

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

Қўлёзма ҳуқуқида

УДК 658:339. 13[004(575.1)

ҒАЮПОВ ПЎЛАТЖОН НЕЪМАТЖАНОВИЧ

**НАМАНГАН ВИЛОЯТИДА ПОЙАБЗАЛЛАР БОЗОРИ ВА
УНИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ (НАМАНГАН
ВИЛОЯТИ МИСОЛИДА) МАВЗУСИДА**

5A230401-“Маркетинг”(тармоқлар ва соҳалар)

МАГИСТР

академик даражасини олиш учун ёзилган

ДИ С С Е Р Т А Ц И Я

Илмий раҳбар

и.ф.д.,проф.А.Солиев

Наманган – 2014 йил

МУНДАРИЖА

КИРИШ	3
I БОБ. НООЗИҚ-ОВҚАТ ТОВАРЛАРИ БОЗОРИНИНГ МОХИЯТИ, НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ.....	8
1.1. Бозор мохияти ва турлари.....	8
1.2 Ноозик-овқат товарлар бозори тушунчаси ва унинг меъёрий ҳуқуқий асослари.....	16
1.3. Вилоятда ноозик-овқат товарлари ишлаб чиқаришнинг ривожланиши ..	22
II БОБ. ВИЛОЯТ ПОЙАБЗАЛЛАР БОЗОРИНИНГ ТАҲЛИЛИ	29
2.1. Пойабзаллар ишлаб чиқаришнинг ривожланиши	29
2.2. Пойабзаллар асортименти ва сифат кўрсаткичлари таҳлили	39
2.3. Вилоятда пойабзалларга бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили	50
III БОБ. ВИЛОЯТДА ИШЛАБ ЧИҚАРИЛАЁТГАН ПОЙАБЗАЛЛАР РАҚАБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ ОМИЛЛАРИ	61
3.1. Хом-ашё ва технологиялар таъминотини такомиллаштириш.....	61
3.2. Сотиш стратегияларини танлаш	70
3.3.Пойабзаллар рақобатбардошлигини баҳолаш ва уни ошириш омиллари.	82
Хулоса ва таклифлар.....	99
Фойдаланилган адабиётлар.	103

КИРИШ

Дисертация мавзусининг асосланиши ва унинг долбзарблиги:

Президентимиз Ислом Каримов раҳнамолигида мустақиллик йилларида амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар жараёнида истеъмол товарлари бозорини ривожлантириш бош масалага айланган. Ўзбекистон Республикаси Конституциясида ва шу асосда яратилган қонунчилигимизда хусусий мулк устуворлиги мустаҳкамлаб қўйилган, унинг конституциявий кафолатлари ишончли таъминланганлиги эса бозор субъектларининг эркин фаолият юритишларига замин яратмоқда.

Президентимиз И.А.Каримов 2013 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасида “Мамлакатимизда истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни тубдан ошириш бўйича ўз вақтида қўрилган чора-тадбирлар ҳам амалий самарасини бермоқда. Ўтган йили ана шундай товарлар ишлаб чиқаришнинг ўсиш ҳажми 14,4 фоизни ташкил этди ва ялпи sanoat ҳажмида уларнинг улуши 35,5 фоизга етди. Бундай товарларнинг рақобатдошлиги нафақат ички бозорда, балки ташқи бозорда ҳам тобора ортиб бораётганлиги”¹ таъкидлаб ўтилди.

Бугунги кунда мамлакатимизни барча соҳаларини модернизациялаш, ислохотларни босқичма-босқич амалга ошириш, халқ фаровонлиги ва осойишталигини ҳамда барқарор даромад манбаъларини яратиш энг муҳим омиллардан биридир.

Аҳоли эҳтиёжларини тўлақонли қондириш, инвестицияларни кенг жалб этиш, экспортбоб маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва иқтисодиётнинг сифат даражасини янада оширишда sanoat маҳсулотлари ишлаб чиқариш муҳим аҳамиятга эга.

¹Ўзбекистон 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 маърузаси. Манба: <http://uza.uz/oz/politics/30441/>

Шуларни эътиборга олиб, аҳолининг асосий эҳтиёжларидан бири - пойабзал маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ривожлантириш уларни ички ва ташқи бозорларда рақобатбардошлигини ошириш масалаларини ҳал этиш ҳозирги долзарб вазифалардан бири ҳисобланади.

Диссертация мавзусини долзарблигини яна бошқа муҳим томони бугунги кунда Наманган вилоятида саноатнинг ялпи ҳудудий маҳсулотдаги улуши 11 % ташкил этади ҳолос, Республикада бу кўрсаткич 25 % дан ортиқ. Шунинг учун истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни ривожлантириш муҳим масаладир. Мазкур муаммо ечимини топиш аҳолини пойабзал маҳсулотларига бўлган талабини кўпроқ қондириш ва пойабзал маҳсулотлари ишлаб чиқаришни кўпайтириш омилларини тадқиқ қилиш асосида такомиллаштириш масалаларини ҳал қилишни талаб этади.

Тадқиқот объекти ва предмети белгиланиши.

Тадқиқот объекти сифатида Наманган вилояти пойабзаллар бозори ва ундаги ишлаб чиқарувчи, воситачи ҳамда сотувчи субъектлар фаолияти танланди.

Тадқиқот предмети бўлиб, вилоят пойабзаллар бозори субъектларининг ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнларидаги иқтисодий-ижтимоий, яъни бозор муносабатлари мажмуи ҳисобланади.

Тадқиқот мақсади ва вазифалари

Тадқиқот мақсади- Наманган вилоятида пойабзаллар бозорини шаклланиши ва ривожланиш босқичлари жараёнларини фаолиятини такомиллаштириш ҳамда ишлаб чиқарилаётган пойабзалларини рақобатбардошлигини ошириш бўйича илмий-амалий тавсиялар тайёрлашдан иборат.

Қўйилган мақсадни амалга оширилишида қуйидаги вазифаларни ҳал этиш кузда тутилган:

- бозор тушунчаси ва унинг моҳиятини назарий асослаш;

- истеъмол товарлари бозорининг ҳуқуқий асослари яратилишини ва ривожланишини ўрганиш;

- наманган вилоятида озиқ-овқат саноатини ўрнини таҳлил қилиш.

- наманган вилоятида пойабзаллар ишлаб чиқаришни ҳолати ва унга таъсир этувчи омилларни тадқиқ этиш;

- пойабзалларнинг ассортименти ва уларнинг сифат кўрсаткичларини ўрганиш;

- наманган вилоятида пойабзалларга бўлган талаб, унинг таркиби ва ўзгариши ҳамда ривожланиш даражаларини ўрганиш ва таҳлил қилиш;

- пойабзаллар ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг хом-ашё ва технологиялар таъминотини ўрганиш;

- вилоят пойабзаллар савдосини ташкил этиш усулларини ўрганиш;

- ишлаб чиқарилаётган пойабзаллар рақобатбардошлигини ошириш йўналишларини белгилаш;

Тадқиқотнинг асосий масалалари ва фаразлари;

Тадқиқотда қўйилган асосий масала Наманган вилоятининг пойабзаллар бозорини маркетинг тадқиқотлари асосида ўрганиш ва унинг натижаларини бўйича қуйидагиларни асослаш:

- Наманган вилоятида пойабзаллар ишлаб чиқаришини ривожлантириш бўйича илмий-услубий тавсиялар ишлаб чиқиш;

- Вилоятда пойабзалларнинг сотиш стратегияларини асослаш;

- Вилоятда ишлаб чиқарилаётган пойабзалларнинг рақобатбардошлигини ошириш йўналишларини белгилаш;

Мавзу бўйича адабиётлар таҳлили;

Мавзу бўйича қўйилган муаммоларига кўплаб хорижий иқтисодчи олимларнинг асарлари бағишланган. Булардан: Котлер Ф, Борисов Е.Ф А.И.Добрынина, Г.П.Журавлевой, Л.С.Тарасевича, Романов А.Н ва бошқалар. Республикамиз олимларидан эса ушбу мавзуда кўрилган назарий масалалар моҳияти билан Ғуломов С.С., Иватов И.И., Эргашхўжаева Ш.,

Бекмуродов А.Ш., Солиев А, Қосимова М.С., Пардаев М, Шодмонкулов А. ва бошқаларнинг тадқиқотлари ўрганилди.

Тадқиқотда қўлланилагн услубларнинг қисқача тавсифи:

Диссертация ишида бозор жараёнларини ўрганишнинг умумий ва хусусий усуллари: маркетинг тадқиқотларининг кабинет ва дала тадқиқот усуллари, дедукция, индукция, анализ, синтез, кузатув ва бошқалардан фойдаланилган.

Тадқиқот натижаларининг назарий ва амалий аҳамияти:

Тадқиқот натижалари бўйича ўрганилган назарий тушунчаларнинг тахлили ҳамда талқини шу билан бирга, ишлаб чиқилган мулохазалар институтдаги маркетинг ва бошқа ихтисослик фанларини ўқитиш жараёнидаги маъруза ҳамда амалиёт дарсларида қўлланилиши мумкин.

Назарий тушунчалар, тадқиқот натижалари бўйича ишлаб чиқилган илмий-услубий тавсиялар корхоналар маркетинг фаолиятини ривожлантириш бўйича амалий қўлланма сифатида ишлатилиши мумкин.

Диссертацияда берилган тавсиялар пойабзаллар ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг бозор фаолиятларини ривожлантириш, вилоятимиз пойабзаллар бозоридаги талаб ва таклиф ўзгаришларини олдиндан аниқлаш ва чакана савдосини ривожлантириш масалаларини ечишда фойдаланиш мумкин.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги:

- Бозорнинг мохияти очиб берилган ва олимларнинг “бозор” тушунчаларига шархланиб, унинг янги таърифлари келтирилган;
- “Ноозиқ-овқат товарлари бозори” тушунчаси, унинг таркиби, мохияти ва аҳамияти ёритилиб ҳуқуқий асосларининг мамлакатимизда шаклланиш жараёнлари тавсифланган;
- Наманган вилоятининг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш кўрсаткичлари тахлил этилиб, ноозиқ-овқат товарлари ишлаб чиқаришни ривожланиши аниқланган ва тизимлаштирилган;

- Наманган вилоятида пойабзаллар ишлаб чиқаришни ривожланиши кўрсаткичлари маркетинг тадқиқотлари асосида аниқланган;
- Пойабзаллар ассортименти тавсифланиб, уларнинг сифатига қўйиладиган меъёр талаблари келтирилган ва ассортимент сиёсати ишлаб чиқилган;
- Наманган вилоятда пойабзалларга бўлган талаб ва уни қондирилиши, унга таъсир этувчи омиллар маркетинг тадқиқотлари асосида аниқланиб хулосалар чиқарилган;
- Вилоятда пойабзаллар ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг хом-ашё ва технологиялари бозорининг ахволи ва уни ривожлантириш масалалари бўйича тавсифлар ишлаб чиқилган;
- Пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг маҳсулотларини сотиш стратегиялари ўрганилиб уни ривожлантириш масалалари очиб берилган;
- Наманган вилоятида ишлаб чиқарилаётган пойабзаллар рақобатбардошлигини маркетинг тадқиқотлари ёрдамида аниқланиб уни оширишнинг асосий омиллари бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган.

Диссертациянинг таркиби:

Диссертациянинг ишининг таркиби кириш 3 та боб, хулоса адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат.

I боб. Нооziк-овқат товарлари бозорининг мохияти, назарий асослари.

1.1. Бозор мохияти ва турлари

Бозор инсониятнинг буюк тарихий кашфиёти бўлиб, ўз тараққиётида иқтисодий аҳамияти билан бирга, одамларнинг маънавий юксалишига ҳам ўзининг таъсирини 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 процессини рағбатлантиради ва такроран ишлаб чиқаришни жадаллаштириб уни махсуслатишига олиб келади. Хозирги замон бозори ўз тараққиётига эришгунча узоқ тарихий йўлни босиб ўтди. Бир томонидан, бозорга давлат йўли билан таъсир кўрсатишининг жуда хилма-хил шакллари ва усуллари юзага келди, иккинчи томонидан бозорни ўзини-ўзи бошқаришга имкон берувчи қонунлар ва қоидалар таркиб топди.

Конституциямизнинг 53-моддасида “Бозор муносабатларини ривожлантиришга қаратилган Ўзбекистон иқтисодиётининг негизини хилма-хил шакллардаги мулк ташкил этади. Давлат истеъмолчиларнинг ҳуқуқи устунлигини ҳисобга олиб иқтисодий фаолият, тадбиркорлик ва меҳнат қилиш эркинлиги, барча мулк шаклларининг тенг ҳуқуқлилигини ва ҳуқуқий жихатдан баб-баравар муҳофаза этилишини кафолатлайди”² деб белгилаб берилиши мамлакатимизда ҳақиқий мулкдорлар синфини шакллантириш учун қулай муҳит яратиш имконини беради ва бозорни ривожлантириш стратегисини асослайди.

Республикаимизда мулкчиликнинг турли шакллари вужудга келиши ва унда хусусий соҳа асосий ўринни эгаллаши, иқтисодиётимизни бошқаришда демократик тамойилларни қўлланилиши ва хусусий соҳа муҳим рол эгаллаши, иқтисодиётда демократик тамойилларни қўлланилиши, кичик

²Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т: “Ўзбекистон” НМИУ, 2013 йил 19 бет.

бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига кенг йўл очилиши, инновация жараёнлари товарлар ва хизматлар–сервис ва ахборотлар бозорини жаҳондаги илғор тажрибалар ва меъёрлар асосида ташкил этилиши, тадбиркорлик ва бизнесменлар тўла эркинлик асосида фаолият юритишларига замин яратмоқда. Мана шундай шароитда бозор илмини, унинг қонуниятларини ўрганиш муҳим йўналиш сифатида қаралмоқда.

Бозор кенг ва чуқур маъноли тушунча. “Бозор” тушунчаси инсоният тараққиётини негизини ва ижтимоий меҳнат тақсимоти натижалари асосида ривожланди. Ижтимоий меҳнат тақсимоти инсоннинг яшаш эҳтиёжидан келиб чиқади.

Ижтимоий меҳнат тақсимоти натижасида товар ишлаб чиқариш билан бир қаторда товар айрибошлаш вужудга келган. Товар ишлаб чиқариш инсониятни тараққиёт тарихи билан чамбарчас боғлиқ ва бозорни ривожлантиришга тўғридан-тўғри таъсир кўрсатиб келган.

Маҳсулотларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчига етказиш моддий ва иқтисодий мазмунга асосланганлиги сабабли, товар алмашуви жараёни 2 хил шартга жавоб бериши шарт:

биринчидан, инсонни қандайдир эҳтиёжини қондира билиши (сифат нуқтаи назаридан шаклан ва мазмунан ҳар хил бўлиши мумкин);

иккинчидан, алмашув объекти бошқа объектга эквивалент бўлиши, яъни иқтисодий нуқтаи назардан, тенг бўлиши керак.

Мана шу хусусиятлар натижасида хўжаликда маҳсулотлари бир–бири билан солиштирилади. Ушбу маҳсулотларга бўлган эҳтиёж қондирилади. Улар кераклиги (зарурлиги) натижасида бошқа маҳсулотлар билан алмаштирилади ва бу жараёнда уларни солиштириш имконияти вужудга келади.

Ҳар қандай маҳсулот истеъмол қийматига эга бўлганлиги учун инсонга зарур бўлади ва ишлаб чиқарилади. Шунинг учунгина маҳсулотлар бир бири билан алмашинади ёки бу жараёнларда бозор муносабатларини юзага

чиқишига имконият туғилади. Шунинг учун товар - меҳнат маҳсули бўлиб, ўз эҳтиёжи учун эмас, сотиш учун ишлаб чиқарилган, инсониятни бирон бир эҳтиёжини қондирадиган маҳсулотдир. У истеъмол қийматига ва қийматга эга бўлади.

Бошланғич даврда оддий товар айрибошлаш (Т-Т) амалга оширилган. Ижтимоий меҳнат тақсимотини ривожланиши натижасида фақат айрибошлаш, яъни сотиш учун ишлаб чиқарилган товарлар кўпайиб боради ва уларни айрибошлаш учун умумий бўлган эквивалент – пул вужудга келган. Пулни вужудга келиши натижасида оддий товар айрибошлаш (Т-Т) товар – пул муомаласига (Т- П -Т) айланади ва товар – пул муомаласи вужудга келган.

Айрибошлаш - бу инсонлар ўртасида уларнинг фаолиятлари билан ўзаро алмашуви ёки меҳнат маҳсулини ўзаро алмашуви жараёни. Бу жараён ишлаб чиқариш ва унинг асосида шаклланган тақсимот бир томондан ва иккинчи томондан истеъмол ўртасида амалга оширилади.

Бозор иқтисодиёти шароитида ҳамма нарса айрибошлаш билан боғлиқ бўлади, ҳамма нарса сотилади ва сотиб олинади. Айрибошлаш жараёнида ишлаб чиқарилган маҳсулот ва унга сарфланган ҳаражатлар ижтимоий тан олинади, ишлаб чиқаришни такрорлашга моддий шароит яратилади, инсоният эҳтиёжи қондирилади, шахсни ривож топишига шарт – шароит яратилади, ишчи кучини такрор ишлаб чиқаришга кўмаклашади, яъни имкон яратади, такрор ишлаб чиқариш жараёнини доимий, динамик жараёнда ҳаракат қилишини таъминлайди ва ҳ.к.

