўпайтириш, улар билан ички бозорни тўлдириш, ташқи бозорларга рақобатбардошли маҳсулотлар билан кириб бориш имконияти яратилади.

2.3. Наманган вилоятида трикотаж маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили.

Бозор муносабатлари ривожланиб борган сари унинг қонун ва қонуниятлари ҳаётимизга тобора кенгроқ кириб келмоқда. Мамлакат иқтисодиётнинг соҳа ва тармоқларининг структурасида бўлаётган ўзгаришлар асосан бозор ва ундаги талаб асосида шаклланади. Шундан иқтисодиётдаги структуравий силжишлар амалга оширилади. Мамлакатимизда ва вилоятимизда кейинги йилларда енгил саноатнинг, хусусан трикотаж ишлаб чиқаришнинг ҳажми ортиши билан биргаликда унинг барча ишлаб чиқариладиган маҳсулотларнинг структурасида тутган ўрни ўзгариб бормоқда. Асосан енгил саноат ва трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг жами маҳсулотлар ҳажмидаги улуши тобора ортиб бормоқда.

2.3.2-жадвал

Вилоятда трикотаж ва бошқа енгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми таҳлили

Кўрсаткичлар номлари	Ўлчов бирлиги	2012 й.	2013 й	2012 йилга нисбатан %да
Бирюса Групп қўшма корхонаси				
Трикотаж маҳсулотлари	минг дона	8622	9908	114,9
Асосий истеъмол товарлари ишлаб чиқариш:	тегишли бирликларда			
Бошқа корхоналар				
Ип-газлама	минг кв.м	318,0	385,0	121,1

Трикотаж маҳсулотлари	минг дона	12611	14638	116,1
Момиқ	минг тонна	1273,0	2210,0	173,6
Тайёр кийим-кечак	млн.сўм	-	-	-

Изоҳ: Жадвал Наманган вилояти Давлат статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

2.3.2-жадвалда Наманган вилоятида трикотаж ва бошқа енгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ҳажми таҳлил қилинган. 2012 йили Бирюса ГРУППДА 8622 минг дона трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, 2013 йилга келиб вилоят саноат корхоналарида ишлаб чиқариладиган трикотаж маҳсулотлари миқдори 9908 тага етди ёки 2012 йилга нисбатан олганда 116,1 фоизни ташкил этди. Енгил саноатда ип-газлама, трикотаж маҳсулотлари, момиқ ва тайёр кийимлар тайёрланади. Наманган вилоятида тайёрланадиган енгил саноат маҳсулотлари таркибида трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш энг юқори хиссани ташкил этади. 2012 йили вилоятда 318,0 минг кв.м. ип-газлама тайёрланган бўлса 2013 йилга келиб 385,0 минг кв.м. ип-газлама тайёрланди. Ўсиш суръати 21,1 фоизни ташкил этди. 2012 йили 12611 минг дона трикотаж маҳсулотлари тайёрланган бўлса, 14638 минг дона трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарилди ёки 2012 йилдаги даражага нисбатан 116,1 фоизга тенг бўлди. илоятда момиқ ишлаб чиқариш ҳам ортди ва 2013 йили 2012 йилга нисбатан олганда 173,6 фоизни ташкил қилди. Вилоятда енгил саноат ва трикотаж саноати маҳсулотларини ишлаб чиқариш жадал суръатларда олиб борилмоқда.

Шу билан биргаликда, Наманган вилоятида ҳам бошқа турли ривожланган мамлакатларда бўлгани каби трикотаж маҳсулотларига бўлган талаб ортиб бормоқда. Шу сабабли, вилоятда трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарадиган корхоналар қурилишига эътибор кучайтирилмоқда.

Бугунги рақобат шароитида ҳар бир корхона олдида ўз вақтида ва етарлича ассортимент янгилаш масаласи муҳим ҳисобланиб унинг бозорда доимий фаолиятини ва ўсиш тенденцияси сақланиб қолувчи омил вазифасини бажаради. Шунинг учун ҳам Наманган вилоятида тайёр кийимлар ишлаб чиқарувчи

корхоналарнинг ассортимент сиёсатини долзарб масала эканлигини бозорнинг ўзи намоён қилмоқда.

3-боб. Наманган вилоятида ишлаб чиқарилаётган трикотаж маҳсулотлари рақобатбардошлигини ошириш омиллари.

3.1. Хомашё таъминоти, технология ва ишлаб чиқариш жараёнлари билан боғлиқ масалалар ечимини топиш йўллари.

Мамлакатимизда ва Наманган вилоятида трикотаж маҳсулотлари бозорини ривожлантиришнинг муҳим масалаларидан бири трикотаж маҳсулотларини рақобатбардошли қилиб ва етарли хажмда ишлаб чиқаришни ташкил этишдан иборатдир. Бунинг учун эса энг зарур омиллар қуйидагилардан иборатдир:

1. Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарини етарли миқдорда ва сифатли хом ашё билан таъминлаш.
2. Хом ашё таъминотидаги турли узилишларнинг олдини олиш.

3. Ишлаб чиқариш технологиясини такомиллаштириш. Етарли миқдорда ва рақобатбардошли маҳсулотлар ишлаб чиқаришни йўлга қўя оладиган технологияни яратиш ёки излаб топиб корхонадаги жараёнга жорий қилиш.

4. Ишлаб чиқаришни ташкил этишни мунтазам равишда такомиллаштириб бориш.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналари ривожланишининг асосий масалаларидан бири – уларни турли ресурслар билан таъминлаш ва мавжуд иқтисодий ресурслардан фойдаланиш самарасини оширишдан иборатдир. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi ҳам ўз навбатида ишлаб чиқаришдаги барча ресурслардан, шу жумладан асосий фондлардан ва айланма маблағлардан самарали равишда фойдаланиш лозимлигини яна бир бор исботлади. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришга сотиб олинган ва унинг балансига келиб тушган ҳар бир восита ва буюм самара бериши керак. Бунинг учун эса, авваламбор ушбу буюм ёки восита ишлаши керак. Мавжуд технологиядан самарали фойдаланишнинг биринчи қoидаси – технология узлуксиз равишда ишлаши керак. Биз таҳлилни амалга ошираётган Наманган вилоятидаги трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар эса мавжуд технологиядан етарли даражада самарали фойдаланишни йўлга қўя олмаяптилар. Натижада бозор талаби мавжуд бўлган трикотаж маҳсулотлари етарли миқдорда ишлаб чиқарилмаяпти. Бу бўшлиқнинг ўрнини хориждан келтириладиган маҳсулотлар эгаллаб олди. Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналаридаги технологиянинг барчасини ҳаракатга келтириш чоралари кўрилиши ва бу йўналишда тадбирлар тузилиши лозим. Бу ишни амалга ошириш орқали уларда ишлаб чиқариладиган трикотаж маҳсулотлари миқдори ортади, сифати яхшиланади, корхона оладиган фойда кўрсаткичи ортади ва фойдалилик даражаси юксалади.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарида технологиядан фойдаланиш даражасини ошириш лозим. Бу мақсадда технологиядан фойдаланишни тавсифловчи ускуналардан интенсив фойдаланиш коэффициенти таклиф қиламиз. Бу ерда юқорида айтиб ўтилганидек, технологик ускуналар амалдаги

унумдорлигининг, яъни техник асосланган прогрессив унумдорликнинг меъёртив унумдорликка нисбати асосида, яъни ускуналардан интенсив фойдаланиш коэффициентидан фойдаланишни таклиф қиламиз. Бу коэффициентни қуйидаги формула бўйича ҳисоблаш мумкин:

$$K_{\text{инт}} = \frac{B_{\phi}}{B_{\Pi}};$$

Бу ерда: B_{ϕ} – вақт бирлигида ускунада ишлаб чиқарилган ҳақиқий маҳсулот миқдори;

B_{Π} – вақт бирлигида ускунада техник жиҳатдан асосланган маҳсулот ишлаб чиқариш меъёри.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарида технологиядан самарали фойдаланишни йўлга қўйишнинг асосий йўналишлари сифатида яна қуйидагиларни кўрсатиш мумкин (7-расм):

- иш куни давомида ускуналар бекор туриб қолишини қисқартириш ва унинг олдини олиш;
- ускуналарнинг сменалилик коэффициентини ошириш;
- бекор турувчи ускуналарни қисқартириш ва тугатиш;
- таъмирлаш ва профилактика тадбирларини ўз вақтида ва сифатли равишда амалга ошириш;
- ускуналарни эксплуатация қилувчи ходимларнинг малакасини ошириш;
- ишлаб чиқаришни ташкил этишни ва ресурслар билан таъминлашни яхшилаш.



7-расм. Асосий фондлардан самарали фойдаланиш йўналишлари.

Ҳар бир трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхона фойдаланиладиган хом ашёлардан, моддий ва пул ресурсларидан, яъни хусусий капитал ва бошқа активлардан рационал фойдаланиш бўйича пухта ишлаб чиқилган чора-тадбирлар мажмуасига эга бўлиши зарур.

Ресурслардан самарали фойдаланишнинг техник – ишлаб чиқариш йўналишлари қаторига, бирламчи хом ашёни ишлаб чиқаришда фойдаланишга сифатли равишда тайёрлаш, машина ва ускуналар конструкциясини такомиллаштириш, хом ашё, материал, ёқилғиларнинг тежамкор турларидан фойдаланиш, ишлаб чиқариш чиқитларини камайтирувчи ҳамда иккиламчи ресурслардан максимал даражада фойдаланиш ва барча турдаги йўқотишларнинг олдини олишни таъминловчи янги техника ва технологияларни жорий қилишни киритиш мумкин.

Ресурслардан оқилона фойдаланишнинг ташкилий-иқтисодий йўналишлари қаторига, маҳсулотлар материал сиғимини режалаштириш ва меъёрлаштиришнинг илмий даражасини ошириш, ресурсларни сарфлашнинг техник жиҳатдан асослаб берилган меъёр ва меъёртивларини ишлаб чиқиш, “эски” ва “янги” маҳсулот ишлаб чиқариш ўртасида прогрессив пропорцияларни

белгилаш, меҳнатни ташкил қилишнинг самарали усуллари рағбатлантириш билан боғлиқ бўлган чора-тадбирлар киритилади.