Айрибошлаш бошланғич даврларда ҳудудий бозорлар доирасида чегараланган бўлса, ижтимоий меҳнат тақсимооти ривожланиши ва товар – пул муомаласини кенгайиши натижасида айрибошлаш ҳудудий чегарадан чиқиб жаҳон бозорини вужудга келтирди. Натижада ижтимоий иқтисодий муносабатлар кенгаймоқда, ер юзида рўй бераётган тараққиёт амалга ошмоқда ва ҳ.к.

Юқоридаги мулоҳазаларга асосланиб “товар – пул муомаласи” ва “айрибошлаш” жараёни бозорни мазмун-мохиятини ифодалайди, деган хулоса қилиш мумкин.

Товар айрибошлаш жараёни бозорда амалга оширилади. Бозор эса ўз вақтида иқтисодийнинг асосий шакллантирувчи ва ривожлантирувчи механизми сифатида юзага чиқади. Бозорда икки хил категориядаги субъект учрашади, сотувчилар ва харидорлар. Сотувчилар бозорга ўз таклифи билан чиқса, харидорлар бозорга ўз эҳтиёжи учун сотиб олиш билан ёки талаби билан чиқади. Уларнинг манфаатлари бозор орқали ўз ечимини топади. Мана шундай жараёнларда яъни сотиб олувчи (талаб) ва сотувчи (таклиф) ўртасида ўзаро иқтисодий муносабат ривожланади.

Бозор тушунчасига кўплаб иқтисодчи олимлар томонидан турли қарашлар мавжуд.

П. Самуэльсоннинг «Экономика» асарида– «... бозорлар жамиятни ва савдо ишлаб чиқариш фаолиятини боғловчи механизм сифатида намоён бўлади», деб таърифлайди³.

Ф. Котлер бозорни «Мавжуд ва потенциал товар сотиб олувчилар мажмуаси», деб таърифлайди⁴.

К. Р. Макконел ва С. Л. Брюлар бозорни маҳсулот ва хизматни сотувчи ва сотиб олувчиларни қўшувчи механизм деб аташади⁵.

А.С. Усманов бозорга шундай таъриф беради: «Бозор тушунчаси кенг маънода – бу товар айрибошлаш соҳаси деб, товар айрибошлаш бор экан, бозор ҳам мавжуд»⁶ дейди.

Н. Тухлиевни фикрича, «Бозор товар ишлаб чиқариш қонунлари асосида ташкил қилинган айрибошлаш, товар ва пул муомаласи

³ Самуэльсон П., «Экономика» Т., INAO, «АЛГОН» ВНИИСИ, 1992, с.36.

⁴ Котлер Ф. «Основы маркетинга». М., Прогресс, 1990 с. 54

⁵ Макконелл К.р., Брю С. А. Экономикс: принципы, проблемы и политика. М., республика. 1992.т.1.с.77.

⁶ Усманов А.С. Научные основы регулируемых рыночных отношений. Тошкент: PLSHTLI «Ўзинфорагпром». 1992.с.30.

муносабатларининг йиғиндиси, ишлаб чиқариш ва истеъмол ўртасидаги муҳим боғловчи бўғиндир⁷»

А. Солиев ва А. Усмоновлар бозорга қўйидагича таъриф беради: «бозор ўзига хос ижтимоий – иқтисодий муносабатлар жараёни бўлиб, унда товарлар ва хизматлар айрибошланади ва ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар манфаатлари тўқнашади ва бир – бири билан келишади⁸»

«Энг яхшиси бозорни ҳаридорлар ва сотувчиларга нархларни айрибошлашга имконият берадиган тизимдир, деб таърифласак бўлади», деб Э. Сариков ва Э. Маматовлар таъкидлайдилар⁹.

Бозорга берилган бундай бир – биридан фарқланадиган тарифларни кўплаб мисолни келтириш мумкин.

Бозор иқтисодиётининг субъекти сифатида товар – пул муомаласига боғлиқ бўлган муносабатларни намоён бўлишини тامينлайди. Бозорнинг моҳияти, барча хўжалик субъектлари (бозор субъектлари – уй, оила хўжалиги, ишлаб чиқариш, давлат), инсон ва жамиятдаги айрибошлаш муносабатларининг мажмуасини англатади.

Бозорда–бутун жамиятдаги кўп қиррали иқтисодий муносабатлар, яъни ишлаб чиқариш, тақсимот, айрибошлаш ва истеъмол жараёнида вужудга келадиган, алоҳида принципларга асосланган, аҳолини яшаш тарзини ривожлантирадиган ва унга туртки берадиган, билимлар мажмуйини шакллантирадиган муносабатлар намоён бўлади.

Кенгроқ маънода эса бозор – бу бозор иқтисодиёти қонун ва қоидаларига асосланган айрибошлаш яъни, олди – сотди жараёнидаги иқтисодий фаолиятнинг шакл ва турлари бўлиб, у ишлаб чиқарувчи, товар етказувчилар(таклиф вакиллари)ни бир томондан ва истеъмолчилар, ҳаридорлар(талаб вакиллари)ни иккинчи томондан бирга тўқнаштириш ва келиштириш жараёнини таъминлайдиган муносабатлардир.

⁷Тўхлиев Н. Бозорга ўтишнинг машаққатли йўли. Тошкент: «Ўзбекистон», 1999. 13 б.

⁸ Солиев А., Усмонов А. Маркетинг, Тошкент, «Ўқитувчи». 1997.9 б.

⁹ Сариков Э, Маматов М. «Иқтисодиёт ва бизнес», Тошкент, «Шарқ». 1997. 22 б.

Бозор субъектлари (корхона, уй хўжалиги)нинг алоқалари, муносабатлари шартномалар асосида амалга оширилади.

Бозорда ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар манфаатлари тўқнашади, юзма-юз келади ва баҳо орқали бир-бири билан келишади. Бозорда ишлаб чиқарувчи товар ёки хизматига бўлган сарф-харажатларини «торозига» кўяди, истеъмолчи эса ана шу товар ёки хизматни бошқа ўхшашларига солиштириб, истеъмол қиймати юқорироғини харид қилади. Аҳоли бозорда янги хилма-хил товарларни кўриб, уларни сотиб олиш ва турмуш шароитини яхшилаш учун ўз иш жойларида яхшироқ-унимлироқ ишлашга қизиқади. Бозор ишлаб чиқарувчилар учун рақобат майдонидир. Рақобатда ютиб чиқиш учун товар хизматларнинг янгидан-янги хиллари муомилага киритилаверади, эскилари эса бозордан чиқиб кетаверади. Бозор «**талаб ва таклиф**» қонуни асосида ўз-ўзини бошқарувчи иқтисодий-ижтимоий жараёндир. Ҳар қандай бозор жараёнининг охирги мақсади товар ва хизматни сотишдан иборат.¹⁰

Бозорнинг ижтимоий моҳияти шундаки, у орқали товар ва хизматлар ўз харидори ва боҳосини топиб сотилгандан кейин, уларни яратиш ғояси ва ишлаб чиқаришга сарфланган меҳнат жамиятда тан олинади ҳамда у ижтимоий-зарурий эканлиги тасдиқланади. Шу билан бирга, истеъмолчи товар ва хизматлар(китоб, теливизор, радио, интернет ва бошқалар)ни сотиб олиб маънавий эҳтиёжини ҳам қондиради.

Бозорни туркумлашда кўплаб иқтисодий адабиётларда турлича ёндашилаган. Биз уларни умулаштирган ҳолда 1- чизмада ифодалаймиз.

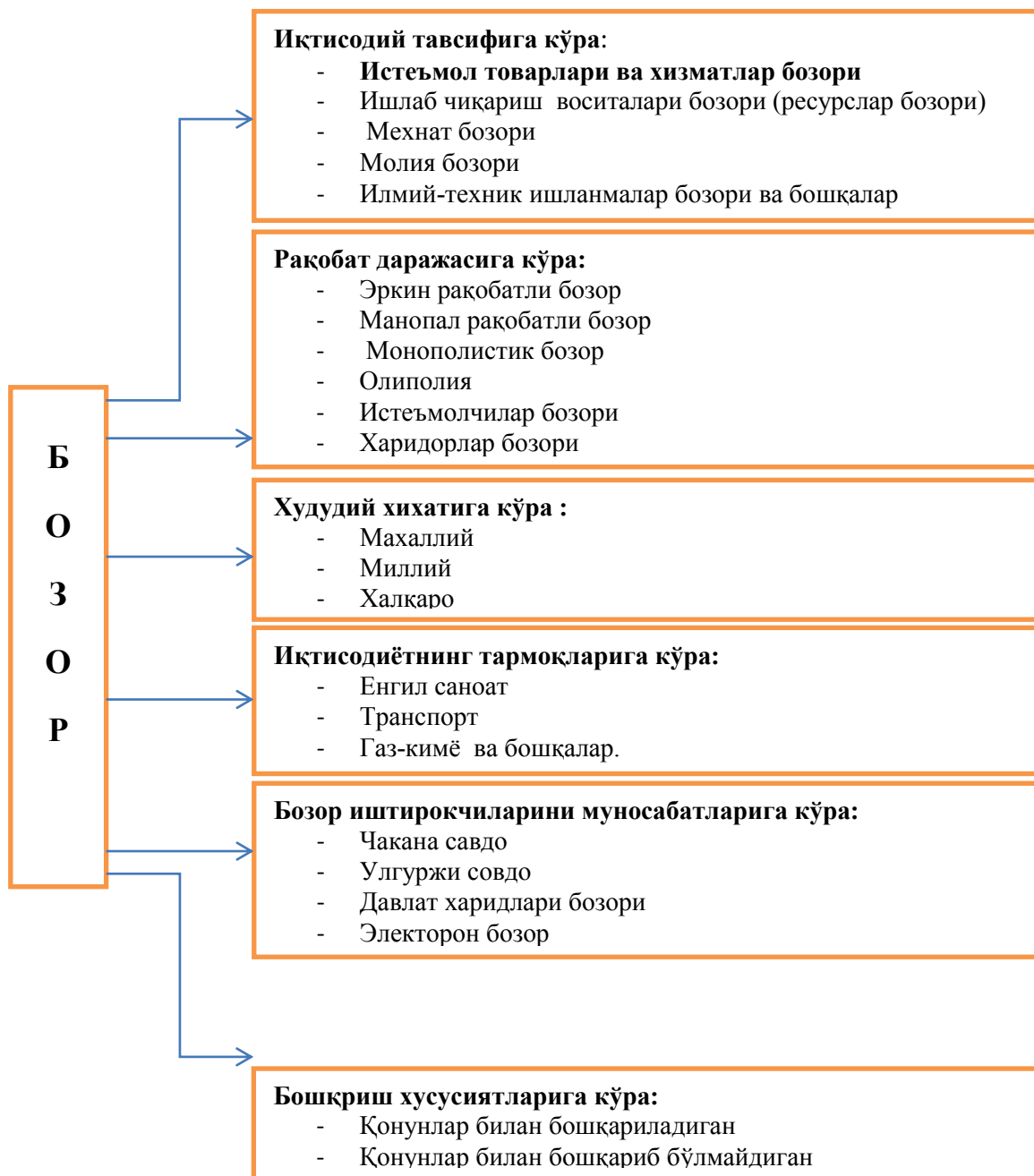
Бозорни турларга ва шаклларга ажратишда унда иштирок этувчи товарлар ва хизматлар асос қилиб олинади.

Иқтисодий тавсифномасига кўра бозорларни энг катта гуруҳлар:

- Истеъмол товарлари бозори;
- Хизматлар бозори;
- Ишлаб чиқариш воситалари бозори (ресурслар бозори);

¹⁰ А. Солиев. Маркетинг “Art fleks” 2008 йил 17бет

- Мехнат бозори;
- Молия бозори;
- Илмий-техник ишланмалар бозори ва бошқа бозорларга ажратиб ўрганилади



1-расм. Бозорнинг турлари ва шакллари.

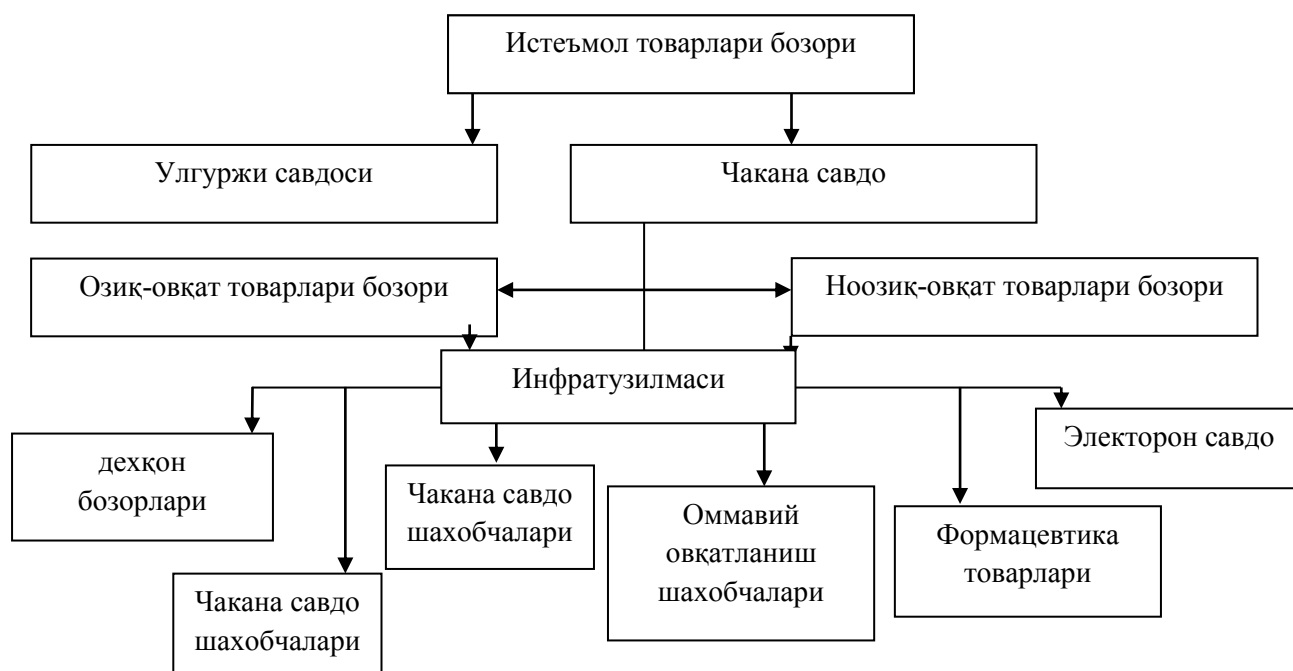
Истеъмол товарлари бозори – аҳолининг шахсий еҳтиёжини кондирувчи ва ҳаёт кечириш учун уй-рўзғорини жиҳозлаш мақсадида харид қилинувчи асосий ва ҳаёт учун зарур бўлган маҳсулотларини олди сотди муносабатлари мажмуини ўз ичига олади. Истеъмол товарлари бозори ўз навбатида жуда кўплаб махсус бозорларга бўлиб ҳам ўрганилади: озиқ-овқат, кийим- кечак, хўжалик, маданий моллар ва бошқаларга бўлинади. Бу бозорнинг моддий-техника асоси (инфраструктураси) бўлиб: улгуржи савдо базалари, дўконлар ва барча чакана савдо-сотиқ билан шуғулланувчи шахобчалар ҳисобланади.

Истеъмол товарлари бозори – «Ҳазрати инсон» учун, унинг фаровон ҳаётини таъминлаш мақсадида ташкил этилади, шунинг учун ҳам **бош бозор дейилади**. Қолган ҳамма бозорлар, ана шу истеъмол товарлари бозорининг мўл-кўлчилигини, унда талаб ва таклиф таносиблигини таъминлашга қаратилган асосий омил ҳисобланади.

Истеъмол товарлари бозорининг сифими – ҳажми туман, шаҳар вилоят ва мамлакат миқёсида чакана товар айланиш (сотиш) кўрсаткичи билан аниқланади. Истеъмол товарлари бозори ўзининг ҳолатига қараб икки хилга: «такчил» (сотувчилар) ва «тўйинган» (харидорлар) бозорига бўлинади.

«Сотувчилар бозори»да товарлар камчил, уларга сотувчилар хоҳлаган баҳосини қўяди, талаб таклифга қараганда анча юқори ва монополлашган бўлади. Бундай бозор мамлакатда макроиқтисодий мутаносиблик бузилганда ва аҳоли турмишида ҳар қил салбий ҳолатлар борлигида шаклланади.

«Тўйинган бозор»ни ташкил этиш бозор иқтисодиётига ўтишнинг асосий мақсади. Бундай бозорда харидор – Истеъмолчи «Подшо» - товарлар мўл-кўллиги таъминланган, талаб ва таклиф мутаносибликка яқинлашган, бўлиб баҳолар кўп ўзгармайди. Бозордаги асосий муаммо – фақат харидорни жалб қилиш ва унга қулайликлар яратиш орқали кўпроқ товар сотиш. «Харидорлар бозорида» - товар ишлаб чиқарувчилар орасида рақобат кучаяди ва унда ютиб чиқишингиз асосий воситаси – маркетингдир.



2-расм. Истеъмол товарлари бозорини ташкилий тузилиши

Истеъмол товарлар бозори сотиш усулларига қараб улгуржи ва чакана бозорларга бўлинади. Сотилаётган товарларнинг истеъмол қийматига қараб ўз навбатида озиқ-овқат ва ноозик-овқат товарлари бозорига бўлиниб кетади ва ҳақозо.

1.2 Ноозик-овқат товарлар бозори тушунчаси ва унинг меъёрий ҳуқуқий асослари.

“Ноозик-овқат товарлари бозори” тушунчаси унда сотиладиган товарлар турларига боғлиқ ҳолда таърифланади. Шунга қўра энг аввало товар тушунчасини таърифлаш мақсадга мувофиқ.

Товарга таъриф беришда ҳам иқтисодчилар томонидан турлича ёндашувлар мавжуд. Жумладан, Е.Ф.Борисов таърифига қўра «Товар – бу бозорда бошқа товарга эквивалент асосида айирбошлашга мўлжалланган, меҳнат орқали яратилган ижтимоий нафлиликдир»¹¹. Бундан кўринадики, у товарга инсон меҳнати маҳсули сифатида қарайди.

¹¹Борисов Е.Ф. Экономическая теория: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005, с.144.

В.И.Видяпин ва бошқалар таҳрири асосида тайёрланган дарсликда «неъмат» ва «товар» тушунчаларига кенг изох берилган. Унда товар иқтисодий неъматнинг махсус шакли бўлиб ҳисобланиши кўрсатиб берилган: «Товар – бу айирбошлаш учун ишлаб чиқарилган махсус иқтисодий неъмат»¹². Бу ва бошқа қатор олимларнинг фикрлари асосида таъкидлаш мумкинки, **товар – бу бирон-бир нафлиликка ва қийматга эга бўлган, айирбошлаш учун яратилган меҳнат маҳсули.**

Бизнинг фикримизча “товар” категориясининг маркетинг нуқтаи назаридан таърифида энг тўғри таърифи Ф.Котлер томонидан **“бозорга истеъмолчиларнинг талаб ва эҳтиёжларини қондириш, диққатини тортиш мақсадида чиқарилган ҳамда фойдаланиши, истеъмол қилиши мумкун бўлган неъматлар – товар”**¹³дир деб берилган.

Товар-мураккаб, кўп қиррали тушунча, бироқ бунда энг асосий нарсa истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг ўз вазифасини бажариш-уни сотиб олган истеъмолчининг аниқ эҳтиёжларини қондиришидир.

Товарларнинг истеъмол хусусиятлари деб уларни истеъмол қилганда ёки ишлатганда кишиларнинг моддий ва маънавий эҳтиёжларини қондириш имкониятлари тушунилади.

Ноозиқ-овқат товарлари инсонларнинг кийим-кечаги, уй-рўзғори, ишлаши, дам олиши, саёхат қилиши бўйича эҳтиёжларни қондириш учун ишлаб чиқарилаётган товарлар гурухидан иборат. Шунинг учун ноозиқ-овқат товарлари ассортименти ҳам шу хусусиятларга асосан гурухланади:

Ноозиқ-овқатлар ассортименти ҳам энг аввало уларнинг истеъмол қилиш жараёнига қараб оддий ва мураккаб ассортиментли товарларга бўлинади. Оддий ассортиментли товарлар кундалик эҳтиёжни қондиради. Мураккаб ассортиментли товарлар асосан узоқ муддатларда ишлатиладиган товарлари ҳисобланади.

¹² Экономическая теория: Учебник. - Изд., испр. и доп. / Под общ.ред. акад. В.И.Видяпина, А.И.Добрынина, Г.П.Журавлевой, Л.С.Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2005, с.143.

¹³ Ф.Котлер. Основы маркетинга (краткий курс). Пер.Анг. ИД. Вильямс. Москва. 2007 г. 23 .ст..

**Ноозиқ-овқат товарларини истеъмол қиймати бўйича
туркумланиши¹⁴**

№	Ноозиқ-овқат товарларини истеъмол қиймати бўйича бўлиниши	Ассортименти
1.	Кийим кечаклар	Таёр кийимлар, трикотажлар, пойабзаллар, чулки пайпоқлар,
2.	Уй рўзгор товарлари	Идишлар, ошхона анжамлари, кир ювиш воситалари, керамика товарлари, холодильник ва бошқа электр товарлари.
3.	Инсонни иш фаолиятини таъминловчи товарлар	Китоблар, констоварлар, мебеллар, алақа асбоблари, компьютерлар, машиналар.
4.	Инсонни дам олишини таъминловчи товарлар	Телевизор, магнитофон, радио ва бошқа техник товарлар, ўйинчоқлар.
5.	Саёхатлар учун товарлар	Овчилик товарлари,

Истеъмол товарлари бозоридаги сотувчилар ва истеъмолчилар ўртасидаги иқтисодий ва ижтимоий жараёнларни тартибга солиш аввало давлат қонунлари асосида амалга оширилади. Мамлакатимизда “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги ва “Реклама тўғрисидаги” қонунлар ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг бир қатор қарори ва бунга риоя қилиш учун давлат назорати амалга оширилди. Бу қонун ва қарорларга мувофиқ инсофсиз рақобатчилар томондан истеъмол товарлари бозорини монополаштириш юзасидан ҳар қандай уринишларни олдини

¹⁴ Тадқиқотчи ишланмаси

олиш, уларни чеклаш ва барҳам бериш, истеъмолчилар ҳуқуқларини химоя қилиш жихатлари билан биргаликда нархларнинг асоссиз равишда ўсиб кетишга, бозорда сифатсиз товарлар сотилиши ва хизматлар кўтариалишига олиб келувчи рақобатни олдини олиш чора тадбирлари кўрилди.

Хозирда Ўзбекистон Республикаси хусусийлаштириш, монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси вилоятлардаги ҳудудий бошқармаси ташкил этилган. Ҳудудий бошқарма истеъмолчилар ҳуқуқларини химоя қилиш ва реклама тўғрисидаги қонунчиликка риоя этилиши бўйича доимий равишда мониторинг олиб боради.

Ўзбекистон мустақилигининг биринчи кунидан бошлаб, истеъмол товарлари бозорини, хусусан ноозиқ-овқат товарлар бозорлари савдосини ташкил қилиш масалаларига алоҳида эътибор бериб келинмоқда. Кейинги йилларда босқичма босқич амалга оширилаётган чора тадбирлар натижасида истеъмол товарлари бозорларида жуда катта ўзгаришлар юз бермоқда.

Бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида аҳоли эҳтиёжларини, бозорни чуқур ўрганиш, аҳолининг истеъмол товарларига бўлган талабини қондириш ва ички бозорни шакллантиришда истеъмол товарлари савдосини ташкил этишнинг ҳуқуқий асослари яратилди ва ҳозирда бу ҳуқуқий асослар янада такомиллаштирилиб борилаётган. Ҳукуматимиз истеъмол товарлари бозорини ривожлантириш бўйича кўплаб қарорлар қабул қилган. Жумладан, 2000 йил 22 июнда “Бозорлар фаолиятини такомиллаштириш ва маҳсулотлар сотиш учун шарт шароитлар яратишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 239-сонли 2000 йил 12 августдаги ва 2003 йил 28 июн кундаги “Ноозиқ овқат истеъмол товарлари билан савдо қилишни такомиллаштириш чора тадбирлари тўғрисида”ги 330-сонли қарори, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 28 январдаги “Маҳаллий ноозиқ-овқат истеъмол товарлари ишлаб чиқариш кенгайтирилишини рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-1050-сонли қарорлари шулар жумласидандир.

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-июльдаги 330-сонли қарори қабул қилинди. Қарорда вилоятлар ва шаҳар ҳокимликлари солиқ ва ҳуқуқни муҳофаза қилиш органлари билан биргаликда бозорларда савдо фаолиятини амалга оширишни хоҳловчи яқка тартибдаги тадбиркорлар ўртасида бозорларда ноозиқ-овқат товарларини сотишнинг белгиланаётган тартиби бўйича бир қатор вазифалр белгилаб берилди.

-деҳқон бозорларидаги ноозиқ-овқат товарлар савдосини сотиш механизмларини янада такомиллашатириш;

- “бозор комплекслари”ни (бозор комплекслари – мамлакатимизда истеъмол товарлари чакана савдосини амалга оширадиган ва амалга оширишга мўлжалланган ва шу ҳуқуққа эга бўлган жой ёки иншоотлар назарда тутилмоқда) назорат-касса машиналари билан жиҳозланган турғун савдо шохобчаларига кўчириш бўйича комплекс чора-тадбирларни амалга ошириш;

- истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги қонун ҳужжатларига, бозорларда савдо қилишнинг белгиланган қоидаларига риоя этилиши ҳамда чакана савдо қилиш учун рухсат гувоҳномалари бўлиши устидан қатъий назорат ўрнатилиши;

- бозорнинг (бозор комплекслари назарда тутилмоқда) жойлашган ўрни, унинг ихтисослашуви, иш тартиби, ундаги савдо ўринларининг сони ва уларнинг жойлашиши мажбурий тартибда белгилаб қўйилди.

- бозорлар (бозор комплекслари назарда тутилмоқда) ҳудудлари уларнинг ихтисослашувига мувофиқ, деҳқон бозорлари ноозиқ-овқат

истеъмол товарлари билан савдо қилишга ихтисослашган бозорлар (буюм бозорлари ёки ихтисослаштирилган бозорлар) билан ёндош бўлмайдиган даражада аниқ ажратиб қўйилади.

- буюм бозорида (бозор комплекслари назарда тутилмоқда) ноозиқ-овқат истеъмол товарлари билан савдо қилишга юридик шахс бўлмаган якка тадбиркорлар сифатида рўйхатдан ўтказилган жисмоний шахсларга ва чакана савдо ҳуқуқига белгиланган тартибда берилган рухсат гувоҳномасига эга бўлган субъектларнинг фаолияти кафолатлари ҳам таъминланган. (фақат якка тартибдаги тадбиркорларга нисбатан).

2012 йилда қабул қилинган “Рақобат” тўғрисидаги қонуни эса ноозиқ-овқат товарлар бозорини янада ривожлантириш ва унинг самарали ташкил этилишида яна бир асосий меъёрий ҳужжат бўлди. Яхши биламизки, рақобат — бозор иқтисодиётини ҳаракатга келтирувчи энг асосий механизмлардан бири. Шунинг учун ҳам мамлакатимиз товар ва хизмат кўрсатиш бозорларида рақобат муҳитини ривожлантиришга катта эътибор бериб келинади. Хусусан, товарлар бозорларида мунтазам равишда таҳлиллар ўтказиш, рақобат муҳитининг ривожига тўсиқ бўлаётган муаммоларни аниқлаш ва уни ечимини топиш миллий иқтисодиётимизнинг ривожлантириш стратегиясининг асосини ташкил этмоқда. Шунинг учун ҳам бозорларимизда эркин рақобат муҳитини шакллантириш ва корхоналаримиз рақобатбатбардошлигини ошириш омилларини таҳлил этиш ва уларнинг илмий услубий асосини яратиш ноозиқ-овқат товарлари бозорини ривожлантиришдаги муҳим омилдир.

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 қилиш борасида ҳукуматимиз томонидан жуда катта эътибор берилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикасининг “Патта

тўловлари тўғрисида”ги қонуни, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 26 апрелдаги “Дехқон бозорлари ва савдо комплекслари фаолиятини ташкил қилишни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-1326 -сонли, **Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг** 2000 йил 12 августдаги “Бозорлар фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги 315-сонли ҳамда 2003 йил 28 июлдаги **“Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари билан савдо қилишни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”** ги **Вазирлар Маҳкамасининг** 330-қарорлари билан амалга оширилади.

Мамлакатнинг ҳар бир аҳоли қишлоғи, туман ва шаҳарларида маданий савдо хизмати кўрсатишни ташкил этиш масаласини ҳал этиш, деҳқон бозорлари, буюм, қурилиш моллари, ҳайвон ва бошқа ихтисослашган бозорларни ривожлантириш ва такомиллаштириш ҳал қилувчи аҳамиятга эгадир.

1.3. Вилоятда ноозиқ-овқат товарлари ишлаб чиқаришнинг ривожланиши

Наманган вилоятининг аҳолиси сони 2013 йилда 2420,6 минг кишини, умумий ер майдони 7440 кв.км ни ташкил этади. Вилоятда 830,7 минг нафар иқтисодий фаол аҳоли мавжуд бўлиб, шундан 815,3 минг нафари меҳнатда банддир, 45,1 минг нафари доимий иш билан банд бўлмаганлардир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 6-августдаги 1170-сонли “Наманган шаҳрини 2009-2012 йилларда ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар Дастури тўғрисида”ги қарори, “2009-2012 йилларда Наманган вилояти саноатини ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизациялаштириш Дастури тўғрисида”ги Вазирлар Маҳкамасининг 232-сонли қарори, Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 24 августдаги “2009-2012 йилларда Наманган вилоятида кичик бизнес, тадбиркорлик ва касаначиликни ривожлантириш

Дастури тўғрисида”ги 246-сонли қарорларини вилоятимизда бажарилишини ташкил этилиши натижасида саноатни янада ривожлантиришга имкониятлар яратилмоқда.

Наманган вилояти Мамлакатимиз Президентининг 2009 йилнинг асосий яқунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий йўналишларига бағишланган маърузасида “...ички бозорни мамлакатимизда ишлаб чиқарилган, импорт товарларидан сифатли, нархи эса арзон бўлган маҳсулотлар билан тўлдириш, юртдошларимизнинг ўсиб бораётган талаб ва эҳтиёжларини янада тўлароқ қондириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар кўриш лозим”¹⁵ лиги белгиланган.

1.3.1-жадвал

Наманган вилоятининг 2012 йилдаги ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг асосий кўрсаткичлари ТАХЛИЛИ

(2011 йилга нибатан % да)

Шаҳар, туманлар номи	Ялпи қишлоқ хўжалиги маҳсулоти	Саноат	Халқ истеъмол и моллари	Чакана савдо	Хизматлар	Пуллик хизмат
Вилоят бўйича	107,0	114,9	113,1	116,6	117,3	116,8
Наманган шаҳри.	105,7	108,4	108,8	116,7	119,2	117,5
Мингбулоқ	106,7	136,4	138,5	103,5	93,7	110,6
Косонсой	106,2	108,1	117,5	123,2	112,5	107,8
Намангант.	107,9	141,5	140,3	117,9	125,5	117,0
Норин	106,5	151,0	3,2 м	116,8	106,9	117,4
Поп	108,0	117,6	107,5	119,1	133,6	115,9
Тўрақўрғон	107,6	104,7	103,5	116,7	105,4	114,6
Уйчи	108,3	117,9	104,9	117,9	126,8	117,0
Учқўрғон	106,9	110,4	106,8	117,0	130,5	115,8
Чортоқ	108,4	155,7	126,2	114,5	100,6	122,2
Чуст	109,6	110,2	114,7	114,9	103,8	114,2
Янгиқўрғон	108,3	122,4	105,1	118,0	118,8	116,6

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти

¹⁵И.А.Каримов “Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир” 2009 йилнинг асосий яқунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг энг муҳим ўсаткичлари бўлиб келган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. www.UzA.uz.

2012 якуни билан ялпи ҳудудий маҳсулотнинг ўсиш 2011 йилга нисбатан 10 фоизга, саноат ишлаб чиқариш ҳажми 14,9 фоизга, қишлоқ хўжалиги 7 фоиз, халқ истеъмол моллари ишлаб чиқариш 13,1 %га, чакана савдо айланмаси 16,6 фоиз ва хизматлар 16,6 %га, пуллик хизматлар ҳажмини 16,8. фоизга ўсишига эришилган. (1.3.1-жадвал).

Ушбу мақсадга эришишда саноат корхоналарининг маркетинг фаолиятларини ўрганиб истиқболини белгилаш, истиқболи бўлмаган корхоналарни тугатиш ва рақобатга эркин кириша оладиган импорт ўрнини босувчи истеъмол товарлари ишлаб чиқарадиган янги кичик бизнес субъектларини ташкил этиш, қайта модернизация қилиш лозимлиги белгиланган.

Истеъмол товарлари бозорининг ривожланиши ривожланган мамлакатлар тажрибасида ишлаб чиқаришни ривожланиши билан белгилаб борилади. Шунинг учун 2009 -2012 йиллар давомида ЯИМда асосий ишлаб чиқариш яъни саноатни улушини ошиб боришини 1.3.2-жадвал маълумотларидан кўришимиз мумкин. 2009 йилда ЯХМда саноатнинг улуши 7,1 %ни ташкил этган бўлса, 2012 йилда 9,9 % га ошган. Бу эса вилоятда саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни тез суратларда ошиб бораётганлигини ва унинг таркибида истеъмол товарларининг ҳам улушини ошиб бораётганлигини кўришимиз мумкин (1.3.3-жадвал).

1.3.2-жадвал

**Наманган вилоятида саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш
кўрсаткичлари**

Кўрсаткичлари	2009 йил		2010 йил		2011 йил		2012 йил	
	Млн сўм	%	Млн. сўм	%	Млн. Сўм	%	Млн. сўм	%
Саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми	534530,0	113,0	748670,0	123,7	291834,7	116,1	373781,1	114,9
ЯИМда саноатнинг улуши		7,1		9,1		9,7		9,9

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 29 январдаги ПҚ-1050 сонли қарори ҳамда, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “**2009-2012 йилларда Наманган вилояти саноатини ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизациялаш Дастури тўғрисида**”ги **232-сонли қарор**”лари асосида саноат корхоналарида маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтириш, экспорт прогноз кўрсаткичлари ҳамда маҳсулот сифатини яхшилаш ва замонавий дизайн асосида маҳсулот ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш масалалари устивор вазифа сифатида белгиланиб 2010-2012 йиллар давомида бир қатор тармоқларда ўсиш суратларига эришилди. (1.3.2-жадвал)

1.3.3-жадвал

Наманган вилоятида ноозиқ-овқат истеъмол товарлари ишлаб чиқаришининг ривожланиши

№	Маҳсулот номи	Ўлчов бирлиги	Ишлаб чиқариш ҳажми					Ўсиш суръати 2008 йилга нисбатан, %
			2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011 йил	2012 йил	
	Жами саноат маҳсулотлари	млрд.сўм	434,5	534,5	748,7	1057,3	1289,3	296,7
I.	Истеъмол товарлари ишлаб чиқариш, жами	млрд.сўм	266,5	329,5	441,9	651,7	819,2	307,4
1.1.	Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари	млрд.сўм	58,8	96,9	162,3	237,6	279,6	475,5
	Ноозиқ-овқаттоварлар жами саноатда улуши	%	22,1	29,4	36,7	36,5	34,1	

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти.