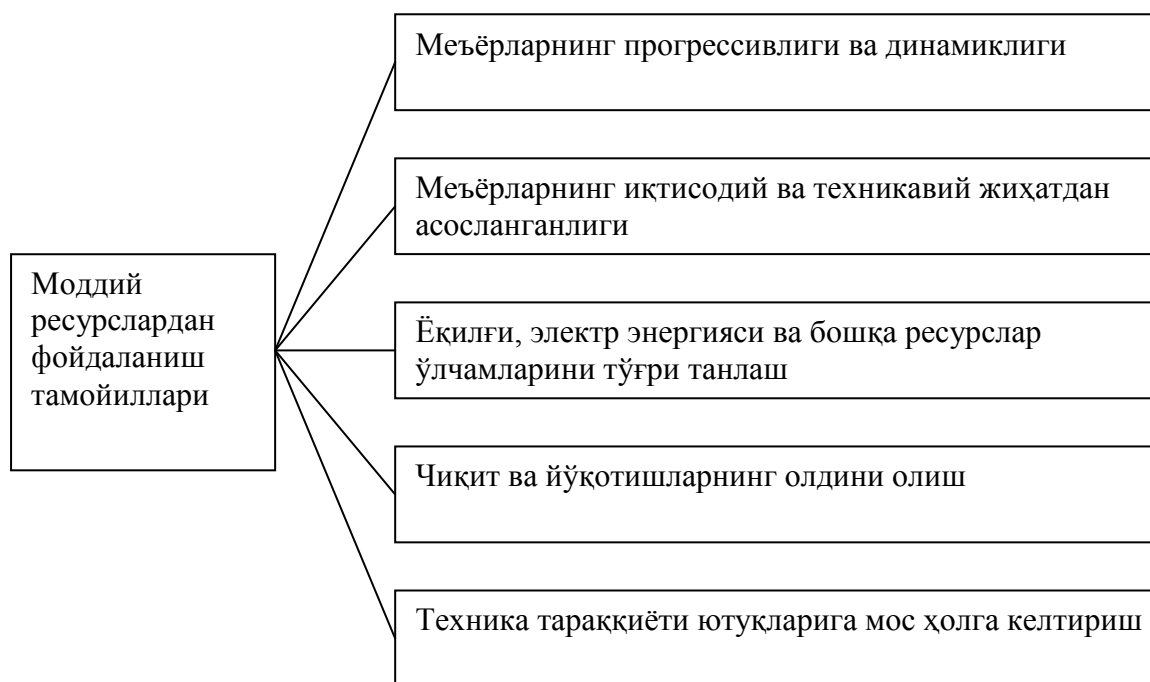
Хом ашё ва бошқа материал ресурслар ҳамда уларнинг таркибий қисмларидан самарали фойдаланишнинг асосий йўналишлари иш жойларида бир бирлик миқдордаги хом ашё ва материаллардан тайёрланувчи якуний маҳсулотларни кўпайтиришдадир. У ишлаб чиқаришни техник жиҳатдан таъминлаш, ходимларнинг малакаси, моддий-техника таъминоти, моддий ресурслар захираларини сарфлаш меъёрларига боғлиқ бўлади.

Хом ашё ва бошқа моддий ресурслардан самарали фойдаланишни йўлга қўйиш учун авваламбор уларни тўғри меъёрлаштириш лозим. Хом ашё ва бошқа моддий ресурслар меъёрлаштириш ва айниқса, моддий ресурсларни сарфлаш меъёрларини белгилашда қуйидаги тамойилларга амал қилиш лозим (8-расм):

- меъёрларнинг прогрессивлиги ва динамиклиги;
- меъёрларнинг иқтисодий ва ишлаб чиқариш–техникавий жиҳатдан асосланганлиги;
- хом ашё, материал, ёқилғи, электр энергияси ва бошқа ресурслар ўлчамини тўғри танлаш;
- чиқит ва йўқотишларнинг олдини олиш;
- эскирган меъёрларни қайта кўриб чиқиш ҳамда уларни фан-техника тараққиёти ютуқларига мос ҳолга келтириш.

Корхонада хом ашё ва бошқа моддий ресурсларни меъёрлаштириш тадбирлари ишлаб чиқариш захираларини меъёрлаштириш, шунингдек, тугалланмаган ишлаб чиқаришнинг оптимал катталиги, тайёр маҳсулот қолдиқлари ва келгуси давр харажатларини аниқлаш билан боғлиқ вазифаларни ечишга олиб келади.

Ишлаб чиқариш захираларини меъёрлаштириш, корхонанинг узлуксиз фаолият юритишини таъминлаш мақсадида амалга оширилади. Агар ишлаб чиқариш захиралари меъёрлардан паст бўлса, ишлаб чиқариш жараёнининг издан чиқиши, ишчи кучи ва ускуналарнинг бекор туриб қолиши, корхонанинг ишлаб чиқариш ва иқтисодий кўрсаткичлари пасайишига олиб келиши мумкин.



8-расм. Моддий ресурслардан фойдаланиш тамойиллари.

Шу билан бир пайтда, ишлаб чиқариш заҳираларининг белгиланган меъёрлардан ортиб кетишига ҳам йўл қўймаслик керак, чунки бу маблағларнинг «музлаб» қолишига ва натижада корхонанинг зарар кўришига олиб келади.

Корхоналарда хом ашёлар ва бошқа моддий ресурслардан самарали фойдаланиш нафақат трикотаж ишлаб чиқариш корхоналари учун, балки, бутун мамлакат иқтисодиёти учун ҳам катта аҳамият касб этади. У ресурсларнинг нисбий озод қилиниши, ижтимоий харажатларнинг камайтирилишига кўмаклашади ва иқтисодий режалаштириш суръатини оширади.

Хом ашё ва моддий ресурсларга сарфланган айланма маблағлардан самарали фойдаланиш бугунги кундаги иқтисодиёт олдида турган муҳим масалалардан бири ҳисобланади. Ривожланган мамлакатларда бу масала биринчи даражали аҳамиятга эга. Айланма маблағларнинг тўлиқ айланиш муддати қанчалик кичик ёки бу айланишлар сони қанчалик кўп бўлса, айланма маблағлар шунчалик кам талаб қилинади ва аксинча, айланма маблағлар қанчалик тез айланишда бўлса, шунчалик самарали ишлатилади.

Бугунги кунда айланма маблағларда, айниқса, трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг моддий-товар бойликларида банд бўлган

йирик микдордаги пул маблағлари уларнинг тўлиқ сақланишига эътибор қаратиш, улардан мақсадларга мувофиқ ва самарали фойдаланиш, шунингдек, уларнинг айланишини тезлаштиришни талаб қилади. Трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналар олдига қўйилган вазифаларни бажариш қуйидагиларни амалга оширишни талаб қилади:

- фан-техника тараққиёти ютуқларини кенг қўллаш;
- ишлаб чиқаришнинг барча жараёнларида илмий жиҳатдан асосланган меъёрлар тизимини яратиш;
- корхоналарни узоқ муддатли хўжалик алоқалари юритишга ўтказиш ва кооперация қилишни ривожлантириш;
- маҳсулотлар, молиявий, моддий ва куч-қувват ресурсларининг сифат балансини тузиш;
- бошқариш тизимини ташкил этишнинг ва рағбатлантиришнинг оптимал шакллари қўллаш.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарида айланма маблағларнинг айланишини тезлаштириш учун курашда ҳар бир корхона уларнинг ишлаб чиқариш ва муомалада бўлиш муддатини қисқартиришга эришиши зарур. Гап шундаки, айланма маблағларнинг муомала соҳасида секин ҳаракатланиши корхонанинг бу воситалардан ишлаб чиқаришда фойдаланишда эришган ютуқларини йўққа чиқаришдан ташқари, уларнинг умумий айланишини ҳам секинлаштириши мумкин. Шу сабабли тайёр маҳсулотни истеъмолчига етказиб беришни тезлаштириш ёки маҳсулотни реализация қилиш муддатини қисқартириш ҳам айланма маблағларнинг айланишини тезлаштиришнинг муҳим йўли ҳисобланади.

Айланма маблағларнинг айланишини тезлаштириш самараси, улардан фойдаланишни яхшилаш туфайли камроқ истеъмол қилиниши ёки қисман озод қилинишида акс этади. Айланма маблағлар мутлақ ёки нисбий озод қилиниши мумкин.

Мутлақ озод қилиш корхонанинг айланма маблағларга бўлган эҳтиёжини камайтиришни тавсифлайди ҳамда мавжуд ресурслардан рационал

фойдаланишга оид турли ташкилий-техник чора-тадбирлар ҳисобига амалга оширилади.

Иқтисодий инкироз шароитида ишлаб чиқаришларнинг аҳволи оғирлашади. Шу сабабдан, бундай шароитда ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга юқори даражада талаб қўйилади. Самарадорлик корхонанинг мустаҳкамлигини ва қобилиятли эканлигини кўрсатади. Ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш учун биринчи навбатда корхонадаги хом ашё, моддий ресурслар ва мавжуд технологиядан фойдаланиш самарадорлигини ошириш талаб этилади. Ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишнинг муҳим омилларидан бири – фан-техника тараққиётидир. Фан-техника тараққиётини амалга ошириш қуйидаги йўллар билан амалга оширилади:

- ишлаб чиқаришни ва меҳнатни механизациялаштириш, комплекс механизациялаштириш ва автоматлаштириш;
- асосий технологик жараёнларни роботлаштириш;
- ишлаб чиқаришда меҳнат ва ресурслар сарфини камайтирувчи технологияларни кенг миқёсда қўллаш;
- хом ашё ва материалларнинг янги, тежамли турларини топиш ва ишлаб чиқаришда қўллаш.

Бу ишларни амалга ошириш учун ҳозирги даврда фан-техника тараққиётининг энг муҳим ҳисобланган йўналишларини аниқлаш, бу йўналишда ишларни амалга ошириш учун зарур бўлган маблағларни қидириб топиш ва илмий ишлар билан шуқуullanувчи ташкилотлар билан алоқани йўлга қўйган ҳолда тадқиқотни амалга ошириш ва ундан ишлаб чиқаришда фойдаланиш лозим бўлади.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналаридаги хом ашё ва бошқа ресурслардан самарали фойдаланишнинг яна бир муҳим йўналиши – мавжуд ишлаб чиқариш салоҳиятидан унумли фойдаланиш йўналишидир. Бу йўналишда тежамкорлик тартибига риоя қилиш лозим.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналаридаги хом ашё ва бошқа ресурслардан самарали фойдаланишнинг яна бир муҳим йўналиши – ишлаб

чиқаришни интенсивлаштиришдир. Интенсивлаштираш янги, замонавий дастгохларни ишлаб чиқаришда жорий этиш орқали, илғор технологияни топиш ва ишлаб чиқаришда қўллаш, ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг илғор ва замонавий усуллари қўллаш орқали, ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ва хизматларнинг сифатини ошириш ва миқдорини кўпайтириш ва жаҳон андозаларига чиқиш, ишлаб чиқариш структурасини такомиллаштириш ва шу сингари ишларни амалга оширилиши орқали кечади.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналаридаги хом ашё ва бошқа ресурслардан самарали равишда фойдаланиш йўналишида инвестициялар ва улардан самарали фойдаланиш ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакат иқтисодиётининг ривожланишига турли соҳалар ва тармоқлар каби тўқимачилик ва трикотаж ишлаб чиқариш корхоналари катта ҳисса қўшиб келган. Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши унинг бугунги кунда иқтисодиётдаги ўрни ва ролига нисбатан камроқни ташкил қилади. Бу соҳа мамлакатимиз иқтисодиётида ва истеъмол товарлари бозорида юқори даражага эга бўлиши талаб қилинади.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарининг иқтисодий ривожланишининг асосий йўналишларини ишлаб чиқиш ҳозирги вақтнинг долзарб масалаларидан ҳисобланади. Иқтисодий ривожланишнинг муҳим йўналишлари сифатида қуйидагиларни белгиладик.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарининг иқтисодий ривожланиши учун улардаги ишлаб чиқариш жараёнларидан самарали фойдаланиш лозим. Шу билан биргаликда ишлаб чиқариш жараёнларини тўғри ва оқилона ташкил этишга алоҳида эътибор бериш керак. Ишлаб чиқариш жараёнларини такомиллаштиришда турли маблағлар қатори инвестициялар ҳам муҳим ўрин тутади. Инвестициялардан фойдаланиш ва улар самарадорлигини ошириш масалалари ҳамма вақт ҳам Президентимиз И.А.Каримов томонидан асосий вазифалар қаторида кўрсатиб ўтилди. Инвестициялардан фойдаланиш Президентимиз томонидан ҳамма вақт ҳам иқтисодиётнинг ривожланиши шароитида устувор йўналишлар сифатида қабул қилинади.

Иқтисодий ислохотларни амалга ошириш натижасида республика иқтисодиёти кун сайин ривожланиб бормоқда. Ривожланган мамлакатлар амалиётини таҳлил қилиш натижалари шуни кўрсатадики, иқтисодиётга инвестицияни жалб қилмай туриб, иқтисодиётни етарлича ривожлантириб бўлмайди. Ана шуни эътиборга олиб ҳукуматимиз мамлакатда инвестицион муҳитни ривожлантиришга шароит яратиш ва унинг ишлашини тезлаштиришга, рағбатлантириш мақсадида бир қатор қоидалар ишлаб чиқиб, уларни ҳаётга тадбиқ қилди.

Республика Президенти И.А.Каримов ўзининг «Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида» китобида таъкидлаб ўтганидек, иқтисодиётни тузилмавий қайта қуришни амалга ошириш фаол инвестиция сиёсатини ўтказиш билан узвий боғлангандир.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарида фаолият самарадорлигини ошириш учун, улардаги ишлаб чиқариш жараёнларини такомиллаштириш талаб этилади. Мамлакатимизнинг трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналарининг ишлаб чиқариш-техник салоҳиятини юксалтириш, уларда сифатли маҳсулотлар яратиш, мустақил ташқи иқтисодий фаолият юритиш сингари кўплаб имкониятларни юзага чиқаради. Бугунги кунда иқтисодий ўсишни жадаллаштириш ва республикамызда мавжуд бўлган маблағ етишмовчилигини бартараф этиш учун инвестиция ҳажмини кескин кўпайтириш, инвестиция манбааларини қидириб топиш ва уларни жалб қилишни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш талаб этилади. Шу мақсадда биринчидан, инвестицион жараёни тартибга солишнинг мақбул механизмини танлаш; иккинчидан, ўз ресурсларини топиш ва капитал қўйилмаларни молиялаштириш манбааларини оқилона нисбатини аниқлаш; учинчидан, хорижий шериклар билан алоқа ўрнатиш ва улар маблағларини минтақа иқтисодиётига жалб этиш; тўртинчидан, капитал қўйилмалар самарадорлигини ошириш борасида муваффақиятларга эришиш лозим бўлади. Маълумки, инвестициялаш жараёнини жадаллаштиришда молия тизими муҳим ўрин тутди. Бу тизим замонавий бозор иқтисодиёти шароитида тадбиркорлар билан ишлашнинг асосий ва барқарор

воситаси ҳисобланади. Молиявий тизим ишлаб чиқариш ихтисослашувининг жадал суръатлар билан ривожлантиришга, молиявий активларнинг тезда пулга айланиши ва таваккалчилик хусусиятлари билан молиявий шаклдаги жамғарма миқдорини кўпайтиришга имконият яратади. Унинг ривожланиши эса инвестициялашнинг ички имкониятини кенгайтиради ва иқтисодий ўсишни таъминлайди. Молиявий тизим асослари ишлаб чиқариш субъектлари ва молиявий муассасаларнинг иқтисодий ҳуқуқий, ҳисоб юритиш ва бошқа шу каби муносабатларини тартибга солиб турувчи ҳамда уларга оғир тушмайдиган солиқ тизимларини шакллантириш орқали яратилади.

Инвестицияларни молиялаштиришда аҳоли маблағларини акциядорлик капитали бозорига жалб этиш ҳамда хусусий бизнеснинг, банк ва суғурта компаниялари ташкил этган махсус фирмаларнинг қўшма инвестициялари муҳим аҳамият касб этади. Бу манбалар иқтисодиётнинг мунтазам ривожланиб бориши ҳамда инвестициялашда маблағлардан тўғри фойдаланиш имконини беради.

Шунингдек инвестициялашни жадаллаштиришнинг ўзига хос хусусиятларига эга бўлган инвестиция манбалари ичида четдан жалб этилган маблағлар, жумладан, кредитлар, айниқса, чет эл кредитлари муҳим ўрин тутаяди.

Кейинги вақтларда турли фондлар кўпайиб бормоқда. Шу муносабат билан ҳамда мамлакатимизда трикотаж ишлаб чиқаришнинг аҳамияти катта эканлигини ҳисобга олиб трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарини ривожлантириш ва молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш мақсадида «Трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарини молиявий қўллаб-қувватлаш фонди» ни ташкил этиш мақсадга мувофиқдир. Мазкур фонд маблағларининг манбалари эса Марказий банкнинг бўш турган маблағлари ва давлат бюджети ажратмалари бўлиши мумкин. Фонднинг асосий вазифаси тармоқ корхоналарини узоқ муддатли имтиёзли кредитлар билан таъминлашдан иборат бўлиши лозим. Айниқса, экспортга йўналтирилган ишлаб чиқаришни рағбатлантириш мақсадида уларга бериладиган кредитларнинг имтиёзи нисбатан юқорироқ бўлиши зарур. Бундай кредитлар трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарига

ишлаб чиқаришни кенгайтириш, технологик асбоб-ускуналарни ишлаб чиқаришга кенг жорий этиш, айланма маблағларни тўлдириш ва шу каби мақсадлар учун берилади.

Бериладиган кредитлар фоиз ставкасининг корхоналар иш фаолияти йўналишига қараб табақаланиши тармоқдаги корхоналарни ўз ишлаб чиқариш жараёнини такомиллаштиришга, экспортбоп маҳсулотлар тайёрлашни йўлга қўйишга ундайди.

Маълумки, корхона ва ташкилотларни кредитлаш кўп жихатдан кредитлаш объектига, берилаётган қарзнинг турига (қисқа, ўрта, узоқ муддатли), қарз олувчининг уни қайтара олиши қобилиятига, хатар ва қарз олувчининг даражасига боғлиқ. Бундан ташқари кредитлашни ташкил этиш усулларига муайян иқтисодий шароитлар, кредит муассасасининг жамият тараққиётининг маълум босқичида ўз олдига қўйган мақсад ва вазифалари каби омиллар таъсир этади.

Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналарига инвестициялар жалб этишни фаоллаштиришни жаҳон талабларига мувофиқ келадиган ва миллий хусусиятларни ўзида мужассам этган инвестицион дастурлар ва лойиҳалар ишлаб чиқариш орқали амалга ошириш муҳим аҳамият касб этади. Бунинг учун қуйидаги қўшимча чора тадбирларни амалга ошириш зарур:

- бу корхоналарга хорижий инвестицияларни жалб этишнинг умумийлашган аниқ дастурини ишлаб чиқиш;

- трикотаж ишлаб чиқариши хусусияти ва иқтисодиёт ривожига қараб эркин иқтисодий зоналар ташкил этиш орқали чет эл инвестициясини жалб қилинишини рағбатлантириш;

- трикотаж ишлаб чиқаришида алоқа, телекоммуникацияни ривожлантириш орқали инвесторларнинг эркин ва тўлиқ ахборотлар олишини таъминлаш; лизинг, суғурта ва инвестицион фаолият тўғрисидаги маълумотларни таҳлил қилувчи ва оммавийлаштирувчи, юридик шахсларга маслаҳат берувчи консалтинг фирмалари фаолиятини кенгайтириш;

- инвестицияларни жалб қилиб, ишлаб чиқаришни ривожлантиришга эришган корхоналар раҳбарлари ва мансабдор шахсларни рағбатлантириш;
- хорижий инвесторларни топиб берувчи ва ички ишлаб чиқарувчилар билан мулоқотни амалга оширувчи дилер фирмалар очиш;
- инновацияга инвестицияларни рағбатлантириш механизмини ишлаб чиқиш.

Агар инвестициялар ҳажмини юқоридагидек микдорга етказишдан ташқари трикотаж ишлаб чиқаришда соҳасида лизинг муносабатлари самарали йўлга қўйилиб, вилоятдаги трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарини жаҳон андозаларига мос бўлган, рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш имкониятига эга бўлган техника-технология билан таъминланса, тармоқ миқёсидаги маркетинг хизматини шакллантириш орқали корхоналарнинг ички ва ташқи бозорлар тўғрисидаги ахборотлар билан таъминланиши ва мазкур бозорларга хос бўлган, сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқариш имконияти яратилса ва буларнинг эвазига трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ўртача йиллик ўсиш суръатига суръат қўшишга эришилса, Наманган вилояти трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарида асосий маҳсулотлар турлари бўйича ишлаб чиқариш ҳажмини янада ошириш имконияти юзага келади.

Трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқариш корхоналарини ривожлантириш бўйича олиб борилган тадқиқотнинг амалиётга жорий қилиниши нафақат Наманган вилоят аҳолисининг тармоқ маҳсулотларига бўлган эҳтиёжлари қондирилишига, балки республикамизнинг иқтисодий салоҳиятини юксалишига хизмат қилади.

3.2. Вилоятда ишлаб чиқарилаётган трикотаж маҳсулотлари рақобатбардошлигини ошириш истиқболлари.

Ўзбекистон Республикасиинг “Рақобат” тўғрисидаги қонунида “**рақобат** — хўжалик юритувчи субъектларнинг (рақобатчиларнинг) мусобақалашуви бўлиб, бунда уларнинг мустақил ҳаракатлари улардан ҳар бирининг товар ёки молия

бозоридаги товар муомаласининг умумий шарт-шароитларига бир томонлама тартибда таъсир кўрсатиш имкониятини истисно этади ёки чеклайди”¹⁰ дейилган.

**Наманган вилоятининг келгуси 2015-2020-йилларда трикотаж
маҳсулотлари ишлаб чиқарилиши кутилаётган иқтисодий лойихалар
тўғрисида маълумот.**

3.2.1-жадвал.

№	Лойиха ташаб- бускор- лари номи	Маҳ- сулот номи	Ўлчов бир- лиги	Ишлаб чиқариш куввати		Ишга туши- риш мудда- ти	Молиявий манбаалари	Ўзини қоп- лаш муд- дати	Иш ўрни- ни таш- кил этиш
				на- тура	Қиймати млн. сўм				
1	“Нор текстил ” х/к.	Пай- поқ маҳ- сулот- лари	Минг жуфт	60	1500	2017-й. II- кварта л	Ўз маблағи, тижорат бан- ки кредити, чет эл инвестицияси	2 йил	20
2	“Файз нон” МЧЖ	Три- котаж маҳ- сулот- лари	Минг дона	25	1750	2019-й. II- кварта л	Ўз маблағи, тижорат бан- ки кредити, чет эл инвестицияси	2 йил	10

Манбаа: Вилоят Иқтисодиёт Бош бошқармаси маълумоти асосида таёрланди.

Вилоят бўйича 2015-2020-йилларда жами 24 та лойихадан атиги 2 таси трикотаж ишлаб чиқаришга мўлжалланган. Жами лойиҳанинг қиймати 132210,0 млн.сўм бўлиб, шундан трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришга 3250,0 млн.сўм маблағ ажратиш режалаштирилган. Бу жами лойиҳанинг 2,5%ини ташкил этади.

Ички бозорни рақобатбардош товарлар билан тўлдириш вилоятда фаолият кўрсатаётган корхоналарнинг маркетинг стратегияларини мазмун ва моҳиятидан келиб чиқади. Корхона рақобатбардош деб - унинг бозорда ўз товарга ўхшаш товарларга нисбатан кўпроқ улушга эга бўлгандагина айтиш мумкин. Наманган вилоятида тайёр кийимлар ишлаб чиқарилаётган корхоналар маҳсулотлари

¹⁰Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида”ги қонуни. 2012 йил .www.lex.uz

рақобатбардошлигини баҳолаш орқали уни янада оширишга қаратилган маркетинг стратегияларини кўриб чиқамиз.