1.3.3-жадвал кўрсаткичларидан вилоятда 2008 йилга нисбатан саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш 2,9 мартага, истеъмол товарлари ишлаб чиқариш эса 3 мартага ўсган. Шунинг билан бирга чарм галантереяси, пойабзал, аралаш ва шойи газламалар, атир-упа маҳсулотлари ишлаб чиқариш бўйича янги корхоналар ташкил этилиб, янги турдаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш йўлга қўйилиши ва халқ истеъмол моллари ишлаб чиқариш кенгайтириш ҳисобига саноат маҳсулотларида ноозиқ-овқат маҳсулотларининг улуши 2008 йилда 22,1 % ни ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 2012 йилда 34,1 %га етди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Инкирозга қарши чоралар Дастури”да белгиланган аниқ ва мақсадли ишлар натижасида саноат тармоғида бир қатор қатор ютуқларга эришилди ва буни қўйидагича изохлаш мумкин.

1.3.4-жадвал

Наманган вилоятида саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни тармоқлар таркиби бўйича ривожланиши

Млрд сўм

№	Тармоқлар номи	2010 й	2013 й	ўсиши %
Саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш		2390,3	4669,4	
Шу жумладан тармоқлар бўйича:				
1	Ёқилғи	45,4	28,0	61,7
2	Кимё ва нефт кимёси саноати	28,7	46,7	1,6 м
3	Машинасозлик ва металл қайта ишлаш	186,4	462,3	2,4 м
4	Ёғочни қайта ишлаш ва қоғоз-целлюлоза саноати	57,4	102,7	1,7 м
5	Қурилиш материаллари саноати	100,4	191,4	1,9 м
6	Енгил саноат	1063,7	1821,1	1,7 м
7	Озиқ-овқат саноати	652,6	1270,1	1,9 м
8	Бошқа тармоқлар	255,8	747,1	2,9 м

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти

Вилоятда 2010 йилда рўйхатдан ўтган саноат корхоналари сони 2316 тани ташкил этиб, шундан фаолият кўрсатаётган саноат корхоналари сони 1918 тани ташкил этган бўлса 2012 йилда 2873 та корхонада саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилди. Жами саноатда банд аҳоли эса 2010 йилга нисбатан 2012 йилда 2,4 мартага ошган.

Вилоятда саноатнинг етакчи тармоқларидан енгил саноат, тўқимачилик, пахта тозалаш, пойабзал, мебел ишлаб чиқариш, озиқ-овқат ҳамда қишлоқ хўжалик маҳсулотларини қайта ишлаш тармоқлари, машинасозлик ва метални қайта ишлаш, қурилиш материаллари ишлаб чиқариш тармоқларига қарашли корхоналар ривожланиб, саноат ва халқ истеъмоли товарлари ишлаб чиқаришда салмоғи йилдан-йилга ошиб бораётганлигини кўришимиз мумкин (1.3.4-жадвал).

2010-2013 йиллардаги қисқа давр мобойнида вилоятда машинасозлик ва метални қайта ишлаш саноат 2,4 мартага, кимё саноати 1,6 мартага, енгил саноат 1,7 мартага, озиқ-овқат саноати эса 1,9 мартага ўсди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг саноатни модернизациялаш ва диверсификациялаш йўналишидаги аниқ мақсадли дастурлар асосан кўйидаги йўналишларга қаратилган:

- вилоятдаги йирик саноат корхоналарида маҳсулот таннархини қўшимча камайтириш, бу эса иқтисод қилишнинг қаттиқ тартибини жорий этиш орқали амалга оширилмоқда;

- маҳсулот таннархини кескин камайтириш, мослашувчан нарх-наво сиёсатини амалга ошириш, жахон бозорларида нарх-наво конъюктурасини тез ўзгариб бораётган бир шароитда экспорт механизмларини такомиллаштириш ва жадаллаштириш;

- маҳсулот таннархини камайтириш юзасидан корхона рахбар ходимлари фаолиятини баҳолаш ва уларни моддий рағбатлантиришга алохида эътибор қатаратиш.

Вилоятдаги саноат корхоналарида ишлаб чиқилган қўшимча тадбирларга асосан электр энергия, хом-ашё ва материаллар сарфи нормаларини тушириш, транспорт харажатларини қисқартириш, бошқарув аппарати харажатларини камайтириш, солиқ тўловларидан бўлган имтиёзлар, ишлаб чиқариш жараёнларини узлуксизлигини таъминлаш ва йўқотишларни камайтиришга эришилмоқда, бунинг натижасида корхоналар томонидан йилига 20 млрд.сўм иқтисод қилинмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 14 августдаги “2009-2012 йилларда Наманган вилоятида саноатни ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизация қилиш Дастури тўғрисида”ги 232-сонли қарори вилоятда саноатни ривожлантиришни янада муҳим омили бўлмоқда.

II боб. Вилоят пойабзаллар бозорининг таҳлили

2.1. Пойабзаллар ишлаб чиқаришнинг ривожланиши

Пойабзаллар энг замонавий моделларнинг ёши тўрт асрдан ошган. Испания ғорларида олиб борилган археологик топилмаларнинг гувоҳлик беришича, кишилар ўн беш минг йиллар муқаддам ноқулай об-хаво шароити, турли жароҳатлардан химоя воситаси сифатида хайвон териси ёки жунидан тайёрланган пойабзал кийганлар. Яна бошқа манбаларда кўрсатилишича, пойабзалларнинг келиб чиқиши 40 минг йиллик тарихга эга.

Бобокалонларимиз учун пойабзаллар нафақат химоя қопламаси, балки ижтимоий мақом вазифасини ҳам ўтаган. Ўша даврларда ҳам худди бугунгидек урф бўлган туфлилар олий табақа, яъни зодагонларга тегишли бўлган. Пойабзаллар орасидаги тафовут кишиларнинг жамиятдаги мавқеини акс эттирган.

Шиппак (сандал) боболаримизнинг дастлабки пойабзалларидан бири ҳисобланади. Уни Мисрлик хунармандлар папирус дарахти япроқларидан, Эронликлар эса майин чармдан тикиб олганлар. Ўз вақтида шиппак Юнонистон, Рим ва Месопатамияда ҳам жуда оммабоп бўлган. Кўхна Мисрда бундай турфа урфдаги шиппаклар инсонларнинг жамиятда қандай мавқега эга эканлигини англатган. Масалан, қуллар одатда оёқ яланг юришар ёки палма япроқларидан тўқилган, ишлов берилмаган, қўпол шиппаклар кийиб юришса, оддий фуқаролар папирусдан тайёрланган ҳозирги сланси кўринишидаги, яъни бармоқлари орасидан ясси тагчармга пишиқ ип билан маҳкамланган шиппаклар кийганлар. Учлари узун, серхашам шиппакларни киборлар кийишган. Қизил ва сариқ рангли шиппакларни кийиш оқ суяк бўлмаган қавм учун қатъиян тақиқланган.

Қадимги Юнонистонда кибор хонимлар гардеробида ҳар бир мавсум учун йигирма жуфтдан ортиқ пойабзаллар бўлган. Хонимлар саёҳатга чиққанларида уларнинг пойабзалларини олиб юриш, тозалаш учунгина бир

неча куллар тайёрланган. Хитой аёллари қадимдан кичик ўлчамдаги пойабзалларни маъкул кўрганлар.

Ғарбда кўп асрлар давомида пойабзаллар никоҳ маросимларида ҳам алоҳида аҳамият касб этган. Баъзи миллатларнинг урф-одатларига кўра, келиннинг отаси оёғидаги пойабзалини келин-куёвга қараб отади. Бу «қизимга бўлган барча ҳақ-ҳуқуқларим энди куёвимга ўтди», деган маънони англатган. Англо-сакс маросимларида пойабзал худди никоҳ узугидек муҳим бўлган, келин-куёв узук эмас, пойабзалларини алмашганлар. Ўрта асрларга келиб шиппаклар ўз ўрнини мокасин ва этикларга бўшатиб бера бошлади. Совуқ об-ҳаво туфайли оёқ юзи ёпилган, пишиқ чармли, ясси товонли, янада кулай пойабзалларга эҳтиёж туғилди. Бир пайтнинг ўзида турли мамлакатларда шундай урфдаги, асосан, ёғочдан ишланган пойабзалларга талаб кучайди. Аста-секин турли хилдаги ва кўринишдаги оёқ кийимлар шакллана борди. XIII асрда Франциянинг Анжоу графлигида кашф этилган учли пойабзаллар айниқса, зодагонлар орасида шу даражада талаб катта бўлиб кетдики, оқибатда туфлиларни учли қилиб ишламаслик ҳақида парламент махсус қарор чиқаришга мажбур бўлди. Чунки туфлиларнинг учининг узунлигидан қоқилиб, жароҳатланишлар кўпайиб кетганди.

Шу тариқа дунёнинг турли бурчакларида пойабзал тайёрлаш саноати турлича ривожланиб борди. Аммо бунда бир муаммо бор эди — пойабзалнинг иккала жуфти ҳар доим ҳам бир хил ўлчамда бўлавермасди. Сабаби XIX асрда бир ўлчамидаги пойабзал ишлаб чиқариш қурилмаси ихтиро қилингунга қадар, оёқ кийимлар этикдўзлар томонидан қўлда оғир меҳнат билан тайёрланарди.

1628-йилда АҚШ машҳур «Мейфловвер» кемаси сайёҳи Томас Берд илк маротаба пойабзал ишлаб чиқарган. Мустамлакачилар бу ғояни Америка туб аҳолиси — хиндуларнинг пойабзалларини кўргач, кенг шакллантиришган. Эскимо қабилаларининг мокасин, деб аталувчи пойабзалларидан андоза олиб ишланган оёқ кийимлар шу қадар машҳур бўлиб кетдики, 1650-йилга келиб

америкаликлар Англияга пойабзал экспорт қилишни йўлга қўйдилар. Пойабзал ишлаб чиқариш учун мўлжалланган биринчи механизациялашган фабрика 1760-йилда Жон Адамс Дагер томонидан Массачусетс штатининг Лин шаҳрида барпо этилди. Ян Матзленгер исмли кашфиётчи 1883-йилда кунига 700 дан ортиқ пойабзал устки қисмларини ишлаб чиқарувчи машина ихтиро қилди.

Ўзбекистонда пойабзал тикиш ўз анъаналарига эга. Қадимдан пойабзал тикувчи косиблар қўлда ҳар-хил андоза ва турдаги этик, махси, кавуш тикканлар. Пойабзал саноати корхоналари пайдо бўлиши билан туфли, ботинка, сандал, шиппак, пийма, калиш ҳамда махсус иш пойабзаллари ишлаб чиқарила бошланди. 1927 йилда Тошкентда пойабзал фабрикаси ишга тушди. 1935 йилда Тошкентда яна бир пойабзал фабрикаси, кейинчалик 1938 йилда Бухорода, 1939 йилда Андижон, Чирчиқ, Қўқон ва Наманганда кичикроқ пойабзал фабрикалари фойдаланишга топширилди. 1940 йилларда Республикада кенг тармоқди пойабзал саноати вужудга келди.

Иккинчи жаҳон урушдан Кейинги даврларда Янгийўл пойабзал фабрикаси, 1969 йилда Фарғона пойабзал фабрикаси ишга туширилди. Тошкентдаги йирик фабрикалар ҳамда Чирчиқ ва Қўқон фабрикалари кенгайтирилиб қайта жихозланди, корхоналар маҳсулотлар турлари ва ассартименти бўйича ихтисослашди.

1995 йилда “Фарғонапойабзал” акциядорлик жамияти билан Германиянинг “Саламандер” фирмаси иштирокида “Ўзсаламан” кўшма корхонаси маҳсулот чиқара бошлади. Республикада чарм-пойабзал тармоғи бошқаруви тизими такомиллашиб тармоқда ягона раҳбарликни амалга оширадиган, кўпчилик, пойабзал, тери-чарм маҳсулотлари, шунингдек истеъмол буюмлари ишлаб чиқариш, тери тайёрлаш билан шуғулланадиган корхоналарни ўз ичига олган “Ўзбекчармпойабзали” уюшмаси 2000 йил 23 февралда ташкил этилди. Уюшманинг барча вилоятларда тери хом-ашёсини тайёрлаш билан шуғулланадиган савдо-харид корхоналари, терини қайта

ишлаш: пойабзал, чарм-атторлик маҳсулотлари, сунъий чарм, картон, нотўқима материаллар ишлаб чиқариш корхоналари мавжуд.

Уюшма таркибида 15 та терини қайта ишлаш заводлари, жумладан энг йириклари йилик қуввати 35,4 млн дм² чарм бўлган “Ўзбекистон” ва йиллик қуввати 40 млн дм² бўлган “Кўнчи” акциядорлик жамиятлари; 22 та пойабзал ишлаб чиқарувчи йирик корхоналар: жумладан, йиллик қуввати 500 минг жуфт бўлган “Ўзсаламан”, йиллик қуввати 330 минг жуфт бўлган “Кибо болалар пойабзали” кўшма корхоналари, йиллик қуввати 567 минг жуфт бўлган “Тошкент пойабзали”, йиллик қуввати 1182 минг жуфт бўлган “Кўкон пойабзали”, йиллик қуввати 860 минг жуфт бўлган “Фарғона пойабзали”, акциядорлик жамиятлари; “Фарғона сунъий чарм заводи” ва бир қатор кичик корхоналар ва фирмалар фаолият кўрсатмоқда. Уюшма корхоналарида 18,4 млн дм² чарм маҳсулотлари, 4,01 млн жуфт турли пойабзаллар ишлаб чиқарилади.

“Ўзбекчармпойабзали” уюшмаси ҳам бу борада салмоқли ишларни амалга оширмоқда. Хозирда уюшма таркибига 43 та тайёрлов пунти, 13 та савдо тайёрлов, 18 та терини қайта ишлаш, 20 та пойабзал, 3 та чарм галантерия буюмлари ишлаб чиқарадиган корхона ва битта сунъий чарм ишлаб чиқариш заводи киради. Хозирги кунга қадар уюшма корхоналари томонидан 400 турдаги пойабзаллар ишлаб чиқариш ўзлаштирилди.

Республика чарм пойабзал саноати корхоналарининг асосий қисми Андижон, Тошкент, Фарғона ва Наманган вилоятларида фаолият юритмоқда. Шуниси эътиборлики пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналар хом-ашё баъзаси яқин чекка худудларда ташкил этиш кўпроқ самара бермоқда.

Республикаимизда амалга оширилаётган кенг кўламли ислохатлар пайабзал ишлаб чиқариш хажмини тобора оширишга қаратилганлигини натижасида 2005-2010 йиллар давомида чарм пойабзаллари ишлаб чиқариш 1,4 мартага, резина пойабзаллар ишлаб чиқариш 4,1 мартага ошиб, жами пойабзаллар ишлаб чиқариш эса 3,1 мартага кўпайди. (2.1.1-жадвал).

Шунингдек, чарм пойабзаллар ишлаб чиқариш аҳоли жон бошига 2005 йилда 0,9 жуфтдан, 2010 йилда 0,12 жутга етган бўлса резина пойабзаллар ишлаб чиқариш 2,34 жуфтдан 9,81 жутга етган. 2010 йилда аҳоли жон бошига жами пойабзал ишлаб чиқариш 12,3 жуфтни ташкил этган.

2.1.1-жадвал

**Ўзбекистон республикасида пайабзаллар ишлаб чиқаришни
ривожланиши**

минг жуфт

Пойабзаллар ассортименти	2005 йил	2010 йил	ўсиши (2005/2010)
чарм пойабзаллар	2348	3356	1,4
аҳоли жон бошига	0,09	0,12	1,3
резина пойабзаллар	3667	15414,5	4,2
аҳоли жон бошига	2,34	9,81	4,2
жами пойабзаллар	6015	18770,5	3,1
аҳоли жон бошига	3,99	12,30	3,1

Жадвал. Ўз.ДСҚ маълумоти асосида тайёрланган.

Наманган вилоятида 2012 йилда 116 минг жуфт пойабзал ишлаб чиқарилган бўлса 2012 йилда бу кўрсаткич 674 минг жуфтни ташкил этди(2.1.2-жавдал).Ишлаб чиқариш хажми 2008 йилга нисбатан 2012 йилда 5,8 мартага ошди ва Ресубликамизда ишлаб чиқарилаётган пойабзалларнинг 2010 йилда 12 % ни ташкил этган бўлса бу кўрсаткич 2012 йилда 13,1 %ни ташкил этди. Пойабзаллар ишлаб чиқариш ассортименти ҳам кенгаймоқда. Кичик корхона ва микрофирмаларнинг улуши ҳам ишлаб чиқаришда тобора ошиб бормоқда.

2008 йилда пойабзаллар ишлаб чиқариш аҳоли жон бошига 0,05 жуфтни ташкил этган бўлса, 2012 йилга келиб аҳоли жон бошига 0,28 жуфт пойабзаллар ишлаб чиқарилди. Пойабзаллар ишлаб чиқариш

2.1.2-жадвал

**Наманган вилоятида 2008-2012 йилларда ишлаб чиқарилган чарм
пойабзаллар**

Ассорти- ментлар	Ўлчов бирлиги	2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011 йил	2012 йил
Кичик корхоналар	минг жуфт	66,0	140	180,0	300,0	264,0
Микрофирмалар	минг жуфт	7,0	100	185,0	140,0	105,0
Уй хўжалиги	минг жуфт	43,0	40	47,0	50,0	77,0
Микро кушма корхоналар	минг жуфт					40,0
Якка тартибдаги меҳнат фаолияти	минг жуфт					175,0
Ёрдамчи хўжалик	минг жуфт					13,0
Жаъми	Минг жуфт	116,0	280	412,0	490,0	674,0
аҳоли жлн бошига	жуфт	0,05	0,13	0,18	0,21	0,28

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти

ҳажмларини вилоятда пойабзаллар ишлаб чиқарилди. Пойабзаллар ишлаб чиқариш ҳажмларини вилоятда фаолият юритаётган корхоналар миқёсида таҳлил этилганда 2010-2013 йилларда барча корхоналарда ўсишга эришилганлигини кўрамиз(2.1.3-жадвал). 2013 йилда вилоятимизнинг пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг йиллик қуввати 564,8 минг жуфтни ташкил этди. Бироқ корхоналар томонидан жами 493,7 минг жуфт пойабзал ишлаб чиқарилиб ишлаб чиқариш қувватларидан 87,4 % фойдаланилди.

2010 йилга нисбатан 2013 йилда пойабзал ишлаб чиқаришни “Дамбоғ пойабзали савдо” ХКси “Дипломат пойабзали савдо” ХК си 2,4 мартага, “Файз пойабзали савдо” ХК си 3,6 марта, “Исоқжон савдо сервис” ХК си 3,1 мартага кўпайтиган. Таҳлил этилаётган даврда янги 5 та корхоналарда,

жумладан, “Мезон сифат савдо”, “Модел пойафзал савдо” “Ифтихор саноат савдо” каби корхоналарда ҳам пойабзаллар ишлаб чиқариш йўлга қўйилди.

Тайёр чарм-пойабзал товарлари ишлаб чиқариш, аҳолининг ўсиб бораётган талабларини биринчи навбатда мамлакатимизда ишлаб чиқариш ҳажмларини сезиларли даражада кўпайтириш ҳисобига қондириш, кўн чарм хом-ашёсини самарали қайта ишлаш, тармоқ корхоналарида замонавий технология асбоб-ускуналарини жорий этиш ва шу асосда рақобатбардошли кўн-чарм ва пойабзал маҳсулотлари ишлаб чиқаришни кўпайтириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш мақсадида қабул қилинган “2009-2012 йилларда чарм-пойабзал саноати корхоналарини янада ривожлантириш ва модернизация қилиш ҳамда тайёр чарм товарлар ишлаб чиқариш ҳажмларини кўпайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 17 июндаги 169-сонли қарори ҳам пойабзаллар бозорини ривожланишида яна бир муҳим қадам бўлди. Қарорда белгиланган вазифалар вилоятда фаолият юритаётган пойабзал ишлаб чиқарувчи қорхонларнинг стратегик мақсади қилиб белгиланди.

2.1.3-жадвал

Наманган вилоятида пойабзал ишлаб чиқарувчи кичик бизнес субъектларининг ишлаб чиқариш кўрсаткичлари (2011-2013 йиллар)

сон	Корхоналар номи	ўлчов бирлиги	2013 йилда и.ч. қуввати	2010 йил	2012 йил	2013 йил	2013 /2010 йилга нисбатан (%)	Ишлаб чиқариш қувватларида н фойдаланиш даражаси (%)
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	вилоят бўйича жами	минг жуфт	564,8	252,0	361,6	493,7	195,9	87,4
1	"Дамбоғ пойабзал савдо" ХК	минг жуфт	45,0	22,3	26,1	55,6	249,5	123,4
2	"Истикбол пойабзал савдо" ХК	минг жуфт	20,0	3,7	4,4	21,8	583,9	109,0
3	"Дипломат пойабзал саноат савдо" МЧЖ	минг жуфт	15,0	5,1	5,7	12,5	247,4	83,6
4	"Файз пойабзал савдо" ХК	минг жуфт	15,0	3,7	4,4	13,8	368,8	91,8

1	2	3	4	5	6	7	8	9
5	"Исокжон савдо сервис" ХК	минг жуфт	15,0	6,4	7,2	20,4	318,8	136,0
6	"Саркор ризо пойабзал" ХК	минг жуфт	10,0	1,6	2,4	7,2	448,2	71,7
7	"Шарк пойабзал фабрикаси" МЧЖ	минг жуфт	25,0	10,1	11,7	22,4	221,4	89,8
8	"Лидер Аюб" ХК	минг жуфт	25,0	3,7	4,7	19,6	524,2	78,3
9	"Сардор пойабзал савдо" ХК	минг жуфт	5,0	0,1	0,4	2,8	2106,0	56,2
10	"Зиё нур маркет" ХК	минг жуфт	30,0	24,7	27,2	27,7	112,4	92,4
11	"Саидумар саноат савдо" МЧЖ	минг жуфт	6,0	2,0	3,8	4,0	201,4	67,1
12	"Мангу диёр" ДП	минг жуфт	15,0	5,5	10,1	10,2	186,1	67,8
13	"Ибратли сервис" ХК	минг жуфт	10,0	6,3	7,5	8,2	130,2	81,6
14	"Голден Ринг" ХК	минг жуфт	2,0	0,5	1,0	1,2	229,5	61,2
15	"Интермаг текс савдо" МЧЖ	минг жуфт	20,0	11,5	14,0	15,2	132,1	75,8
16	"Кармен фасон" ХК	минг жуфт	5,0	2,1	3,5	3,6	167,3	71,4
17	"Урикзор кувончи" ХК	минг жуфт	50,0	40,7	46,9	47,1	115,8	94,2
18	"Файз Акбар Азиз" ХК	минг жуфт	22,0	14,9	16,5	18,2	121,7	82,6
19	"Агро маш строй торг сервис" МЧЖ	минг жуфт	24,0	16,3	19,0	19,7	121,1	82,1
20	"Текст пласт" ХК	минг жуфт	15,0	0,3	0,4	12,6	4734,4	84,2
21	"Малика холис сервис" МЧЖ	минг жуфт	5,0	1,5	1,8	2,6	173,9	51,0
22	"Машад чарм текстил" МЧЖ	минг жуфт	0,8	0,1	0,2	0,8	603,8	100,6
23	"Оза-Нанай" МЧЖ	минг жуфт	5,0	2,1	3,0	3,6	167,3	71,4
24	"Интер Дионис инвест" МЧЖ	минг жуфт	30,0	0,0	22,5	22,7	100,0	75,5
25	"Мезон Сифат Савдо" МЧЖ	минг жуфт	30,0	0,0	22,6	22,7	100,0	75,6
26	"Тожир Прима сервис" МЧЖ	минг жуфт	10,0	0,0	7,6	7,6	100,0	76,4
27	"Модел Пойафзал Савдо" МЧЖ	минг жуфт	1,0	0,0	0,3	0,3	100,0	33,3
28	"Данел Диамонд" МЧЖ	минг жуфт	2,0	0,0	1,0	1,0	100,0	48,5
34	"Ифтихор саноат савдо" МЧЖ	минг жуфт	7,0	0,0	0,0	1,3	100,0	19,2
35	Уй хўжалиги	минг жуфт	100,0	66,8	85,5	87,5	130,9	87,5

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти

Тахлиллар вилоятимиз пойабзаллар бозорининг барқарор ривожланаётганлигини ва уда иштирок этувчиларда юқори даражада рақобат мухити мавжудлигини тасдиқламоқда. Бу эса корхоналар учун ўзининг аниқ мақсадга йўналтирилган маркетинг дастурларини белгилаш ва уни амалга оширишда юқори даражада шаклланган ишлаб чиқаришни ташкил этиш каби муҳим вазифаларни белгилаб бермоқда. Шу мақсадда вилоятимизда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 6 июлдаги “Наманган вилояти саноатининг индустриал салоҳиятини ривожлантириш ҳамда Наманган шаҳрини ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-3215-сонли Фармойиши асосида қабул қилинган Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 14 августдаги “2009-2012 йилларда Наманган вилоятида саноатни ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизация қилиш Дастури тўғрисида”ги 232-сонли қарорига мувофиқ вилоят ҳокимининг 2009 йил 18 августдаги 182-сонли қарори қабул қилинди ва унинг бажарилиши вилоятда пойабзаллар бозорини янада ривожлантиришда яна бир муҳим қадам бўлиб хисобланди. Дастурга мувофиқ 2009-2012 йилларда вилоятда 129 та лойиҳаларни амалга ошириш белгиланган бўлиб, ушбу лойиҳаларга жами 74,8 млрд.сўм ва 45,6 млн.доллар миқдоридаги маблағлар сарфланиб 8529 та янги иш ўринлари яратилиши белгиланган эди. Ушбу лоҳилар доирасида 10 та корхонада ишлаб чиқаришда янги қувватлар яратилди (2.1.4-жадвал).

Наманган вилоятида пойабзаллар ишлаб чиқариш бўйича ишлаётган корхоналарни кенгайтириш ва янги корхоналарни ташкил этиш йўналишида 2009-2012 йилларда жами 9 та корхонада модернизациялаш ишлари олиб борилди ва замонавий технологиялар билан жиҳозланди. 2012 йил якуни билан йиллик 273 минг жуфт ёки 2420 млрд сўмлик пойабзал ишлаб чиқариш қувватлари фойдаланишга топширилди. Ушбу мақсадларга 1 млрд 300 минг сўмдан ортиқроқ маблағлар жалб этилишини натижасида 160 га яқин иш ўринлариташкил этилди.

2.1.4-жадвал

Наманган вилоятида пойабзаллар ишлаб чиқариш бўйича ишлаётган корхоналарни кенгайтириш ва янги корхоналар ташкил этиш бўйича 2009-2012 йилларда амалга оширилган лойиҳалар тўғрисида

МАЪЛУМОТ

№	Корхона (лойиҳа) номи	Лойиҳа йўналиши	Ишлаб чиқариш қуввати, натура кўриниши да (йиллик)	Ишлаб чиқариш қуввати, млн.сўм (йиллик)	жалб этилад иган маблағ (млн сўм)	шундан, молиялаштириш манбан		Яратилг ан янги иш ўринлар и
						Корхона маблағи (млн.сўм)	Банк кредити (млн сўм)	
1	"Исоқжон савдо сервис" ХК	янги қув	4	50,0	20,0	20,0		6
2	"Ўрикзор кувончи" ХК	модерн	25	375,0	314,0	64,0	250,0	17
3	"Малика холис сервис" ХК	модерн	6	100,0	162,0	62,0	100,0	5
4	"Косонсой Ал Азиз" МЧЖ	модерн	170	400,0	130,0	80,0	50,0	50
5	"Файз" ХК	модерн	10	80	65,0	65,0		11
6	"Дамбоғ пойабзал савдо" ХК	модерн	35	870,0	394,0	122,0	272,0	16
7	"Истиқбол пойабзал савдо" ХК	модерн	10	120,0	145,0	145,0		20
8	"Шарк пойабзали" МЧЖ	модерн	10,0	350,0	99,2	9,2	90,0	25
9	"Ифтихор саноат савдо" ХК	модерн	3,0	75,0	20,0	10,0	10,0	10
	Жами		273	2420,0	1349,2	577	772	160

Жадвал тадқиқот натижалари асосида тузилди

Наманган вилоятида пойабзаллар ишлаб чиқариш бўйича ишлаётган корхоналарни кенгайтириш ва янги корхоналар ташкил этиш бўйича 2009-2012 йилларда амалга оширилган лойиҳалар тўғрисида Исоқжон савдо сервис" ХК "Ўрикзор кувончи" ХК "Малика холис сервис" ХК "Косонсой Ал Азиз" МЧЖ "Файз" ХК "Истиқбол пойабзал савдо" ХК "Дамбоғ пойабзал савдо" ХК "Шарк пойабзали" МЧЖ "Ифтихор саноат

савдо" Хусусий Корхоналари фаолияти ўрганилди. Ишлаб чиқариш қувватлари таҳлил қилинди. Корхона маблағлари ва Яратилган янги иш ўринлари кўрсаткичлари бўйича иш олиб борилди. Лойиха йўналишлари асосан модернизация йўналишида эканлиги аниқланди. Ушбу корхоналар томонидан 2420,0 млн сўм миқдорида маблағ ўзлаштирилиб маҳсулот ишлаб чиқаришга жалб этилган.

2.2. Пойабзаллар ассортименти ва сифат кўрсаткичлари таҳлили

Бир қанча хусусиятлари бўйича бир-бирига ўхшаш турли товарлар йиғиндисига товарлар ассортименти деб айтилади. Масалан, уй хўжалигини жиҳозлаш учун ишлатиладиган стол, стул, каравот, шкаф, диван ва шунга ўхшашлар мебель товарлари ассортиментини, оёққа кийиш учун мўлжалланган туфли, этиш, галош, тапочка ва бошқалар пойабзал товарлари ассортиментини ташкил қилади.

Товарлар ассортименти истеъмол қийматига кўра икки гуруҳга бўлинади:

- ишлаб чиқариш ассортименти;
- савдо ассортименти.

Ишлаб чиқариш ассортименти деганда - саноат ва қишлоқ хўжалигининг турли тармоқларида ишлаб чиқарилган маҳсулотлар тушунилади. Уларнинг бир қисми яна такрор ишлаб чиқаришда ҳом-ашё сифатида фойдаланилади.

Савдо ассортименти деб - чакана савдо корхоналарида сотилишга йўналтирилган товарлар йиғиндисига айтилади. Уларга импорт товарихам киради.

Биз пойабзаллар ассортиментини бир қанча хусусиётлари бўйича таҳлил қиламиз.

Пойабзал-бу кишининг маълум бир моддий ва эстетик талабини қондириш учун ишлатиладиган восита ёки буюмдир. Товар нуқтаи назаридан эса — пойабзал инсоннинг моддий эҳтиёжини қондириш ва сотиш учун мўлжалланган меҳнат маҳсули бўлиб, ўзининг аниқ истеъмол қийматига эга.

Шунинг учун пойабзал киши учун энг зарур меҳнат воситаларидан бири бўлиб, халқ истеъмол товарларининг мураккаб гуруҳига киради ва энгил саноат тармоғи таркибида ўрганилади.

Пойабзал товарлари ишлатиладиган материалнинг турига қараб уч гуруҳга бўлинади: чарм пойабзаллари, резина пойабзаллари ва жундан босиб тайёрланган пойабзаллар. Буларнинг ичида энг кўп улушга эга бўлгани ва кўп ўрганилгани ва энг мураккаб ассортиментлиси -чарм пойабзалларидир. Ноозиқ-овқат товарлари товар айланишининг 4-5%ини ташкил қилади.

Чарм пойабзалларига юза қисми табиий ва сунъий чармлар, ҳамда тўқимачилик материаллари (газлама, трикотаж, нотўқима материаллар)дан тайёрланган пойабзаллар киради.

Пойабзал халқ истеъмол товарларнинг энг муҳимларидан бири бўлиб “Кийим” комплексининг элементларидан бири ҳисобланади. У киши оёғини ташқи муҳит таъсирларидан сақлаш функциясини бажаради. Шунинг учун пойабзалларга нисбатан функционал, эргономик, эстетик, пишиқ-пухталик ва техник-иқтисодий талаблар қўйилади.

Ҳозирги кунда республикаимиз аҳолисини сифатли ва кенг ассортиментдаги пойабзаллар билан таъминлаш мақсадида муҳим чора ва тадбирлар кўрилмоқда.

Маълумки, истеъмол товарлари бозорининг ривожланиб бориши ва рақобат муҳитини кенгайтириши билан истеъмолчиларнинг ижтимоий таркиби, уларнинг товар сотиб олиш қобилияти ва пойабзалларнинг сифатига бўлган талаблар тубдан ўзгарди. Шунинг учун республикаимиз пойабзаллар ишлаб чиқариш корхоналарининг олдида турган асосий вазифалардан бири, ишлаб чиқарилаётган пойабзаллар сифатини истеъмолчилар талабига яқинлаштириш ва уларнинг ассортиментини янада такомиллаштиришдан иборатдир.

Пойабзаллар ишлаб чиқаришда ишлатиладиган материаллар ўзларининг муҳимлиги бўйича асосий ва ёрдамчи материалларга бўлинади.

Асосий материаллардан пойабзалларнинг ташқи, ички ва оралик деталлари тайёрлашда фойдаланилади. Уларга табиий, сунъий ва синтетик чармлар, табиий ва сунъий мўйналар, тўқимачилик материаллари, пластмассалар, ёғоч ва картонлар киради. Ёрдамчи материаллар пойабзалларни пардозлаш, безаш ва деталларини бир-бири билан бирлаштириш учун қўлланилади.

Табиий чармлар. Чарм ишлаб чиқариш учун асосий хом-ашё сифатида кора мол, чучқа, қўй, эчки ва от терилари ишлатилади. Унча кўп бўлмаган холда буғи, туя ва ёввойи хайвонларнинг ҳамда денгиз хайвонларининг терилари ҳам ишлатилади.

Чарм ишлаб чиқариш жараёни қуйидаги операсиялардан иборат: тайёрлов операсияси, ошлаш ва пардозлаш операсиялари.

Тайёрлов операсияси хайвон терисидан дермани (асосий чарм хосил қилувчи қатлам) ажратиш ва уни ошлашга тайёрлаш мақсадида ўтказилади.