Корхона бозоридаги ўз улушини оширишининг асосий омиллари қўйидагилар: товарларни стандартлар тизимига мувофиқ келиши, товарлар ассортиментини чуқурлиги ва кенгайтириши, товарлар рекламасининг самарадорлиги, товарларни сотиш географиясини кенгайтириш, товарлар нархининг рақобатдош товарларникига нисбатан мувофиқлик кўрсаткичлари.

Бугунги кунда корхоналар рақобатбардошлигини ифодаловчи аниқ ишлаб чиқилган моделлар турли – туман бўлиб уларнинг асосийлар қўйидагилардан иборат.

Корхоналар рақобатдошлигини баҳолашнинг ҳозирда кенг қўлланилаётган қўйидаги усуллари мавжуд: - матрица усули; - товарнинг рақобатдошлик назариясига асосланган усул; - самарали рақобат назариясига асосланган усул.

Корхона рақобатдошлигига тўлақонли баҳо беришга имкон берадиган усул, самарали рақобат назариясига асосланган усул бўлиб, унга кўра маҳсулот ишлаб чиқариш, сотиш ва молиявий бошқарув тизими яхши ташкил қилинган корхонанинг рақобатдошлик даражаси юқори ҳисобланади. Ушбу усул экспертларнинг босқичма-босқич таққослаш усули ёрдамида аниқланган рақобатдошликнинг тўрт гуруҳ кўрсаткичлари ёки мезонлари (корхонанинг ишлаб чиқариш фаолиятини белгиловчи самарадорлик, корхонанинг молиявий аҳволини белгиловчи самарадорлик, товарни сотиш ва бозорда илгари суришни ташкил қилиш самарадорлиги ва товарнинг рақобатдошлиги)га асосланади.

Корхонанинг рақобатдошлик коэффициенти. (K_{kn}):

$$K_{kn} = 0,15 \times \Delta_n + 0,29 \times \Phi_n + 0,23 \times \Delta_c + 0,33 \times K_r, (1)$$

формула орқали аниқланади.

Бу ерда:

K_{kn} - корхонанинг рақобатдошлик коэффициенти;

Δ_n – корхонанинг ишлаб чиқариш фаолиятини белгиловчи самарадорлик мезони;

Φ_n – корхонанинг молиявий аҳволини белгиловчи самарадорлик мезони;

Эс – товарни сотиш ва бозорда илгари суришни ташкил қилишнинг самарадорлик мезони;

К_т – товарнинг рақобатдошлик мезонлари;

0,15, 0,29, 0,23, 0,33 - мезонларнинг салмоқ коэффицентлари. Салмоқ коэффицентларнинг миқдори экспертлар томонидан белгиланган¹¹.

Вилоят тайёр кийимлар бозорининг ривожлантириш истиқболлари вилоятда ишлаб чиқарилаётган тайёр кийимларнинг рақобатбардошлигига бевосита боғлиқ. Биз юқоридаги бобларда корхоналарнинг рақобатбардошлик мезонларини ва вилоятда ишлаб чиқарилаётган тайёр кийимларнинг рақобатбардошлигини таҳлил қилдик ва уларда бир қатор муаммолар мавжудлиги тасдиқланди.

Трикотаж ишлаб чиқарувчи корхоналар рақобатбардошлигини оширишда таҳлиллардан келиб чиқиб, қўйидаги амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

Биринчидан, ички бозорни эгалашда маҳсулотни сотишни диверсификациялаш муҳим ўрин тутди, бу эса сотиш каналларини, географиясини янада кенгайтириш демакдир. Диверсификация- корхоналар ишлаб чиқариш маҳсулотлари турларининг кўпайиши ва фаолиятининг кенгайиши билан боғлиқ капитал концентрациялашувининг шакли. Бугунги кунда қорхоналаримизда юқори даражада диверсификациялаш муҳим масала ҳисобланади.

Ишлаб чиқаришни диверсификациялаш кўпинча маҳсулот ва хизматлар сифати такомиллаштирилишига олиб келади. Чунки, ишлаб чиқарувчи маҳсулотнинг янги турларини ўзлаштириш билан бир қаторда уларнинг истеъмол хусусиятларини яхшилашга интилиши пировардида сифат даражаси ўсишини таъминлайди. Бу эса мазкур маҳсулот ва хизматлар сотиш ҳажми кўпайиши билан бирга уларни сотиш бозорлари кенгайишига ҳам таъсир кўрсатади.

¹¹М.Р.Болтабаев. Тўқимачилик саноати корхоналарининг рақобатдошлигини баҳолаш услубини такомиллаштириш. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 1, сентябрь, 2011 йил.
http://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/41_M.R.Boltaboyev..pdf

Иккинчидан, бугунги кунда вилоятимиз тайёр кийимлар бозорини ривожлантириш бевосита янги дизайндаги махсулотлар ишлаб чиқаришни кўпайтиришга эришиш, юқори малакали мутахассисларни тайёрлаш ва улар билан маркетингларни ҳамкорлик алоқаларини йўлга қўйиш муҳим масала ҳисобланмоқда. Шунинг учун ҳар тайёр кийимлар ишлаб чиқарувчи корхоналарни рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омили сифатида кадрлар масаласини қўйиш турибди. Таҳлиллардан маълумки бугунги кунда енгил саноат корхоналаримиз 600 дан ортиқ. Бу эса ҳар бир корхона учун қўшимча юқори малакали маркетинглар, дизайнерлар, конструктор ва инженерларга бўлган талабни йилдан йилга оширмоқда. Наманган вилоятида бундай мутахассисларни тайёрлашнинг юқори даражадаги сифат босқичига ўтиш лозим деб ҳисоблаймиз.

Учинчидан, ҳар бир корхона олдида яна бир энг асосий масала халқаро сифатни бошқариш тизимига ўтиш ҳисобланади. Бу эса жаҳон стандартлари асосида махсулот ишлаб чиқариш ва уни экспорт салоҳиятини янада ошириш микониятларини очиқ беради.

Трикотаж ишлаб чиқарувчи корхоналарда ISO “Сифат менежменти” тизимини жорий қилишдир.

Сифат менежмент тизимини жорий қилиш, бундан ташқари, корхонада бошқарув малакаси, ишлаб чиқариш маданияти, технологик интизомни яхшилайти; ресурслардан унумли фойдаланишни таъминлайди; корхона фаолиятини такомиллаштириб, махсулот сифати яхшиланишига олиб келади; иқтисодий кўрсаткичлар кўтарилади; соғлом иш муҳити шаклланади; мутахассислар яқдиллиги ва изланувчанлиги таъминланади.

Ҳар бир ишлаб чиқариш корхонаси ишлаб чиқарилаётган махсулотларнинг рақобатбардошлилигини ошириш йўлида тинимсиз ҳаракат қилиши ва бу соҳада тадбирлар тузиб, уларни амалга оширишга ҳаракат қилиши талаб этилади. Трикотаж махсулотларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналар ишлаб чиқарилаётган махсулотлар ва хизматларнинг рақобатбардошлилик даражасини ошириш учун қуйидаги тадбирларни амалга ошириш тавсия этилади:

1. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқараётган рақобатчи ташкилотлар билан мавқеингиз бир хил бўлган тақдирда арзимас даражада кичик бўлса ҳам бирон-бир янгилик яратишга ҳаракат қилиш ва эришиш. Корхона ишлаб чиқараётган маҳсулотлар ва хизматлар рақобатдошлар маҳсулоти ёки хизматларидан бир оз фарқ қилади, бир оз сифатлироқ ёки бир оз чиройлироқ бўлиши истеъмолчини диққатини ўзига жалб қилади.

2. Бозорда таклиф мавжуд бўлган ва танқисроқ бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқариб ёки хизматларни кўрсатиб, уларнинг нархларини бир оз пасайтириш (жуда қисқа муддатга бўлса ҳам) истеъмолчиларни жалб қилади, корхонанинг рейтингини ошириши мумкин ва рақобат курашида енгиб чиқишига шароит яратади.

3. Трикотаж ишлаб чиқариш корхонасидаги ишлаб чиқариш, хўжалик ва маҳсулот сотуви бўйича ташкил қилинаётган барча ишларда тижорат сирларини сақлай билиш. Олиб борилаётган фаолиятни ва унинг нозик жойларини махфий ушлаб туриш рақибларга корхона тўғрисида маълумотларни билиш қийинлигини билдиради.

4. Ишлаб чиқариш ва тижорат ишларида юқори малакага эга бўлган ходимларни ишга жалб қилиш, уларнинг самарали фаолиятини ҳар томонлама рағбатлантириб туриш, улар учун самарали ишлаш учун зарур бўлган шарт-шароитларни яратиб бериш. Ходимлар меҳнатини рағбатлантиришни йўлга қўйиш. Ушбу тадбир юқори сифатли ва рақобатбардошли маҳсулот ишлаб чиқаришда асосий омиллардан саналади.

5. Корхонада асосий эътиборни маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмига эмас, балки маҳсулот ва хизматларни сотиш ҳажмини оширишга қаратиш лозим. Маҳсулот сотуви ҳажмининг ортиши хўжалик фаолиятининг энг муҳим кўрсаткичи ҳисобланади, самарадорликнинг асосий мезони бўлиб хизмат қилади.

6. Ҳар бир ишлаб чиқариш корхонасининг ўзининг афзаллик томонлари бўлади. Корхонадаги раҳбарият ва ходимлар ана шу афзаллик томонни яхши билишлари ва сақлаб қолишга ҳаракат қилишлари лозим. Корхонанин

рақобатдошлардан ажратиб турадиган хусусиятларини юзага келтириш ва ундан самарали тарзда фойдаланиш керак.

7. Ишлаб чиқариш корхонасининг ва унинг маҳсулотлари ёки хизматларининг рақобатбардошлилик даражасини муттасил равишда ошириб боришга ҳаракат қилиш. Тинимсиз равишда изланишлар олиб бориш. Янгиликлар киритиб бориш, ишлаб турган техника ва технологияни самарали ва кам чиқиндили технология билан алмаштиришга ҳаракат қилиш, дастгоҳларга иш унумдорлигини оширишга олиб боровчи ва маҳсулот сифатини яхшилашга сабаб бўлувчи ўзгартиришларни киритиш.

8. Фойдаланиладиган хом ашё ва ёрдамчи материалларнинг сифтли бўлишига эътибор бериш. Сифатли бўлиши билан бир қаторда арзонроқ бўлган хом ашё турларини қидириб топиш. Арзонроқ нархларда бўлган хом ашё ва ёрдамчи материаллар ишлаб чиқариладиган маҳсулотларнинг сифатига ва пишиқлигига салбий таъсир кўрсатмаслиги керак. Акс ҳолда рақобатда ютқазиб қўйиш мумкин.

9. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотларни жўнатиш муддатларини қисқартириш, бажариладиган хизматлар тезлигини ошириш, тузилган шартномаларни ўз вақтида бажарилишини таъминлаш ҳам рақобат курашида енгиб чиқиш учун катта аҳамиятга эга бўлади.

10. Корхона ўзи фаолият кўрсатиб келаётган ҳудуд ва унинг аҳолисини учун ижтимоий масъул эканлигини унутмаслик керак. Корхона жойлашган ҳудуднинг ривожланиши, ундаги аҳолининг соғлиги ва билими тўғрисида қайғуриши лозим ва бу катта аҳамиятга эга. Бу йўналишда маблағларни сарфлаш кейинчалик корхонага катта самара келтиради.