Ошлаш жараёнида хом териға ошловчи моддалар билан ишлов берилади, натижада хом терининг хусусиятлари бирдан яхшиланади ва у чармга айланади.

Ошлаш услубининг номи ошлаш учун ишлатиладиган ошловчи моддалар номидан келиб чиқади; хромли, сирконийли, титанли, алюминли, ёғли, ўсимлик моддали, хромтатансинтанли ва бошқалар.

Ошлашдан кейинги-пардозлаш операсиялари физик-кимёвий жараёнлар ва механик операсияларнинг йиғиндиси бўлиб, чармларга кракли эстетик талабларга жавоб берадиган чиройли ташқи кўриниш эриш ва физик-механик хусусиятлар ато этишдан иборатдир.

Пойабзалларнинг устки қисми учун ишлатиладиган чармларни пардозлаш - барабанларда ранглаш, юмшоқлиги, пластиклиги ва сувга чидамлилигини ошириш учун ёғлаш, ғижимланган жойлари, буклам ва қатламларни ёзиш учун- разводка қилиш, юмшоқлик ва эластиклик бериш учун тортиш машиналарида тортиш каби операсияларидан ўтказилади.

Табиий пойабзал чармлари ишлатилиши бўйича икки гуруҳга бўлинади: пойабзалларнинг устки ва таг қисми учун.

Пойабзалларнинг устки қисми учун чармлар ўта юмшоқлиги ва унча катта бўлмаган қалинлиги билан характерланади.

Пойабзал чармлари ошлаш усули бўйича хромли, аралаш, ёғли ва формалдегидли чармларга ажратилади.

Хромли ошланган чармлар турлари бўйича хилма-хилдир ва улар кўйидагиларга ажратилади.

Юзали хром чармлари (хром лисевой) қора мол териларидан олинади. Уларга қуйидагилар киради:

Чарм пойабзаллари ишлаб чиқариш жараёни уларнинг ассортименти ва сифатини шакллантиришида муҳим омил бўлиб ҳисобланади. Чарм пойабзаллари ишлаб чиқариш жараёни қуйидаги операсиялардан иборат: моделларини проектлаш, материалларни бичиш, тикиш ва пойабзални сўнги пардозлаш. Пойабзаллар ассортиментини ишлаб чиқиш ва янгилаш асосан уларни проектлаш даврида, сифатни шакллантириш эса, ишлаб чиқариш жараёнининг барча босқичларида амалга оширилади.

Пойабзалларни моделлаштириш ва конструкциялашуларнинг модели, ишчи чизмаси ва деталлар шаблонини ишлаб чиқишдан иборат. Пойабзал материаллари ушбу модел, ишчи чизмалар ва шаблонлар бўйича бичилади.

Чарм пойабзалларининг асосий улчамли параметрлари уларнинг ўлчами ва тўлалиги ҳисобланади.

Метрик рақамлаш системаси бўйича пойабзалнинг размери оёқ кафтининг мм даги узунлигини характерлайди. Бир размердаги патакнинг узунлиги оёқ кафтининг узунлигидан катта бўлиши керак (оёқни пойабзал ичида эркин ҳаракати учун). Чегарадош рақамли пойабзалларнинг узунлиги бўйича интервали юфтли ва махсус пойабзаллардан ташқари (булар учун 7,5 м) барча пойабзалларда 5 мм га тенг бўлади. Пойабзалнинг тўлалиги унинг ички формаси (панжалар ва тўғри дунг жойи бўйича) ва из томонининг

(панжа ва товондан) эни айланаси билан характерланади. Панжаларнинг айланаси бўйича чегарадош тўлаликнинг ўзаро интервали 6-8 мм га тенг. Чарм пойабзаллар тўққизта (1-9) тўлаликқа бўлинади, лекин амалда фақат 1-6 тўлалик интервалида ишлаб чиқарилади; аёллар, еркаклар ва болалар пойабзаллари учун тўлалик сони бирдан учтагача бўлади.

Чарм материалларини бичиш уларни размери ва хусусиятларининг бир хиллиги бўйича ишлаб чиқариш партияларига ажратилгандан сўнг амалга оширилади. Пойабзал деталлари уларнинг қайерда жойланишига қараб устки ва таг қисми деталларига бўлинади. Буларнинг ҳар бири ташқи, ички (астар деталлари) ва оралиқ деталларига ажратилади.

Пойабзалларни тикиш жараёни пойабзалларнинг бичилган деталларига олдиндан ишлов бериш (яхшироқ эгиш учун деталлар чеккасини юпқалатиш, тагчармни полировкакалаш, рантли услубда маҳкамланадиган пойабзалда патак лабини шакллантириш ва бошқалар); устки танаворларни комплектланган деталларни бирлаштириш юли билан йиғиш ва пойабзал модели бўйича бадиий безаклар бериш; қолипга устки қисмининг йиғилган танаворини тортиш юли билан пойабзалнинг устки қисми шаклини бериш; пойабзалнинг таг қисми деталларини танаворга ёпиштириш каби операсиялардан иборат.

Чарм пойабзаллари ишлатилиши бўйича маиший (бўтовая), спорт, ишлаб чиқариш, ортопедик ва профилактик пойабзалларга бўлинади. Ундан ташқари миллий пойабзаллар ҳам ишлаб чиқарилади.

Маиший пойабзаллар доимий ва кўчада кийиш учун ишлатилади, пойабзаллар ассортиментида олдинги ўрниларни эгаллайди; спорт пойабзаллари - спорт билан шуғулланиш учун; ишлаб чиқариш пойабзаллари - иссиқ сеҳларда, кимё корхоналарда ва саноатнинг бошқа тармоқларида; ортопедик - оёқ шикастланганда, оёқ кафтида касаллик бўлганда; профилактик - оёқ кафтининг ўзгаришига йўл қўймаслик учун ишлатилади.

Маиший чарм пойабзаллари ёш ва жинси, юза қисми танаворининг материали ва унинг ранги, ишлаб чиқариш усули, олиниш характери, таг чармининг материали ва унинг маҳкамланиш усули, тури ва хиллари бўйича бўлинади.

Ёш ва жинси бўйича барча чарм пойабзаллари юфтли ва махсус пойабзаллардан ташқари қуйидаги гуруҳларга бўлинади: эркаклар-размери 245-305, аёллар 215-275; ўғил болалар-230-255; қизлар-230-250, мактаб ёшидаги қиз ва ўғил болалар (алохида-алохида)-205-225, болалар-180-200 (5-7 ёш), ёш болалар-145-175 (3-5 ёш), гусариклар-120-140 (3 ёшгача), пинеткалар - 95-125 (бир ёшгача). Агар ҳар хил ёш ва жинс гуруҳлари пойабзалларининг рақамлари (номери) бир-бирига тўғри келиб қолса, у ҳолда уларнинг ким учун эканлиги пойабзалнинг бичилиш характери, декоратив пардози, ранги, материали ва бошқа белгилари бўйича белгиланади.

Устки қисми материали бўйича пойабзаллар юфтли, хромли, тўқимачилик материали ва сунъий чармдан, ҳамда аралаш бўлади.

Юфтли пойабзаллар маиший пойабзаллар ассортиментига унча кўп бўлмаган ўринни эгаллайди. Улар кўпинча ишлаб чиқариш пойабзаллари сифатида ишлатилади, мустаҳкам, сувга чидамли ва резина, камроқ чарм тагчармли қилиб ишлаб чиқарилади. Устки қисмининг муҳим деталлари сигир ва от юфтидан, камроқ муҳим деталлари-кунжиси, болдири чучқа юфти, арраланган, сунъий ва тўқимачилик материалларидан тайёрланади. Уларнинг ассортиментига этиклар, ярим этиклар, ботинкалар, бахиллар, унтлар ва бошқа махсус пойабзаллар киради (балиқчилар, овчилар ва ўрмончилар учун).

Хромли пойабзаллар чарм пойабзаллари ассортиментига энг катта ўрнини эгаллайди. Улар хромли ошланган чармлардан (юзали хромлар, шевро, шеврет, велюр, локли чармлар, айрим ҳолларда замша ва юфт чармлари) тайёрланади. Ундан ташқари сунъий чармлар ва тўқимачилик

материаллари ҳам ишлатилади. Хромли пойабзаллар нисбатан енгил ва эгилувчан, яхши гигиеник ва эстетик хусусиятларга эга.

Устки қисми тўқимачилик материалларидан тайёрланган пойабзаллар ҳам ассортиментда камчиликни ташкил этади. Уларни тайёрлашда кўпроқ газламалар, нотўқима материаллар, камроқ ҳар хил толали трикотаж полотнолари ишлатилади.

Сунъий чармдан тайёрланган пойабзаллар 7 ёшгача бўлган болалардан ташқари, ахолининг барча ёш ва жинс гуруҳлари учун ишлаб чиқарилади. Уларнинг тагчарми табиий ва сунъий чармлардан тайёрланади ва кўпроқ елимлаш ва аралаш усулларида ишлаб чиқарилади. Уларнинг ассортименти жуда кенг ва амалда хромли пойабзалларнинг барча турини ўз ичига олади.

Ишлаб чиқариш усули бўйича маиший пойабзаллар механик ва қўл усулига ажратилади. Қўлда ишлаб чиқариладиган пойабзалларда рантни тикиш ва танаворни қолипга тортиш қўлда бажарилади.

Тайёрлаш характери бўйича эркаклар ва аёллар пойабзаллари оммабоп ва модели, болалар ва ёш болалар пойабзаллари-оммабоп ва безакли (нарядная) гуруҳларига бўлинади.

Модели пойабзаллар оммабоп пойабзалларга нисбатан юқори сифатли қимматбаҳо материаллардан тикилади, яхши безалган ва патаги табиий чармдан тайёрланади. Шунинг учун улар бежирим, енгил ва мураккаб декоратив пардозли бўлади.

Болаларнинг безалган (нарядная) пойабзаллари ҳам кўпроқ қимматбаҳо материаллардан (хромли лок, упука ва бошқалар), очиқ ранг-баранг тусли, деталлари бир рангли ва комбинацияланган, ҳар-хил фигурали накладкалар ва декоратив безаклар билан безалган холда чиқарилади.

Тагчармининг материали ва маҳкамлаш услуби бўйича пойабзаллар табиий чармли, резина, пластмасса, кигиз тагчармли, елимлаш, ипли ва аралаш усулларда тайёрланган пойабзалларга ажратилади.

Пойабзалларнинг асосий *турларига* этиклар, этикчалар, ботинка, ярим ботинка, туфлилар, сандал ва сандалетлар киради.

Этиклар бичилган (прикройнўй бошлиги кунжисига тикилган), камрок тортилган (устки қисми бир бўлак чармдан) ҳолда ишлаб чиқарилади. Конструкциясининг ўзига хос хусусиятлари бўйича этиклар одатдагидек ва кенгайтирилган кунжили (махсус), бошлиғи астарли (поднаряд), қоплама футорли (кунжиси астарли), паравиз (подшивка), ҳамда бошлиги, кунжиси астарсиз ва паравизсиз этикларга ажратилади.

Этикчалар ярим *этикчалар* этиклардан кунжисининг баландлиги, моделининг хилма-хиллиги, декоратив безаклари ва беркитладиган илмаги (застёжка) билан фарқ қилади. Улар ҳар хил баландликдаги пошналарда ишлаб чиқарилади.

Ботинкалар оёқни пастки болдир қисмигача, *ярим ботинкалар* туپиккача ёпиб туради. Бичилиши ва конструкциясининг ўзига хос хусусиятлари бўйича ҳар хил бўлиши мумкин. Илгаги эса хилма-хил (шнур, резинка, пряжка, “молния” илгоги ва бошқалар).

Туфли ярим ботинкага нисбатан кўпроқ танавори (тахминан узунлигининг 2 - 3 қисми; ярим ботинкада-узунлигининг ярмигача)нинг очиклиги билан фарқ қилади. Туфлилар учун кўпроқ мураккаб бичимлар, декоратив пардозлар ва чиройли силуетлар характерлидир. Туфлилар танаворининг ананавий бичимига; кайиқча (лодочка) бичими, ёзги очик тумшуқли ва очик укчали; пантолет типиди (очик укчали қайишсиз), қайишлардан бичилган ва бошқалар киради. Туфлиларнинг хилларига чувяклар ва юл туфлилари ҳам киради.

Сандаллар сандал усулида маҳкамланган, астар ва патаксиз, перфорасия ва катта-катта тешикли; битта ёки иккита беркитиладиган қайишли ва пошнасиз пойабзал.

Сандалетлар ҳар-хил бичили ёзги яримботинка (туфли) (қайишлардан, фигурали бичимли, беркитиладиган қайишли ва бошқалар), одатда катта-

катта тешикли, рант, яримсанда, ёнбош ва аралаш услубларда махкамланган пойабзал. Сандакетлар эркактар, аёллар, ўғил болалар ва мактаб ёшдаги болалар учун устки қисми табиий чарм ва сунъий материалларидан тайёрланади.

Пойабзал ишлаб чиқариш унумдорлигини ошириш, унга сарфланадиган меҳнат, энергия ва материалларни тежашда ишлатиладиган чармларнинг сифатига боғлиқ бўлади. Чармларнинг сифати кўплаб курсаткичлари бўйича органолептик, инструментал ва ҳисоблаш, ҳамда тажрибали кийиш ва социологик усуллар ёрдамида баҳоланади. Чармларнинг навлари уларнинг фойдали майдончалари (плохад) ва нуксонлари бўйича белгиланади. Фойдали майдончаларига қараб чармлар 1,2,3 ёки 4-навларга ажратилади.

Чарм пойабзалларининг сифати савдода асосан инструментал ва органолептик усулларда баҳоланади.

Инструментал услуб қуйидаги усулларга бўлинади: пойабзал сифатини ўзгартирмайдиган ва қисмларга ажратилишини талаб қилмайдиган; сифатни ўзгартирадиган ва пойабзалларни қисман деталларга ажратиладиган; тўлиқ қисмларга ажратиладиган ва пойабзалларни тўлиқ юк қилиб ташлаш усуллари.

Қисмларга ажратилишини талаб қилмайдиган ва пойабзал сифатини ўзгартирмайдиган усул пойабзалларнинг асосий турлари (этик, ботинка, ярим ботинка, туфли) ва айрим деталларнинг чизиқли ўлчамлари, деталлардаги кийиқлик миқдори, пойабзалларнинг жуфтлиги ва массасини аниқлаш учун қўлланилади.

Тайёр резина пойабзаллари сув ўтказмайдиган (тўқима юзали пойабзаллардан ташқари) бўлиши керак.

Наманган вилоятида пойабзалларнинг кўплаб асортиментини ишлаб чиқариш йўлга қўйилган.

Наманган вилоятида ишлаб чиқарилаётган пойабзалларнинг жинс ва ёш гуруҳлари бўйича таҳлил қилинганда 2010 йилга нисбатан 2013 йилда

эркаклар пойабзаллари ишлаб чиқариш 194,4 % га, аёллар пойабзаллари 163,6 % га, боллар пойабзаллари эса 111,4 % га ўсган. Бироқ вилоятда ишлаб чиқарилаётган жами пойабзалларнинг 45,8 % эркаклар, 53,7 % боллар пойабзаллари хиссасига тўғри келиб аёллар пойабзалларнинг улуши атига 0,4 %ни ташкил этмоқда. Тадқиқотларга кўра аёллар пойабзалларнинг моделарини янгиланиш жараёни эркаклар пойабзалига нисбатан 5,5 мартадан кўпрокни ташкил этади. Бошқача қилиб айтганда аёллар пойабзаллари эркакларникига нисбатан 5,5 мартага моделари кўпроқ ва белгиланган вақт довомидаги ўзгаришлари (масалан бир йилда 5,5 марта янгиланиши лозим) жуда юқори.

2.2.1-жадвал

Наманган вилоятида 2010-2013 йилларда пойабзалларнинг ассортименти бўйича ишлаб чиқариш кўрсаткичлари

Ассорти- ментлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил	2013 йил	2010/2013 ўсиши	2013 йилда жамига нисбатан улуши
Эркаклар пойабзали	Минг жуфт	116,2	225,9	194,4	45,8
Аёллар пойабзали	Минг жуфт	1,1	1,8	163,6	0,4
Болалар пойабзали	Минг жуфт	238,2	265,3	111,4	53,7
Жаъми	Минг жуфт	355,6	493,7	138,8	100

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти

Вилоятда фаолият кўрсатаётган корхоналарнинг бунга имкониятлари мавжуд эмас. Бунинг асосий омиллари қуйидагилар деб хисоблаймиз.

- фаолият кўрсатаётган корхоналарда моделлерлар, дизайнерлар малакалари юқори эмаслиги

- ишлаб чиқариш ускуналарининг қисқа даврдаги ўзгариш имкониятларини йўқлиги;

- корхоналарда асосан табиий чармдан тикиладиган пойабзалларнинг салмоғи юқорилиги ва суний чармдан пойабзаллар ишлаб чиқариш имкониятлари пастлиги.

- аҳоли даромадларини сотиш нуктаи назаридан тўлақноли ўрганилмаганли.

- ишлаб чиқарилаётган махсулот ассортиментларини бозор сигментларига етиб боришининг пастлиги.



2.2.1-расм. Товарнинг асосий истеъмол хусусиятлари (сифати)

Товар сифати, бу товарнинг истеъмол хусусиятлари йиғиндиси (эҳтиёжларни қондириш жараёнида истеъмолчи томонидан фойдаланишда намоён бўлади). Товарнинг истеъмол хусусиятлариники хил турга ажратиш мумкин ва уни 2.2.1-расмда ифодалаймиз:

Товар сифатининг **қатъий кўрсаткичлар**, улар конструктив ва технологик белгилар бўйича давлат стандартларига (ДавСТ) жавоб бериши лозим;

Товар сифатининг **юмшоқ кўрсаткичлар**, улар харидорларнинг талаблари (дизайн, стайлинг, эргономиклиги) ва товарнинг психологик (рамзий) хусусиятларини акс эттиради. Товарларнинг рафобатбардошлигини таъминлашда унинг сифати истеъмолчиларнинг қониқишини юқори

даражада шакллантириш билан ҳам белгиланади. Шунга кура пойабзалларнинг рақобатбардошлиги унинг сифати ва стандартларга мувофиқлиги билан белгиланади.

2.3. Вилоятда пойабзалларга бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили

Наманган вилоятида 2008 йилда чакана савдосида 335,8 минг жуфт пойабзаллар чакана савдода сотилган бўлса, 2012 йилда бу кўрсаткич 912,1 минг жуфтга етган ёки аҳоли жон бошига пойабзаллар сотиш кўрсаткичи 2008 йилга нисбатан миқдори бўйича 2,7 мартага, қиймати бўйича 4,5 мартага ўсган. Аҳоли жон бошига пойабзаллар сотиш миқдори бўйича 2008 йилда 0,15 жуфтни ташкил этган бўлса, 2012 йилда бу кўрсаткич 0,38 жуфтга кўпайган, қиймати бўйича 2008 йилда 2173,2 сўмни ташкил этиб 2012 йилда бу кўрсаткич 8958,8 сўмни ташкил этган. Пойабзаллар ишлаб чиқариш 2008 йилда 116 минг жуфт ёки аҳоли жон бошига 0,05 жуфтни ташкил этиб, бу кўрсаткич 2012 йилда 691 минг жуфтга етган ёки аҳоли жон бошига 0,29 жуфтни ташкил этган. (2.3.1-жадвал).

Пойабзалларга бўлган аҳоли талабани тўлақонли қондирилишни ташкил этишда маркетинг ёндашуви - энг аввало пойабзаллар бозорини чиқур ўрганиш, истиқболини белгилаш ва унда иштирок этувчи субъектлар фаолиятини унга мувофиқ ҳолда ташкил этиш лозимлигини белгилаб беради. Пойабзалларга бўлган эҳтиёжларнинг қондирилишини сон жихатидан сотилган пойабзаллар миқдори ва кўрсатиладиган хизматлар миқдори билан ҳам ўлчаш мумкин. Шу боисдан одамнинг нечта ва қандай пойабзал кийиши билан ушбу маҳсулотга нисбатан бўлган қониқиши ҳисобга олинади. Энг оқилона қондириш кўрсаткичи сифатида — организмнинг физиологик таъминланиш меъёри ҳисобланади. Илмий тадқиқотларга кўра инсоннинг поябзага бўлган энг кам таъминланиш нормаси ёшига қараб тадқиқотчлар

томонидан 3 та гуруҳга бўлинган: 1-си боллар (17 ёшгача), 2-ёшлар (18-29 ёш), 3-катта ёшдагилар (30 ёш ва ундан юқори)¹⁶.

2.3.1-жадвал

Наманган вилоятида пойабзаллар ишлаб чиқариш ва сотиш кўрсаткичлари таҳлили

№	Кўрсаткич-лар	Ўлчов бирлиги	2008 йилда			2012 йил		
			Жами	чарм	Резина	Жами	Чарм	Резина
1	Чакана савдода сотилди	Минг жуфт	335,8	265	70,8	912,1	699,4	212,7
		Млн. Сўм	4725,1	4328,8	396,3	21685,6	19878,1	1807,5
	Аҳоли жон бошига	Жуфт	0,15	0,12	0,03	0,38	0,29	0,09
		Сўм	2173,2	1990,9	182,3	8958,8	8212,1	746,7
2	Ишлаб чиқариш	Минг жуфт	116	116	0	691	674	21
	Аҳоли жон бошига	Жуфт	0,05	0,05	0	0,29	0,28	0,01

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

2.3.2-жадвал

Истеъмолчилар гуруҳининг пойабзаллар ассортименти бўйича энг кам таъминланиш нормаси¹⁷

Истеъмолчилар сегменти	Пойабзаллар ассортименти	Ишчилар (эркаклар 16-59, аёллар 16-54)		Пенсионерлар	
		сони (жуфт)	эскириши (йил)	сони (жуфт)	эскириши (йил)
1	2	3	4	5	6
Эркаклар (15 ёшдан юқори)	жами	6		5	
	этиklar	1	5	1	6
	туфли	2	5	1	5
	кроссовки	1	3	1	3
	уй пойабзаллари	1	3	1	3
	резина пойабзаллар	1	7	1	5
Аёллар (15 ёшдан юқори)	жами	6		6	
	этик кишки	1	5	1	6
	ярим этик мавсумий	1	3	1	5
	ёпик туфли	1	1,5	1	2,5
	ёзлик туфли	1	1,5	1	2,5
	уй пойабзаллари	1	3	1	2
	резина пойабзаллар	1	5	1	4

¹⁶ А.Шодмонқулов. Кичик бизнес субъектларида маркетинг фаолиятининг шаклланиши ва ривожланиши (пойабзал ишлаб чиқариш корхоналари мисолида). И.ф.н. илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. ТДИУ. Т.; 2006 йил. 10-б.

¹⁷ “Правительство российской федерации “об утверждении методических рекомендаций по определению потребительской корзины для основных социально-демографических групп населения в целом по российской федерации и в субъектах российской федерации” РФ от 12.08.2005 N 511.

1	2	3	4	5	6
Болалар (0-6 ёшли)	жами	8			
	қишки этик	2	3		
	ботинки	2	3		
	туфли	1	1		
	кроссовки	1	1		
	уй пойабзаллари	1	1		
	резина пойабзаллар	1	1		
Болалар (7-15 ёшли)	жами	6			
	қишки этик	1	2		
	ботинки	1	2		
	ёзги туфли	1	2		
	кроссовки	1	2		
	уй пойабзали	1	2		
	резина пойабзали	1	2		

Бироқ биз бу сегментни тегишли тартибда 6 та гуруҳга бўлдик ва улар қуйидагилар: 1-гуруҳ боллар (0-6 ёш), 2-гуруҳ болалар (7-15 ёш), 3-гуруҳ аёллар (ишловчилар –16-60 ёш), 4-гарах аёллар (пенционерлар – 61 ва ундан юқори), 5-гаруҳ эркаклар (ишловчилар 15-60 ёш), 6 гуруҳ эркаклар (пенционерлар 61- ва ундан юқори). Бундай гуруҳларга бўлишнинг асосий мақсади вилоятимиз пойабзаллар бозоридаги минимал эҳтиёжларни ҳисобга олиш ва шунга мувофиқ ҳолда маҳаллий ишлаб чиқарувчиларимизнинг бозор улушларини ва рақобатбардошлик кўрсаткичларини таҳлил этишдан иборат.

Юқоридаги гуруҳлар бўйича пойабзаллар истеъмолининг минимал ҳажмини юқоридаги жадвал орқали ифодалаймиз.

Бу нормалар тегишли ёш гуруҳлари бўйича энг кам норма ҳисобаланиши илмий тадқиқотларда асосланган. 2.3.2-жадвал маълумотларидан фойдаланиб йиллик ҳар бир ёш гуруҳининг (тегишли ассортиментлар бўйича ҳам ҳисобалаш мумкин)энг кам истеъмоли меъёрини ҳисоблашимиз мумкин (2.3.3-жадвал).

2.3.3-жадвал маълумотларидан фойладаниб ҳар бир ёш гуруҳи бўйича энг кам истеъмол меъёрини ҳисоблаймиз, бунда Наманган вилояти бўйича аҳолини тегишли ёш гуруҳлари бўйича таркиби ва унинг йиллар бўйича ўзгаришларини ҳам ҳисобга олиш лозим бўлади (2.3.4-жадвал).

2.3.3-жадвал

Истеъмолчиларнинг гурухлари бўйича 1 йилда пойабзалларга бўлган физиологик истеъмол меъёрлари

№	Истеъмолчилар сегменти	сони
1	1-гурух боллар (0-6 ёш)	5,33
2	2-гурух болалар (7-15 ёш)	3
3	3-гурух аёллар (ишловчилар – 16-54 ёш)	2,20
4	4-гурух аёллар (пенционерлар – 54 ёшдан юқори)	1,67
5	5-гурух эркалар (ишловчилар 15-59 ёш)	1,41
6	6 гурух эркалар (пенционерлар 60 ёшдан юқори)	1,23

Манба: 2.3.2-жадвал асосида тайёрланди

2.3.4-жадвал

Наманган вилояти аҳолисининг ёш гурухлари бўйича демографияси 2008 – 2012 йиллардаги ўсиб бориш тахлили ўртача минг киши ҳисобида

Минг киши

№	аҳоли гурухлари	2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011 йили	2012 йил
1	0-6 ёшлилар	306,6	339,2	284,5	333,1	317,1
2	7-15 ёшлилар	421,7	447,8	501,3	518,7	542,2
3	16-60 ёш аёллар	638,4	638,6	622,5	652,6	692,1
4	61 ёшдан юқори аёллар	15,4	17,8	16,4	21,0	18,4
5	15-60 ёш эркалар	783,4	764,9	825,2	844,1	842,5
6	61 ёшдан юқори эркалар	8,7	8,8	8,4	9,9	8,3
	жами аҳоли сони	2174,3	2217,2	2258,5	2379,5	2420,6

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси

Вилоятимиз аҳолисини пойабзалга бўлган эҳтиёжи меъёрини энг кам миқдорини қуйидаги формула орқали аниқлаш мумкин¹⁸.

$$\sum i\phi = i_1 * \phi_1 + i_2 * \phi_2 + i_n * \phi_n$$

Буерда i_1, i_2, i_n – истеъмолчиларинг 1,2,3,4,5,6 гурухлари;

ϕ_1, ϕ_2, ϕ_n - 1,2,3,4,5,6 - истеъмолчилар гурухларининг физиологик меъёрлари.

Формулага асосан аҳолининг тегишли сегменти бўйича демографик маълумотлар ва истеъмолининг энг кам меъёри кўрсаткичлари орқали пойабзаларга бўлган энг кам нисбий эҳтиёж меъёрини 2008-2012 йиллар учун 2.3.5-жадвалда аниқлаймиз ва вилоятда сотилган пойабзаллар билан таққослаймиз 2.3.6-жадвал.

¹⁸Ушбу моделда эҳтиёжга таъсир этувчи омиллар ҳисобга олинмайди.

Наманган вилоятида пойабзаларга бўлган энг кам нисбий эхтиёж нормаси (2008-2012)

Аҳолини ёш бўйича гурухлари	<i>Физио- логик меъёр</i>	2008 й		2009 й		2010 й		2011 й		2012 й	
		Аҳоли сони	Эхтиёж (минг жуфт)	Аҳоли сони	Эхтиёж (минг жуфт)	Аҳоли сони	Эхтиёж (минг жуфт)	Аҳоли сони	Эхтиёж (минг жуфт)	Аҳоли сони	Эхтиёж (минг жуфт)
		(минг киши)		(минг киши)		(минг киши)		(минг киши)		(минг киши)	
I_1	ϕ_1	306,6	1634	339,2	1808	284,5	1516,39	333,1	1775	317,1	1690,1
I_2	ϕ_2	421,7	1265	447,8	1343	501,3	1503,9	518,7	1556	542,2	1626,6
I_3	ϕ_3	638,4	1404	638,6	1405	622,5	1369,5	652,6	1436	692,1	1522,6
I_4	ϕ_4	15,4	26	17,8	30	16,4	27,388	21	35	18,4	30,7
I_5	ϕ_5	783,4	1105	764,9	1079	825,2	1163,53	844,1	1190	842,5	1187,9
I_6	ϕ_6	8,7	11	8,8	11	8,4	10,332	9,9	12	8,3	10,2
Жами		2174,3	5445	2217,2	5675	2258,5	5591,04	2379,5	6005	2420,6	6068,2

Манба: Муаллиф ишланмаси

2.3.6-жадвал

Вилоятида истеъмолчиларнинг пойабзаллар энг кам истеъмол меъёрини чакана савдо орқали қондириш даражаси

Ассортиментти	ўлчов бирлиги	2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011 йил	2012 йил
Чарм пойабзаллар	минг жуфт	265	442,8	657,7	652,6	699,4
Резина пойабзаллар	минг жуфт	70,8	116,3	182,5	181,1	212,7
Жами	минг жуфт	335,8	559,1	840,2	833,7	912,1
Энг кам истеъмол даражаси	минг жуфт	5445	5675	5591,04	6005	6068,2
Таъминланиши	%	6,2	9,9	15,0	13,9	15,0

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси

2.3.6-жадвал маълумотларидан хулоса қилсак, аҳолини пойабзаллар билан таъминлашнинг энг кам миқдорини вилоят чакана савдо шахобчалари томонидан 2008 йилда 6,2 % таъминланган бўлса, бу кўрсаткич 2012 йилда 15 % ни ташкил этган. Демак, аҳолини пойабзалларга бўлган талабининг қолган қисми яъни 85 %и норасмий савдо, бошқа вилоятлар чакана савдо корхоналари, яқка тартибда фаолият юритувчи тадбиркорлар, косиблар ҳамда импорт хисобига таъминланмоқда.

2.3.7-жадвал

Вилоят аҳолисининг пойабзалларга бўлган талаби ва уни қондирилиши кўрсаткичлари

(минг жуфт)

№	Маҳсулот тури	Бир кишига йиллик меъёр (жуфт)	Йиллик меъёр бўйича талаб хажми	2012 йилда вилоят бўйича ишлб чиқариш хажми	Меъёрга нисбатан фарқи (+,-)	Жами ишлаб чиқарилда	
						Юридик мақомдаги корхоналар	Уй хўжалиги
1	Эркаклар пойабзали	$\phi_5 + \phi_6$	1006,4	270	736,4	142	128
2	Аёллар пойабзали	$\phi_3 + \phi_4$	1366,9	20	1346,9	6	14
3	Боллар пойабзали	$\phi_1 + \phi_2$	2786	384	2402	261	123

Манба: муаллиф ишланмаси.¹⁹

¹⁹Йиллик энг кам меъёр бўйича талаб хажми резина пойабзаллар ассортиментида ташқари ҳолатда ҳисобланган. Сабаби, резина пойабзаллар ассортименти бўйича маълумотлар статистик маълумотларда келтирилмайди.

Вилоятимизда ишлаб чиқарилаётган пайабзаллар миқдори истеъмол қобилиятининг энг кам миқдоридан: эркаклар пайабзаллари бўйича 736,4 минг жуфт, аёллар пайабзаллари эса 1346,9 минг жуфт, болалар пайабзаллари эса 2402 минг жуфтга кам. Юқоридаги таҳлиллар вилоятимиз ички бозорларида пайабзаллар ишлаб чиқариш бўйича хали жуда катта бозор бўшлиқлари мавжуд эканлигини тасдиқламоқда. Бу эса ўз навбатида пайабзаллар ишлаб чиқаришни яна бир неча мартага оширишни, қўшимча минглаб янги иш жойлари ташкил этиш мқониятлари борлигини тасдиқламоқда.

2.3.7-жадвал

Наманган вилоятида пайабзаллар бозорининг баланс таҳлили (чарм ва резина пайабзаллари)

	Ўлчов бирлиги	2009 йил	2010 йил	2011 йил	2012 йил
Ишлаб чиқариш	минг жуфт	675	775	739	845
Импорт	минг жуфт	0,6	35,4	0,5	0,4
Захирадан келиши	минг жуфт	2,27	4,07	6,51	5,47
Келиши жами (А)	минг жуфт	677,9	814,5	746,0	850,8
Экспорт қилинди	минг жуфт	0	0	0	0
Чакана савдода сотилди	минг жуфт	559,1	840,2	833,7	912,1
Захирага кетиши	минг жуфт	4,07	6,51	5,47	6,57
Ишлатилиши жами (Б)	минг жуфт	563,2	846,7	839,2	918,1
Фарқи (Б-А)	минг жуфт	-114,7	32,2	93,2	67,3

Манба: Муаллиф ишланмаси.

Наманган вилояти пайабзаллар бозорида талаб ва таклиф орасида 2009-2011 йилларда номуносивблиги мавжуд. Сабаби 2009 йилда таклиф хажми юқори бўлган, бироқ 2010-2012 йилларда эса таклифга нисбатан талабнинг ошиб кетганлигини кўришимиз мумкин. Бундай ҳолат пайабзаллар бозорида нархни юқори даражада ўсишига олиб келган.

Вилоятда 2008-2012 йиллар давомида чарм пойабзалларнинг ўртача нархи 1,7 мартага, резина пойабзалларники 1,5 мартага ўсган. (2.3.7-жадвал).

2.3.7-жадвал

**Наманган вилоятида пойабзалларнинг ўртача нархидаги ўзгариш
динамикаси (сўм)**

Пойабзаллар ассортименти	2008 й	2009 й	2010 й	2011 й	2012 й	2008/2012 нисбатан %
Чарм пойабзаллар	16335,1	16097,7	17469,6	28799,1	28421,7	170,1
Резина пойабзаллар	5598,0	5591,3	5790,8	8272,5	8498,2	150,4

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумоти

Юқоридаги таҳлиллар вилоят пойабзаллар бозорида соғлом рақобат муҳитини яратиш ва бозорни ривожлантириш маҳаллий ишлаб чиқарувчиларимизнинг самарали фаолият юритишларига боғлиқ бўлиб қолмоқда. Вилоятда ўзининг бозор фаолиятини юқори даражада ташкил этаётган кўплаб қорхоналар мавжуд.