Маҳсулотлар ва хизматларнинг рақобатбардошлилик даражасини ошириш учун мавжуд ишлаб чиқариш салоҳиятидан унумли фойдаланиш жуда зарурдир. Чунки бозор иқтисодиёти шароитида рақобат кураши ҳаракатсизликни ва сабабсиз йўналишларни кечирмайди. Ўз имкониятидаги иқтисодий салоҳиятдан етарли даражада фойдаланмайдиган корхона истиқболга эга бўлмайди ҳамда банкротга учраши учун ўзи асос яратади. Шу сабабдан барча турдаги иқтисодий

ресурслардан самарали фойдаланиш ва ишлаб чиқаришнинг барча бўлимларида ва бўғинларида тежамкорликка риоя қилиш ҳар бир корхона фаолиятининг муваффақият қозонишининг гарови ҳисобланади.

Рақобатбардошли маҳсулотларни ишлаб чиқариш учун ҳамда маҳсулот сотувининг ҳажмини орттириш учун ҳар қандай корхона ва ташкилотга ахборотлар тўплами зарур бўлади. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналарида эса ахборотлар билан ишлайдиган бўлим мавжуд эмас. Шу сабабли, уларда маркетинг фаолиятида ҳам, маҳсулотларни сотилиши ҳажмида ҳам, олинадиган соф фойда миқдорида ҳам камчиликлар бор. Корхонада бундай бўлимни очилиши, барча соҳалардаги фаолиятга ижобий таъсир кўрсатади. Бозор ва ундаги харидорлар тўғрисида тобора кўпайиб бораётган ахборотни йиғиш, компьютерлар ёрдамида уларни қайта ишлаб чиқиш, таҳлил қилиш кўпгина корхоналар ва ташкилотлар фаолиятида муайян қийинчиликлар туғдиради. Бу ишларни бажариш учун корхонадан ташқаридан махсус мутахассисларни жалб қилиш ёки корхона структурасида тегишли бўлинма очиш муаммоси юзага келади. Бу ўринда наинки кундалик дастурларни, балки келажакка мўнжалланган дастурларни бажаришга алоқадор сарф-харажатларни ҳам назарда тутиш зарур бўлади.

Трикотаж ишлаб чиқариш корхонасида ишлаб чиқариладиган маҳсулотларнинг ҳажмини орттириш учун корхона қатнашадиган бозорларни янада чуқурроқ таҳлил қилиш лозим. Бозорларни таҳлил қилишда, улардаги ҳолатни ва келажакдаги ривожланиши йўналишларини олдиндан белгилай олишга катта аҳамият қаратиш керак бўлади. Бозорларнинг ривожланишини олдиндан айтиб бериш катта аҳамият касб этади.

Ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш учун авваламбор, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг рақобатбардошлилигини ошириш талаб этилади. Бу вазифа, яъни маҳсулотлар ва хизматлар рақобатбардошлилигини ошириш жуда ҳам мураккаб жараён бўлиб, унинг барча иқтисодий субъектлар учун тўғри келадиган ягона йўли мавжуд эмас. Ҳар бир корхона ва ташкилотлар

ўз салоҳияти ва имкониятлари ҳамда юзага келган иқтисодий шарт-шартларидан келиб чиққан ҳолда ҳаракат қилади,

Ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг рақобатбардошлилигини ошириш ишлаб чиқариш корхонасида барча иқтисодий ресурслардан самарали фойдаланишни назарда тутди. Самарали фаолият учун маҳсулот сифатини яхшилаш, меҳнат умумдорлигини ошириш, фондлар сиғимини камайтириб, фондлар самарадорлигини ошириш ва бошқа иқтисодий кўрсаткичларни оптималлаш, корхонадаги ишлаб чиқариш ва иқтисодий фаолиятини, режалаштириш ва ташкил этиш жараёнини такомиллаштириш талаб этилади. Бироқ барча ҳолларда ҳам ишлаб чиқариш самарадорлигининг асосида корхона фойдасини максималлаштириш ва ишлаб чиқариш харажатларини имкони борича камайтириш ётади.

Ишлаб чиқариш корхоналаридаги ишлаб чиқариш самарадорлигини орттириш механизмининг яна бир воситаси ишлаб чиқаришни интенсивлаштиришдир. Шу билан биргаликда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг тури ва сифатини ошириш ҳамда жаҳон андозалари даражасига етказиш, корхонанинг ишлаб чиқариш тузилмасини яхшилаш сингари омиллар ҳам маҳсулотларнинг рақобатбардошлилигини ошириш механизмининг воситаларидандир. Бу ишларни амалга ошириш учун ишлаб чиқариш жараёнида замонавий дастгоҳ ва асбоб-ускуналар, замонвий технологиялар, ишлаб чиқариш ва меҳнатни ташкил қилишнинг илғор усулларида фойдаланиш лозимдир.

3.3. Вилоятда трикотаж маҳсулотлари савдосини такомиллаштариш йўналишлари.

Ҳозирги пайтда тайёр кийимлар ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг эътибори кўпроқ маҳсулотни сотиш имкониятларини таҳлил қилишга қаратмоқдалар. Бундай имкониятларни кенгайтириш маҳсулот сифатини

яхшилаш ва унинг таннархини пасайтириш учун барча имкониятлар аниқланишини заруриятга айланмоқда.

Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш ҳақиқатан ҳам бугунги вазиятда энг долзарб вазифалардандир. Ишлаб чиқариш самарадорлигини орттириш орқали мамлакат аҳолисининг катта қисмини иш билан таъминланади, бозорларни халқ эҳтиёжи маҳсулотлари билан таъминлаш амалга оширилади, ишлаб чиқариш харажатларининг қисқариши ҳисобига маҳсулот таннархи ва унинг натижасида маҳсулотлар нархи пасайиши ва бунинг оқибатида аҳоли турмуш даражаси ортиб, фаровонлиги юксалади.

Ишлаб чиқаришни юқори даражада ривожланиши ички бозорларга юқори сифатли тайёр кийимларининг таклифи салмоғининг ошиб боришига ва экспорт имкониятларини кенгайтишига кенг йўл очмоқда.

3.3.1-жадвал

Наманган вилоятида тайёр кийимлар чакана савдоси ТАХЛИЛИ

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил	2011 йил	2012 йил	2012 йилда 2010 йилга нисбатан ўсиши
Кийим ва чойшаблар	млн сўм	5624,9	15059,3	20239,7	3,5 марта
Аҳоли жон бошига	Сўм	2587,0	6328,8	8398,2	
Устки трикотажлар	млн сўм	1892,9	5724,7	8340,8	4,4 марта
Аҳоли жон бошига	Сўм	870,6	2405,8	3460,9	
Ички трикотажлар	млн сўм	1178,9	3192,6	4774,7	4 марта
Аҳоли жон бошига	Сўм	542,2	1341,7	1981,2	
Чулки- пайпоқлар	Минг жуфт	1946,9	2730,7	2456,2	126,1
	млн сўм	1102,2	4358,5	4909,3	
Аҳоли жон бошига	Жуфт	0,9	1147,6	1019,2	
	Сўм	506,9	1831,7	2037,1	

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

Наманган вилоятида 2008 йилга нисбатан 2012 йилда кийим ва чойшабларнинг чакана савдо айланмаси 3,5 марта, устки трикотажлар 4,4 марта, ички трикотажлар 4 мартага ва чулки-пайпоқ товарлари ҳариди эса 126 %га

ўсган. Аҳоли жон бошига ҳисоблаганда кийим ва чойшабларга талаблар 2008 йилда 2587,0 сўмни ташкил этган бўлса, 2011 йилда 6328,8 сўмни, 2012 йилда эса 8398,2 сўмни ташкил этган. Шунингдек, устки трикотажлар чакана савдоси ҳам мос равишда аҳоли жон бошига 2008 йилда 870,6 сўмни, 2011 йилда 2405,8 сўмни, 2012 йилда 3460,9 сўмни ташкил этган. Таҳлил қилинаётган йиллар давомида ички трикотажлар чакана савдосининг ўсиши юқори бўлган, у ҳам мос равишда аҳоли жон бошига 2008 йилда 542,2 сўмни, 2011 йилда 1341,7 сўмни, 2012 йилда 1981,2 сўмни ташкил этган. (3.3.1-жадвал).

Наманган вилояти дунёнинг 74 та мамлакатига саноат маҳсулотлари экспорт қилмоқда. Енгил саноат маҳсулотлари ташқи савдосини таҳлилида эса 2005 йилда салбий салдо кузатилган бўлса, 2008-2012 йилларда ижобий салдо кузатилган. Бу эса асосан тайёр кийимлар ишлаб чиқарувчи корхоналар ҳиссасига тўғри келмоқда. (3.3.2-жадвал)

3.3.2-жадвал

Наманган вилоятида енгил саноат товарлари ташқи савдоси таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2005 й	2008 й	2009 й	2010 й	2011 й
Енгил саноат товарлари экспорти	Минг АҚШ доллори	290,5	1599,4	1169,9	4900,2	6903,4
Енгил саноат товарлари импорти	Минг АҚШ доллори	1317,7	1303,5	236	690,3	343,1

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди

Экспортнинг асосий қисми вилоятда тайёр кийимлар ишлаб чиқарувчи қўйидаги корхоналарга тўғри келмоқда: “Истиклол”, “Замин Люкс Текстиль”, “Текстиль Либос”, “Ифтихор кийим саноат”, “Фахр Текстил Савдо”, «Наманган кийим саноати», “Дилрабо СДА” ва бошқалар.

Тайёр кийимларни истеъмол қилиш жараёни таҳлили учун статистик қайишқоқлик коэффицентини оилалар бюджети орқали ҳисоблаш катта аҳамиятга эга. Тайёр кийимларга бўлган талабнинг қайишқоқлик динамик

коэффициентлари даромад ва талаб маълумотларининг вақт кўрсаткичлари бўйича ўзгаришини ҳисоблайди. Уларни ҳисоблаш техникаси статистик коэффициентларни ҳисоблашдан фарқ қилмайди. Қайишқоқликнинг динамик кўрсаткичлари ҳисоби ҳар бир жон бошига бўлган даромадни аниқ маълумотлари етишмаслигидан қисман қийинчиликларга олиб келади. Шунинг учун ҳам қайишқоқликнинг динамик коэффициентларини ҳисоблаш амалиётида даромадларга қараб эмас, товар сотилишининг умумий ҳажмига қараб ҳисобланади.

Талабнинг динамик қайишқоқлик коэффициенти даромадга қараб ҳам, товар сотилишининг умумий ҳажмига қараб ҳам йилдан-йилга ҳисобланиши мумкин. Масалан, вилоят бўйича чакана товар сотилишининг умумий ҳажми ва тайёр кийимлар сотилиши аҳоли жон бошига аниқ бўлганда, қайишқоқлик динамик коэффициенти йилдан-йилга ҳисобланганда улар қўйидагича: (3.3.3-жадвал)

2010 йил - 1,11; 2011 йил - 2,32; 2012 йил - 0,94; йилгача юқоридаги вилоят бўйича аҳоли жон бошига товар сотилиши ҳажми 69% га ўсган, тайёр кийимлар бўйича товар сотилиши эса 111% га ўсган. Демак, чакана товар сотилиши умумий ҳажмининг ўсишини ҳар бир фоизига тайёр кийимлар сотиш ҳажмини ўсиши 1,6% га тўғри келади ёки бу товар бўйича ўртача қайишқоқлик коэффициенти 1,6 га тенг. Қайишқоқликнинг динамик коэффициентлари талабнинг истиқболини аниқлашда статистик коэффициентларга қараганда анчагина аниқ ва фойдаланишга яроқлидир. Агар қайишқоқликнинг динамик коэффициентлари истиқболини белгилашдан олдинги даврга нисбатан ўзгармас ва камайиш ёки ўсишда айтарли юқори фарқ қилмаса у ҳолда охириги 2-3 йиллик натижаларининг ўртача коэффициенти асосида талабнинг истиқболини белгилаш мумкин.