Наманган вилоятида фаолият юритаётган ва бозор улуши юқори бўлган “Дамбоғ пойабзал” ишлаб чиқариш ва савдо хусусий қорхонасининг маркетинг амалиёти мисолида пойабзал ишлаб чиқарувчи кичик қорхоналаримизнинг маркетинг стратегияларидан фойдаланиш йўналишларини таҳлил этишимиз.

“Дамбоғ” ишлаб чиқариш ва савдо хусусий қорхонаси бозор муҳитига мос ҳолда фаолият юритиб, ўзининг мақсадли бозорга йўналтирилган маркетинг стратегияларини аниқ шакллантира олган. “Дамбоғ пойабзал” ишлаб чиқариш ва савдо хусусий қорхонаси 2008 йилда 25 та ишчи билан ўз фаолиятини бошлаб 4500 жуфт пойабзал ишлаб чиқариган бўлса, бу кўрсаткич 2010 йилда 48497 жуфтга етказилди ва қўшимча 16 та иш ўринлари яратилди, 2012 йилда эса бу кўрсаткич 26,9 минг жуфтни ташкил

этди. Ишлаб чиқариш хажмини ортириб бориши орқали 2010 йилга қадар корхона юқори иқтисодий самарадорликка эришди, бироқ 2011-2012 йилларда самарадорлик кўрсаткичлари пастлади (2.3.8-жадвал), натижада унинг республикамиз бозорларидаги улуши ҳам кескин тушиб борганини 2.3.9-жадвалда кўришимиз мумкин.

2.3.8-жадвал

"Дамбоғ пойабзал савдо" ХКнинг иқтисодий кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар	Бирл ик	2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011	2012
1	Маҳсулот ишлаб чиқариш хажми	Минг жуфт	4,5	11,2	48,4	39,6	26,9
2	Сотишдан тушган тушум	Минг сўм	7909	339560	1756798	1691937	134617 6
4	Ишлаб чиқариш харажатлари	Минг сўм	4874	139898	834356	1036427	772804
5	Соф фойда	Минг сўм	-86	130735	569037	288395	314807

Манба: "Дамбоғ пойабзал савдо" ХКнинг маълумотлари асосида тайёрланди

2.3.9-жадвал

**"Дамбоғ" пойабзали савдо корхонасининг Ўзбекистон пойабзаллар
бозоридаги улуши тахлили**

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2009 й	2010 й	2011 й	2012 й
Ўзбекистон Республикаси бўйича сотилган пойабзаллар хажми	Млн. сўм	258100	318700	337400	424586
Дамбоғ корхонасининг пайабзаллар сотиш кўрсаткичи	млн сўм	338,6	1756,7	1691,9	1346,1
Ўзбекистон пойабзаллар бозорида "Дамбоғ" пойабзалларининг улуши	%	0,13	0,55	0,50	0,31

Манба: Ўзбекистон статистика қўмитаси маълумотлари асосида тайёрланди

Тахлил этилган ҳолатларидан келиб чиқиб корхона чакана ва улгуржи савдосини ривожлантириш ва пойабзаллар моделларини кенгайтиришга юқори даражада этибор қаратмоқда. Корхона 2008-2012 йиллар давомида корхона ўзининг Наманган вилоятида 6 та Тошкент шаҳрида 2 та чакана савдо шахбчасини очди. Чакана савдо майдонлари ҳажми 111,4 кв.м.ни ташкил этиб улардаги товар сотиш ҳажми ўртача 4,4 мартага ошган (2.3.10-жадвал).

2.3.10-жадвал

“Дамбоғ” пойабзали савдо корхонасининг товар сотиш йўналишлари

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2008 й	2009 й	2010 й	2011 й	2012 й	Ўсиши
Чакана савдо тармоқлари	Бирлик	2	2	4	4	8	1,5 м
Умумий майдони	М.кв	24	24	61,5	61,5	111,4	1,5 м
Чакана савдо шахобчалари орқали сотилган пойабзаллари	Минг сўм	7303,8	42222	356075	816170	915210	4,4 м

Манба: "Дамбоғ пойабзал савдо" ХКнинг маълумотлари асосида тайёрланди

Корхонада эркаклар чарм пойабзаллари ассортиментнинг 7 та гуруҳи бўйича ишлаб чиқарилади. Корхона томонидан 2010-2012 йиллар давомида 150 дан ортиқ янги пойабзаллар конструкцилари яратилди (2.3.11-жадвал).

Корхона ҳозирда ўзининг бозорга йўналтирилган аниқ стратегиясини белгилаб олган ва улар қуйидагилардан иборат:

- маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини доимий ошириб бориш;
- истеъмолчиларнинг харид қобилиятларини ҳисобга олган ҳолда нархлаштириш сиёсатини кўллаш;
- юқори технологияларга асосланган ҳолда ишлаб чиқаришни ташкил этиш;

2.3.11-жадвал

“Дамбоғ” пойабзали савдо корхонасининг пойабзаллар ассортименти бўйича ишлаб чиқариш кўрсаткичлари

Пойабзаллар ассортименти	Ўлчов бирлиги	2010 й	2011 й	2012 й
ишлаб чиқарилган маҳсулот	минг жуфт	48,4	39,6	26,99
	минг сўм	1866190	1890538	1575646
	Моделли	32	128	207
Этиklar	минг жуфт	8,17	7,31	6,2
	минг сўм	521312,8	567876,1	408358,4
	Моделли	5	15	35
Туфли	минг жуфт	36,1	24,151	16,4
	минг сўм	1225211	1102718	921739,9
	Моделли	15	60	82
Шлепанци	минг жуфт	2,895	3,883	1,6
	минг сўм	81882,1	97580,6	86548
	Моделли	6	12	19
Басаношки	минг жуфт	0,821	0,675	0,76
	минг сўм	22706,6	17754,7	41572
	Моделли	2	18	24
Крософкалар	минг жуфт	0,47	1,099	0,493
	минг сўм	15076,9	25419,8	24001,2
	Моделли	5	18	29
Махси	минг жуфт	0	1,5	0,7
	минг сўм	0	54009,7	53768,8
	Моделли	0	1	2
макасин	минг жуфт	0	0,982	0,71
	минг сўм	0	25178,8	39657,3
	Моделли	0	3	6

Манба: "Дамбоғ пойабзал савдо" ХКнинг маълумотлари асосида тайёрланди

- халқаро бозорларда фаолият юритиши учун сифат менежменти тизимиини жорий этиш;
- товар сифати ва дизайнини ривожланган мамлакатлар товарлари даражасига олиб чиқиш орқали ички бозорда рақобат устунлигини таъминлаш;
- ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар ассортиментини мавсумий янгилаш йўли билан товар сиёсатини мукамаллаштириш;
- корхонада товар сотишнинг янги усулларини кенг жорий қилиш ва чакана савдо орқали юқори даражада истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш;
- бренд сиёсатини мақсадли ташкил этиш.

III боб. Вилоятда ишлаб чиқарилаётган пойабзаллар рақабатбардошлигини ошириш омиллари

3.1. Хом-ашё ва технологиялар таъминотини такомиллаштириш.

Саноат корхоналарининг ишлаб чиқариш фаолиятини узлуксизлигини таъминловчи ва маҳсулоти сифатини белгиловчи омиллар ичида хом-ашё ва технология алоҳида ўринга эга.

Саноатдаги хом-ашёлар хилма-хил бўлиб, улар қуйидаги турларга бўлинадилар:

- саноат хом-ашёси;
- қишлоқ хўжалиги хом-ашёси.

Саноат хом-ашёси турли белгиларига кўра қуйидагича туркумланади:

- келиб чиқишига кўра — табиий ва сунъий;
- агрегат ҳолатига кўра - қаттиқ, суюқ ҳамда газсимон;
- кимёвий таркибига кўра — органик ва анорганик;
- ишлатилишига кўра — озуқабоп ва техник.

Қишлоқ хўжалиги хом-ашёси икки турга — ўсимликлардан олинадиган хом-ашёлар (пахта, пилла, ғалла) ва ҳайвонлардан олинадиган хомашёлар(тери)га бўлинади.

Чарм пойабзаллар ишлаб чиқаришга асосан табиий чармлар, сунъий чарм ва пойабзалбоб газламалар ишлатилади ва бу пойабзалларнинг асосий хом ашёси хисобланади. Пойабзал ишлаб чиқаришда резинали пошналар, деталлар, хар-хил фарнитуралар, елим ва бошқа материаллардан фойдаланилади. Пойафзалбоб тайёр чармлар ишлатиш жойига қараб, пойафзалнинг таг қисмига, юзига ишлатиладиган ва астарлик чармларга бўлинади. Пойабзалнинг таг қисмига ишлатиладиган чармлар тагчарм, стелька, набойка ва пойафзалнинг бошқа таг деталлари бичиладиган чармлар киради. Пойафзалнинг юзига ишлатиладиган чармлар комбинациялаштириладиган усулларда хром тузлари билан ва ёғлар билан

ошланиши ва унинг пишиқлигини таъминловчи турли кимёвий моддалар билан ишланади. Пойафзаллар суний чармлардан ҳам кенг тикилади.

Корхонанинг самарали фаолити бевосита унинг хом-ашё ва технологияларига боғлиқ бўлиб қолади. Шунинг учун Наманган вилоятида пойабзаллар ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг имкониятларини баҳолаш ва уларни ривожлантиришг учун стратегик қарорлар қабул қилиш имконияти мавжуд.

Корхонада технологиялар, хомашё ва материаллар, бутловчи қисмлар, кадрлар, илмий-техник салоҳият, ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг бўйича корхонада вужудга келадиган муаммоларни ҳал этиш орқали унинг имкониятларига баҳо берилади.

Мавжуд ёки янги ассортиментдаги пойабзалларни тайёрлаш учун технологияларни қўидаги позициялари орқали баҳолаши лозим:

- технологик жараённинг мураккаблиги ва маҳсулот тайёрлаш учун кўп меҳнат сарфланиши;
- маҳсулот моделларини ва қайта созлаш билан боғлиқ қўшимча харажатларни тез ўзгартириш мумкинлиги;
- ишлаб чиқариш харажатларига таъсири;
- мавжуд технологиялар қувватлардан фойдаланиш ва уларни кенгайтириш зарурати.

“Дамбоғ” ишлаб чиқариш ва савдо корхонасида пойабзалларнинг устки деталларини тайрлаш жараёда фақат тикув машинасидан фойдаланилади, преслаш ҳамда қўшимча ишлов бериш жараёнлари эса мукамал технологик дастгоҳдан фойдаланади. Пойабзал деталларини бичиш, тоноворини йиғиш ва тикиш Хитой, Чехия ва Россия давлатларида ишлаб чиқарилган жаҳозларда бажарилади.

Наманган вилоятида фаолият юртитаётган корхоналарга технологиялар билан таъминлашда Ўзбекистон савдо саноат палатасининг филиал худудий бошқармаси, Вилоят ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо бошқармаси, вилоят иқтисодиёт бош бошқармаси

ва ташқи иқтисодий фаолият миллий банки хузуридаги экспортга кўмамлашувчи жамғарма фаол иштирок этмоқда.

Наманган вилоятида 2012-2013 йиллар давомида корхоналарни модернизациялаш ва янги технологиялар билан таъминлаш мақсадида бир қатор инвестицион лойиҳалар амалга оширилди. 2012 йилда 7 та корхонгага жами 3 563,6 минг долларлик замонавий технологиялар олиб келинган бўлса, 2013 йилда 8 та корхонага жами қиймати 1540 минг долларлик замонавий ускуналар харид қилинди (3.1.1-жадвал). Натижада 2012 йилда вилоятнинг чарм пойабзал тармоғида жами 127 та, 203 йилда эса 121 та янги иш ўринлари яратилди.

Пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг хом-ашё бозорларининг истиқболли эканлиги ва таъминотчилар ишончилигини ҳисобга олиш ва хом ашёлар нархини ўзгариши пойазллар таннархига таъсирини аниқлаш орқали вилоятда унинг таъминоти масалаларин бўйича қарор қабул қилиш имкониятлари мавжуд.

Пойабзал ишлаб чиқариш чарм ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ. Мутахассислар фикрича, мамлакатда мавжуд хомашё базаси ҳисобидан дастлабки қайта ишлаш бўйича эҳтиёж деярли тўлиқ равишда таъминланади. Хар йили тўпланадиган 11 миллиондан зиёд қўй терисининг деярли 40 % и республика корхоналарида қайта ишланади²⁰. Шунинг учун энг аввало хом-ашёларнинг пойабзаллар таннархига таъсирини вилоятда фаолият юритаётган корхоналардан олинган маълумотлар асосида таҳлил этамиз.

Наманган вилоятида фаолият юритаётган корхоналарнинг маълумотлари асосида болалар, эркаклар ва аёлларнинг туфлисини ишлаб чиқариш учун сарф этиладиган хом-ашёлар ва уларнинг нархи динамикасини йиллар бўйича таҳлил этганимизда 2011 йилда бир жуфт болалар пойабзалини ишлаб чиқариш учун жами 13333,3 сўм харажат

²⁰Н.Собиров, М.Турсунов. Чарм-пойабзал саноатида рақобатбардош муҳитни яратиш омиллари. Иқтисодиёт ва таълим. 2012 йил, 6-сон. 69 бет.

килинган бўлса 2012 йилда бу кўрсаткич 14262,7 минг сўмни, эркаклар пойабзали тегишли равишда туфлиси учун 23529,4 минг сўм, 2012 йилда 25169,5 сўм, аёллар туфлиси учун 27777 сўм, 2012 йилда 29714 сўмни ташкил этган. Агар вилоятда чарм пойабзалларнинг ўртача нархини ўсиш даражаси билан таққосланганда хом-ашё нархининг ўсиши унинг чакана нархини (3.1.2-жадвал) ўсишига таъсир этмаганлигини кўрамиз (3.1.2-жадвал)

3.1.1-жадвал

Наманган вилоятида 2012-2013 йиллар давомида чарм ва пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг инвестицион лойиҳаларини амалга оширилиши тўғрисида маълумот

№	Лойиҳалар номи	Йиллик қўйилган қувватлар	Лойиҳа қиймати, минг. долл.	Яратилган янги иш ўринлари
2012 йилда жами 7 та лойиҳа, жймладан.		Кожа-галантерия - 20,0 млн.кв.дм. пойабзал - 184 минг жуфт	3 563,6	127
1	Дамбоғ пойабзал савдо х/к	25 минг жуфт	202,0	10
2	Исоқжон савдо сервис х/к	20 минг жуфт	84,0	15
3	"Истикбол пойабзал савдо" х/к	20 минг жуфт	184,0	6
4	"Ифтихор саноат савдо" МЧЖ	15 минг жуфт	112,0	4
5	"Шарқ пойабзали" х/к	20 минг жуфт	186,0	10
6	"Дийдор люкс текстиль" МЧЖ	84 минг жуфт	578,0	40
7	"Нафис чарм" МЧЖ	20,0 млн.кв.дм	2 217,6	42
2013 йилда жами 8 та лойиҳа		Кожа-галантерия - - 5,0 млн.кв.дм. пойабзал - 60 минг жуфт	1 540	121
1	"Ёшлик пойабзали савдо", МЧЖ	15 минг жуфт	145	30
2	"Шарқ пойабзали" МЧЖ	5 минг жуфт	276	4
3	"Дипломат пойабзал савдо" МЧЖ	15 минг жуфт	58	10
4	"Дамбоғ пойабзали савдо" х/к	15 минг жуфт	49,5	5
5	"Дарина обуви " х/к	5 минг жуфт	110,0	30
6	"Нафис чарм " МЧЖ	3,0 млн.кв.дм	406	8
7	"Трейдвел Интернейшнл " МЧЖ	2,0 млн.кв.дм	150,0	4
8	"Косонсой Ал-Азиз " МЧЖ	5 минг жуфт	345,0	30

Манба: Наманган вилояти ҳокимлиги маълумотлари асосида тайёрланди

3.1.2-жадвал

Наманган вилоятида пойабзаллар хом-ашёси нархларининг ўзгаришини ишлаб чиқариш танархига таъсири тахлили

Хом-ашё номи	Ўл.бир	микдори		бирлик нархи		Жами бахоси (минг сўм)	
		2011 й	2012 й	2011 й	2012 й	2011 й	2012 йил
таглик	жуфт	15000	15000	4500	4800	67500,0	72000,0
тери	дм2	129450	129450	310	350	40129,5	45307,5
суний чарм 1	м,кв	3097,5	3097,5	7500	7600	23231,2	23541,0
суний чарм 2	м,кв	1131	1131	4100	4150	4637,1	4693,6
суний мех	м,кв	3615	3615	5700	6000	20605,5	21690,0
картон	м,кв	750	750	6500	6550	4875,0	4912,5
Гранитоль	м,кв	825	825	5400	5650	4455,0	4661,250
Прессланган картон	м,кв	375	375	4100	4220	1537,5	1582,5
Бязь	м,кв	825	825	2300	2340	1897,5	1930,5
Ерд,хом-аше мах.	Сум					31131,6	33622,1
ЖАМИ хом-ашё харажатлари						200000	213941
болалар туфлиси	Жуфт	15000	15000			13,3	14,2
эркаклар туфлиси	Жуфт	8500	8500			23,5	25,2
аёллар туфлиси	Жуфт	11500	11500			17,3	18,6

Манба: Пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналар маълумотлари асосида тайёрланди.

Наманган вилоятида 2 та терини қайта ишлаш ва чарм тайрлаш корхоналари фаолият олиб боради