3.3.3- жадвал

Тайёр кийимлар бўйича талабнинг динамик қайишқоқлигини ҳисоблаш

Йиллар	Уртача аҳоли жон бошига чакана товар айланмаси (минг сўм)		Ўтган йилга нисбатан ўсиш %		Талабнинг динамик қайишқоқлиги
	Ҳамма	Тайёр	Ҳамма	Тайёр	

	товарлар	кийимлар	товарлар	кийимлар	
2010	559287, 5	7506,7	18	20	$\frac{20}{18} = 1.11$ -
2011	699483, 7	11908.0	25	58	$\frac{58}{25} = 2.32$
2012	947151, 3	15877,4	35	33	$\frac{33}{35} = 0,94$

Манба: Жадвал талаба тадқиқотлари натижасида тайёланди

Агарда қайишқоқликнинг динамик коэффицентлари йилдан-йилга ўсиб борса ёки камайса, келгуси давр учун уни вақт экстрополяцияси усулида ҳисоблаш мақсадга мувофиқдир. Шунга мувофиқ ҳолда талабни экстрополяция усулида ҳисоблаб қўйидаги 3.2.4-жадвални тузимиз. Бунда аҳолини кўпайишини ҳисобга олиб барча динамик қаторларни экстрополяция қилиш натижасида Наманган вилоятининг 2016 йилдаги талаб ҳажми келиб чиқади. Таҳлиллардан кўришимиз мумкинки Наманган вилоятида тайёр кийимларга бўлган талаб 2016 йилда 3,2 мартага ўсади.

3.3.4-жадвал

Наманган вилоятида тайёр кийимлар чакана савдосининг истиқболи

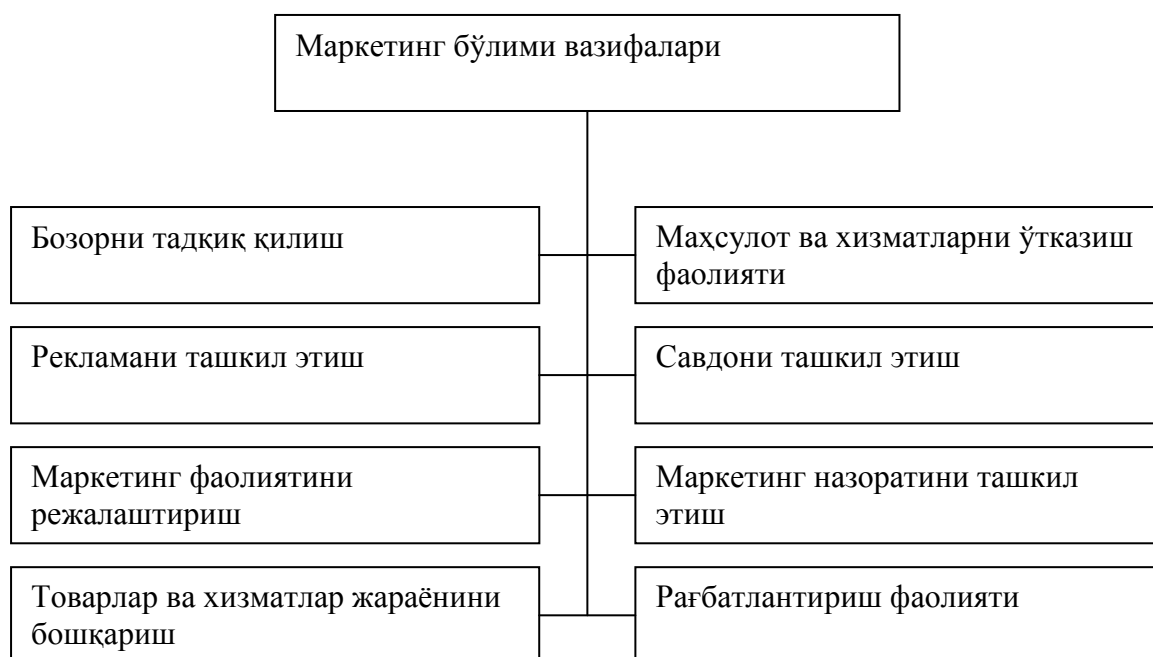
Кўрсаткичлар	Ўлчов бирли ги	2012 йил	2013* йил	2014* йил	2015* йил	2016* йил	2012/2016 йилларда тўсиш
Аҳоли сони	Минг киши	2379.5	2443.74	2509.72	2577.49	2647.08	
Аҳоли жон бошига тайёр кийимларга бўлган талаб	Сўм	15877.4	20481.84	26241.58	34083.83	43968.15	
Жами талаб	Млн. Сум	355811.4	500522.92	658590.18	878507.31	1163872.10	3.2 М

Манба: Жадвал талаба тадқиқотлари натижасида тайёрланди

Ишлаб чиқариш корхона ва ташкилотларининг асосий фаолияти кўпроқ маҳсулотни ишлаб чиқаришга эмас, балки маҳсулотлар ва хизматлар сотуви ҳажмини оширишга йўналтирилади.

Юқорида биз таҳлилни амалга оширган трикотаж ишлаб чиқариш корхонасида ҳам маркетинг бўлимини ташкил этиш ва унга қуйидаги вазифаларни юклаш биринчи даражали аҳамиятга эга ҳисобланади.

1. Бозорларни тадқиқ қилиш.
2. Рекламани ташкил этиш.
3. Маркетинг фаолиятини режалаштириш.
4. Товарлар ва хизматлар жараёнини бошқариш.
5. Маҳсулот ва хизматларни ўтказиш фаолияти.
6. Савдони ташкил этиш.
7. Маркетинг назоратини ташкил этиш.
8. Рағбатлантириш фаолияти.



9-расм. Трикотаж ишлаб чиқариш корхонасида ҳам маркетинг бўлимининг вазифалари.

Корхона ва ташкилотлардаги маркетинг бўлими ва унда фаолият юритувчи ходимлар ўз фаолиятларида режалаштириш қонун-қоидаларини самарали тарзда қўллашлари лозим. Улар корхонанинг фаолиятини, истиқболдаги ҳолатни, келажакда юз бериши мумкин бўлган вазиятларни олдиндан билишлари ва унга қарши чора-тадбирларни туза билишлари, ҳар қандай кўнгилсиз ҳолатнинг олдини ола билишлари керак. Маркетинг бўлими ташкилотнинг келажagini

олдиндан билиши ва режалаштира олиши лозим. Масалан, келажакда ҳам ашё таъминотида етишмовчилик ёки яна қандайдир муаммо бўлишини олдиндан билиб, унга тайёр бўлиб туриш, фавқуллоддаги ҳолатлар учун қўшимча йўллар, тадбирлар бўлиши керак. Янги ҳам ашё турларини топиш, янги технология билан маҳсулотларни ишлаб чиқиш, янги ҳил маҳсулотларни ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш, янги бозорларни ва янги истеъмолчиларни қидириб топиш бугунги бозор иқтисодиётига ўтиш даврида ўта муҳим вазифалардандир.

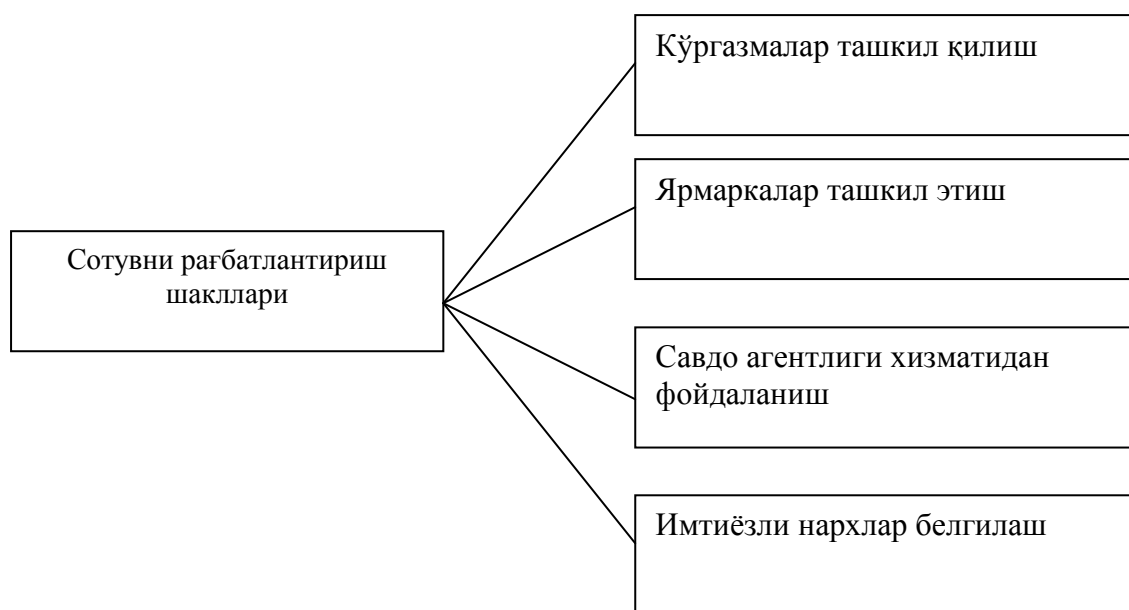
Корхоналарда ишлаб чиқариладиган маҳсулотларни сотиш ҳажми ушбу корхонанинг бозордаги мавқеига ҳам боғлиқ бўлади. Қайсики корхона бозорда катта мавқега эга бўлса, у корхона ўз маҳсулотини сотуви ҳажмини оширишга муваффақ бўлиши мумкин. Чунки, бозорда мавқега эга бўлган корхонанининг ўз имиджи бор бўлади, рейтинги нисбатан юқорироқ бўлиши мумкин. Шу сабабли, маҳсулот сотуви ҳажмини оширишнинг навбатдаги йўналиши – корхонанинг тижорат ишларидаги рақобатга алоқадор хавф-хатарни ҳисобга олиб, бозорда ўз мавқеига эга бўлишдир. Бу йўналиш корхонага катта самара келтириши мумкин.

Корхоналар ишлаб чиқараётган маҳсулотнинг сотуви ҳажмини оширишнинг муҳим йўналиши – конъюнктурага таъсир ўтказа оладиган технологик ва ташкилий сиёсатни юргизилишидир. Корхона ўз техникаси ва технологиясини мунтазам равишда такомиллаштириб боради ва бу орқали бозор конъюнктурасига таъсир кўрсатади. Корхона ўзгаларга қараганда ўз маҳсулотлари ва хизматларини арзонроққа сотишга имконияти бўлади. Бу эса кескин рақобат кураши шароитида муҳим аҳамият касб этади.

Ишлаб чиқариш корхоналаридаги маҳсулот сотуви ҳажмини орттиришга иш юзасидан музокаралар олиб бориш ва маркетинг ечимларини амалга оширишга қодир бўлган юқори малакали мутахассислар ва раҳбарларнинг бўлиши катта таъсир кўрсатади. Шу сабабли ҳам трикотаж ишлаб чиқариш корхонасидаги ишлаб чиқариш ва бошқарув ходимларининг малака оширувини ташкил этиш зарур. Юқори даража раҳбарларининг малака оширишини Тошкент шаҳрида амалга оширилса, ўрта ва қуйи даража раҳбарларининг малака оширишларини вилоятнинг ўзида ташкил этса бўлади.

Маркетинг фаолияти тактикасини белгилаб берувчи мана шу масалаларни ҳал қилиш йўллари бозор қатнашчиларининг ҳаммаси ва ҳар бири учун алоҳида-алоҳида ишлаб чиқилади. Улар аниқ бўлиши ва барча қатнашчилар томонидан амалга оширилиш муддатлари бўйича бир-бири билан боғланган бўлиши керак. Уларнинг бирон бўғинида узилиш бўлиши мўнжалдаги барча ишларнинг барбод бўлишига олиб келиши мумкин.

Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналари маҳсулотлар сотувини кўпайтириш учун амалга ошириладиган ишлардан муҳими – сотувни рағбатлантиришдир. Сотувни рағбатлантириш маркетингнинг вазифаларидан бири бўлиб, бозорга киритиладиган маҳсулотлар реализациясини режалаштирилган миқдорга етказишга имкон беради. Сотувни рағбатлантириш учун ярмаркалар, моллар сотиладиган кўргазмалар сингари актив шакллардан, махсус савдо агентликлари хизматларидан фойдаланиш, имтиёзли нархлар белгилаш сингари усуллардан фойдаланиш катта самара беради.



10-расм. Корхона маркетингининг сотувни рағбатлантириш шакллари

10-расмда корхона ва ташкилотлардаги сотувни рағбатлантиришнинг шакллари келтирилган. Уларнинг ҳар биридан самарали равишда фойдаланиш талаб этилади. Сотишни рағбатлантиришда товар тўғрисида маълум даражада

ахборотга эга бўлмаган истеъмолчиларга мурожаат қилинади. Шунинг учун рағбатлантириш сиёсатининг вазифаси - уларда фирма товарларини кейинги вақтда сотиб олишга иштиёқ туғдириш ҳамда доимо алоқада бўлишга чақиришдан иборат. Одатда талабни шакллантириш тадбирлари истеъмолчиларга ва сотувчиларга қаратилган бўлади. Истеъмолчиларни рағбатлантириш уларга сезиларли тижорат имтиёзлари беришни кўзда тутди.

Товарларга бағишланган рағбатлантириш сиёсати уларнинг сотиб олувчи харидорлари турига боғлиқ. Воситачиларни рағбатлантириш, уларнинг фаоллигини ва ташаббускорлигини оширишга ҳамда истеъмолчилар доирасини кенгайтиришга мўнжалланади. Талабнинг шаклланиши ва сотишни рағбатлантириш сиёсати товарнинг бозордаги ҳаётий босқичларига мувофиқ келиши билан ҳар бирига мос мазмун бағишлаши шарт.

Корхона ва ташкилотлардаги маркетинг фаолиятини такомиллаштириш учун савдо қилишнинг замонавий турларини жорий қилиш зарур. Савдо қилишнинг янги турларига интернет, электрон почта, тўғри маркетинг, франчайзинг ва бошқаларни киритиш мумкин. Худди шу турлардан корхонанинг маркетинг фаолиятининг реклама йўналишида ҳам фойдаланиш катта самара беради деб ҳисоблаймиз.

Интернет орқали реклама фаолиятини олиб бориш ва савдо қилиш ҳозирги пайтда замонавий савдо қилиш тури ҳисобланади. Жуда кўп фирмалар интернетда маҳсулотларини таклиф қиладилар. Истеъмолчилар ўзларига керакли маҳсулотни ўзларининг компютери орқали буюртма бериб сотиб олишлари мумкин. Интернет орқали савдонинг устунлик томонлари бу биринчидан, вақт тежалади, иккинчидан воситачиларсиз тўғридан – тўғри ишлаб чиқарувчидан олиш имконияти пайдо бўлади.

Маҳсулот сотуви ҳажмини ошириш учун корхона ички ҳисоботи тизимини яхши йўлга қўйиш керак. Ташкилот ички ҳисоботи тизими муайян корхона фаолиятининг жорий ҳаражатлари, сотув ҳажми, омбордаги маҳсулот қолдиғи, мавжуд ва келиши кутилаётган харидорлар, таъминловчилар кўлами ва бошқа

маркетинг фаолиятига боғлиқ бўлган ахборотнинг ўз вақтида жамланишини, қайта ишлашини ва ундан фойдаланишни назарда тутди.

Маҳсулот сотувини орттиришнинг яна бир муҳим йўналиши – маркетинг тадқиқотини олиб боришдир. Маркетинг тадқиқоти - тартибга солинган ва тўпланган кўрсаткичларни амалиётда татбиқ этиш ва тайинли маркетинг ҳолати ҳусусида ташкилот учун зарурий ахборотлар, ишланмалар йиғиндиси ташкил этади. Ушбу қуйи тизим маркетинг хабарнома - ахбороти қуйи тизимдан муайян ташкилот учун махсус ишланган, зарурий кўрсаткичлари ва натижалари билан фаркланади.

Бозор ислохотларининг чуқурлашуви шароитида маркетинг фаолиятининг самарали бўлишига интилиш барча тадбиркор, менежер ва мулк эгалари учун асосий шартлардан ҳисобланади. Корхона ва ташкилотлардаги маркетинг хизматини ташкил этиш, маркетинг фаолиятини самарали йўлга қўйиш бир қатор ишлар ва тадбирларни амалга оширишни талаб қилади. Наманган вилоятидаги трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг фаолиятида ҳам маркетинг тадбирларини амалга оширилиши етарли даражада эмас. Бунинг уларда ишлаб чиқариш самарадорлиги пасайиб бормоқда, баъзи бир саноат корхоналари ўз фаолиятларини тўхтатишга ва ҳатто банкрот бўлишгача бормоқдалар. Бундай аҳволдан чиқиб кетиш учун маркетинг фаолияти самарадорлигини оширишни таклиф этамиз. Маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш учун авваламбор, корхона ва ташкилотлардаги маркетинг хизматини ташкилий жиҳатдан тузилишини такомиллаштириш керак бўлади. Ҳозирги вақтда амал қилиб келаётган маркетинг хизматининг ташкилий жиҳатдан тузилиши баъзи бир камчиликларга эгадир. Шу сабабдан, маркетинг изланишларини амалга оширишда ана шу камчиликни тўғрилаш лозим бўлади. Корхона ва ташкилотлардаги маркетинг бўлими ўз фаолиятида қуйидаги соҳалардан иборат бўлиши лозим:

1. Бозорларни тадқиқ қилиш.
2. Рекламани ташкил этиш.
3. Маркетинг фаолиятини режалаштириш.

4. Товарлар ва хизматлар жараёнини бошқариш.
5. Маҳсулот ва хизматларни ўтказиш фаолияти.
6. Савдони ташкил этиш.
7. Маркетинг назоратини ташкил этиш.
8. Рағбатлантириш фаолияти.

Маркетинг фаолиятидаги ҳар бир ҳаракат ўз навбатида рағбатлантирилиши лозим. Охирги рағбатлантириш фаолияти корхона ва ташкилотлардаги маркетинг бўйича ҳаракатларни самарали тарзда амалга ошираётган ходимлар ва бўлимларни рағбатлантириб боришни назарда тутди.

Корхона ва ташкилотлардаги маркетинг бўлими ва унда фаолият юритувчи ходимлар ўз фаолиятларида режалаштириш қонун-қоидаларини самарали тарзда қўллашлари лозим. Улар корхонанинг фаолиятини, истиқболдаги ҳолатни, келажакда юз бериши мумкин бўлган вазиятларни олдиндан билишлари ва унга қарши чора-тадбирларни туза билишлари, ҳар қандай кўнгилсиз ҳолатнинг олдини ола билишлари керак. Маркетинг бўлими ташкилотнинг келажagini олдиндан билиши ва режалаштира олиши лозим. Масалан, келажакда ҳам ашё таъминотида етишмовчилик ёки яна қандайдир муаммо бўлишини олдиндан билиб, унга тайёр бўлиб туриш, ғавқулддаги ҳолатлар учун қўшимча йўллар, тадбирлар бўлиши керак. Янги ҳам ашё турларини топиш, янги технология билан маҳсулотларни ишлаб чиқиш, янги ҳил маҳсулотларни ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш, янги бозорларни ва янги истеъмолчиларни қидириб топиш бугунги бозор иқтисодиётига ўтиш даврида ўта муҳим вазифалардандир.

Ҳозирги вақтда маркетинг хизмати ва фаолияти соҳасида баъзи бир номутаносибликлар мавжуд. Маркетинг хизматидаги номутаносибликнинг асосий сабабларидан бири ҳам ҳозирги вақтда тобора кўпайиб бораётган ахборотларни йиғиш, тўплаш, системалаш ва таҳлил қилиш соҳасидаги ишларни мураккаблашуви билан ҳам асосланади. Бозор ва ундаги харидорлар тўғрисида тобора кўпайиб бораётган ахборотни йиғиш, компьютерлар ёрдамида уларни қайта ишлаб чиқиш, таҳлил қилиш кўпгина корхоналар ва ташкилотлар фаолиятида муайян қийинчиликлар туғдиради. Бу ишларни бажариш учун

корхонадан ташқаридан махсус мутахассисларни жалб қилиш ёки корхона структурасида тегишли бўлинма очиш муаммоси юзага келади. Бу ўринда наинки кундалик дастурларни, балки келажакка мўнжалланган дастурларни бажаришга алоқадор сарф-харажатларни ҳам назарда тутиш зарур бўлади.

Корхоналарда маркетинг фаолиятини такомиллаштириш учун яна қуйидаги тадбирларни амалга ошириш катта самара беради деб ҳисоблаймиз:

- бозор вазиятини чуқурроқ таҳлил қилиш ва унинг қай тариқа ривожланиб боришини олдиндан билишни;
- тижорат ишларидаги рақобатга алоқадор хавф-хатарни ҳисобга олиб, бозорда ўз мавқеига эга бўлишни;
- бозор муносабатларини шакллантирадиган рақиблар тўғрисидаги ахборотни йиғиб, ишлаб чиқиш ва таҳлил қилишни;
- иш юзасидан музокаралар олиб бориш ва маркетинг ечимларини амалга оширишга қодир бўлган юқори малакали мутахассислар ва раҳбарлар бўлишини.

Маркетинг ишларида корхонанинг ичидаги ҳамда горизонтал ва вертикаль алоқалари доирасидаги барча бўғинлар ишида аниқ уйғунлик бўлишини таъминлаш зарур. Бундай шароитлардаги энг мушкул вазифа – вертикаль интеграция шакллари ўзгартиришдирки, бу нарса корхонанинг ўзига умуман унча боғлиқ бўлмайди. Махсус маркетинг дастурини ишлаб чиқиш ана шу вазифани ҳал қилишни осонлаштиради, корхона дастурини бажариш мақсадга мувофиқ эканлигига бошқариш органларини рақамлар ва фактлар ёрдамида ишонтиришга ёрдам беради. Маркетинг ечимларини амалга оширишга бошқариш органларини жалб қилиш ва ўша органларнинг хизмати учун дастурни амалга оширишдан тушадиган фойдадан ҳақ тўлашга имкон беради.

Корхонанинг умумий стратегик мақсади белгилаб олинганидан кейин, масалан, янги товарга талаб шакллантирилганидан кейин, шу стратегияни амалга оширишга доир амалий чораларнинг бутун занжирини батафсил ишлаб чиқиш керак. Бу ҳолатда корхонанинг стратегияси қуйидаги масалаларни ўз ичига олиши лозим:

1. Бозорга қандай товарни, қандай ассортиментда ва қандай баҳолар билан киритиш?
2. Бу товар қандай истеъмолчиларга мўнжалланган ва кейинчалик унга қандай потенциал истеъмолчиларни жалб қилиш мумкин?
3. Товарларни режалаштирилган миқдорда сотиш учун қандай шарт-шароитлар керак.
4. Товарларни етказиб бериш ишлари қандай каналлар орқали ва қандай ҳажмларда ташкил этилади?
5. Талабга таъсир кўрсатиш ва сотувни рағбатлантириш учун қандай воситалардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ келди?
6. Сотувдан кейин бўладиган хизмат қандай бўлиши керак ва уни ким амалга оширади?

Товарларга бағишланган рағбатлантириш сиёсати уларнинг сотиб олувчи харидорлари турига боғлиқ. Воситачиларни рағбатлантириш, уларнинг фаоллигини ва ташаббускорлигини оширишга ҳамда истеъмолчилар доирасини кенгайтиришга мўнжалланади. Талабнинг шаклланиши ва сотишни рағбатлантириш сиёсати товарнинг бозордаги ҳаётий босқичларига мувофиқ келиши билан ҳар бирига мос мазмун бағишлаши шарт.

Хулоса

Мамлакатимизда аҳолининг ортиб бораётган эҳтиёжларини ўрганиш ва уни тўлароқ қондириш масаласи иқтисодиётнинг асосий масаласи қилиб белгиланган. Бу масалани ечимини топишда трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва сифат даражасини ошириш муҳим ўрин эгаллайди. Трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришнинг ҳозирги ҳолатини таҳлили қилиш ва трикотаж маҳсулотлари бозорини ривожланиши ҳолатини таҳлил қилиш асосида қуйидаги хулосаларга келдик:

1. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини орттиришга янада кенгроқ эътибор қаратиш. Ҳозирги вақтда ҳам четга экспорт қилинаётган пахта хом ашёсининг ҳажмини камайтириш муҳим масала ҳисобланади. Ўзимизда

етиштирилган пахта хом ашёсидан олинган ип маҳсулотларини экспорт қилиш ҳам самарасиз ҳисобланади. Бу ип маҳсулотларидан трикотаж ишлаб чиқариш корхоналарида фойдаланиб, сифатли маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва уларни тайёр маҳсулот сифатида хорижга экспорт қилишга эришиш самарали ҳисобланади. Бу билан трикотаж маҳсулотлари бозорини янада ривожлантиришга эришамиз.

2. Иқтисодий ислохотларни янада чуқурлаштириш жараёнида саноат корхоналарида ишлаб чиқаришни ривожлантириш ва мавжуд захиралардан тежамкорлик билан фойдаланиш асосида сифатли ва арзон халқ истеъмоли товарлари ишлаб чиқариб, халқ турмуш фаровонлигини ошириш бугунги куннинг устувор вазифаларидан бири ҳисобланади.

3. Мамлакатимизда трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналари мустақиллик йиллари ўз ривожининг юқори босқичига кўтарилди. Трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар эндиликда бозор иқтисодиёти шароитига ўтиб бормоқда. Бундай шароитда тармоқ корхоналарида олдида қуйидаги вазифаларни ҳал қилиш юклатилди:

- тўқимачилик маҳсулотларини, шу жумладан трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришни зарурий суръатларини таъминлаш;
- аҳолини кенг истеъмол буюмларига бўлган талабини тўлароқ қондириш;
- трикотаж маҳсулотлари ассортименти янада кўпайтириш;
- трикотаж маҳсулотлари сифатини янада яхшилаш, белгиланган андозаларга чиқиш ва экспорт даражасини орттиришга эришиш
- ишлаб чиқаришнинг техникавий даражасини орттириш;
- тармоқ корхоналаридаги меҳнат шароитларини яхшилаш, меҳнатни илмий ташкил этишни такомиллаштириш;
- меҳнат унумдорлигини орттириш ва маҳсулот ишлаб чиқариш учун қилинадиган харажатларни қисқартиришга эришиш.

4. Республикамизга хорижий сармоядорларни жалб қилишда иқтисодиётни ривожлантириш учун улар билан шериклик асосида корхоналар ташкил этишда

ва уларнинг технологияларидан унумли фойдаланиб, рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқаришни кўпайтириш учун ташқи ва ички бозорга чиқарилган маҳсулотлар сифатини доимо жаҳон андозалари даражасида таъмин этиш лозим.

5. Трикотаж саноатида нарх сиёсатини такомиллаштириш, айниқса, муҳим ҳисобланади. Нарх сиёсатини тадбиқ этишда бозор ҳолатини яхши ўрганиш, юқори малака, бозорни ривожланиш йўналишларини олдиндан кўра билиш, эгилувчан қарорлар қабул қилиш, нарх ўзгаришига эътиборли бўлиш талаб этилади.

6. Трикотаж ишлаб чиқарувчи корхоналар ўз мақсади ва стратегияларини амалга оширишида корхона маҳсулотига бўлган талабни мақсадли йўналтирилган ҳолда ўрганиб, доимо товар портфелини шакллантириб бориши керак.

7. Вилоятдаги трикотаж ишлаб чиқарувчи корхоналар брэнддан фойдаланишни самарали йўлга қўйиш натижасида капитал маблағлар тежалади ва соҳани ривожлантириш учун янги технологияларни олиб киришга имконият кенгайди. Бу эса иқтисодий инқироз шароитида ушбу соҳа корхоналарининг равнақини таъминлашда муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Шунинг учун ҳам машҳур корхоналар брэндидан фойдаланишни давом эттириши мақсадга мувофиқ.

Демак, мамлакатимизда ислохотларни чуқурлаштириш, трикотаж саноати корхоналари фаолияти самарадорлигини ошириш, ишлаб чиқаришни ривожлантириш ва экспортни кенгайтириш, мавжуд захиралардан тежамкорлик билан фойдаланиш асосида сифатли ва арзон халқ истеъмоли товарлари ишлаб чиқариш ҳамда халқнинг турмуш фаровонлигини ошириш бугунги куннинг асосий вазифаларидан бири ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

I. Ўзбекистон Республикасининг қонунлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2012-й.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Корхоналар тўғрисида”ги қонун. 1991-йил, 15-феврал. Ўзбекистон Республикаси Қонун ва фармонлари. Тошкент. “Ўзбекистон”, 1992-й.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Хусусий корхоналар тўғрисида” қонуни. 2003-йил. Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгаш ахборотномаси 2004 йил 3-сон.
4. “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг 1996-йил 26 апрел Қонуни. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси. 1996 йил, 5-6 сон.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик ва тадбиркорлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида”ги 1999-йил 14-апрел Қонуни. Халқ сўзи. 1999-йил, 29-апрел.
6. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида”ги қонуни. 2012-йил.

II. Ўзбекистон Республикаси Президент фармонлари ва қарорлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари.

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори “2011-2015-йилларда Ўзбекистон Республикаси саноатини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари тўғрисида” (Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2010 й., 50-сон, 472-модда; 2011 й., 50-сон, 512-модда).
8. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1994 йил 26 февралдаги “Савдони эркинлаштириш истеъмол бозорини товарлар билан тўлдиришга оид чора тадбирлар тўғрисида”ги қарори.
9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Бозорлар фаолиятини ташкил этиш ва аҳолига хизмат курсатиш сифатини яхшилашга доир қўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги Фармони.
10. “Ўзбекистон Республикасида чакана савдо қоидалари тўғрисида”ги низом.

11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари экспортини қўллаб қувватлаш борасидаги қўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ 2022 сонли қарори. 2013 йил 8 август.
12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2000 йил 12 августдаги “Бозорлар фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги 315 сонли қарори.
13. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 24 августдаги “2009-2012-йилларда Наманган вилоятида кичик бизнес, тадбиркорлик ва касаначиликни ривожлантириш ривожлантириш Дастури тўғрисида”ги 246-сонли қарори.
14. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012-йил 7-мартдаги “Саноатда ишлаб чиқариш харажатларини қисқартириш ва маҳсулот таннархини пасайтиришга доир қўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги 64-сонли қарори.

III. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари.

15. И.А.Каримов “2012 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ҳамда 2013 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишлари”га бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи. 2013 йил, 20 январ.
16. И.А.Каримов Конституциямиз қабул қилинган куннинг 18 йиллигига бағишланган тантанали маросимида сўзлаган нутқи. Халқ сўзи газетаси.
17. И.А.Каримов “Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир” 2009 йилнинг асосий якунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг энг муҳим устивор йўналшларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси.
www.UzA.uz.
18. И.А.Каримов “Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир”. – Т.: Ўзбекистон, 2010 йил 14 б

19. И.А.Каримов “2012 йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади”, Халқ сўзи. 2012 йил 20 январ.

IV. Дарслик ва ўқув қўлланмалар.

20. Ўзбекистон миллий энциклопедияси Т.5-том 48-бет
21. А. Солиев, А.Усмонов “Маркетинг”. Тошкент, «Ўқитувчи». 1997-й. 9-б.
22. А. Солиев “Маркетинг”, Т.:2008 й, 271.б
23. П. Самуэльсон “Экономика” Т., INAO, «АЛГОН» ВНИИСИ, 1992, с.36.
24. Ф. Котлер “Основы маркетинга”. М., Прогресс, 1990 с. 54
25. К. Р. Макконелл, С. А. Брю “Экономикс: принципы, проблемы и политика”. М., республика. 1992.т.1.с.77.
26. А. С. Усмонов “Научные основы регулируемых рыночных отношений”. Тошкент: PLSHTLI «Ўзинфорагпром». 1992.с.30.
27. Н. Тўхлиев “Бозорга ўтишнинг машаққатли йўли”. Тошкент: «Ўзбекистон»,1999. 13 б.
28. Э. Сариков, М. Маматов «Иқтисодиёт ва бизнес», Тошкент, «Шарё». 1997. 22 б.
29. М.Шарифхўжаев. Менежмент. Т.Ўқит.2002 й 23 б.
30. А.Ўлмасов. “Иқтисодиёт назарияси”. Т. Мехнат. 1995 й. 39-б.

V. Илмий журналлардаги мақолалар.

31. М. Р. Болтабаев. **“Тўқимачилик саноати корхоналарининг рақобатдошлигини баҳолаш услубини такомиллаштириш”**. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 1, сентябрь, 2011 йил.
http://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/41_M.R.Boltaboyev.pdf
32. З. Хакимов. Енгил саноат товарлари бозорида рақобат ва уни ривожлантириш асослари. Биржа эксперт. 2012 йил март. 3(51)-сон 22 б.

VI. Интернет сайтлари:

1. www.Gov.uz – Ўзбекистон Республикаси Давлат ҳокимияти портали.
2. www.press-service.uz – Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот хизмати.
3. www.UzA.uz – Ўзбекистон миллий ахборот агентлиги расмий сайти.
4. www.Iqtisodiyot.uz – “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали.
5. www.Stat.uz – Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг расмий сайти.
6. www.Lex.uz – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.
7. www.cer.uz – Иқтисодий тадқиқотлар Марказининг расмий сайти.
8. www.uzreport.com – бизнес ахборотлари портали.
9. www.cooper.uz – Ўзбекистон Республикаси саноат ярмаркаси ва кооперацион биржасининг расмий сайти.
10. www.chamber.uz. – Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатасининг расмий сайти.
11. www.api.uz. – Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги.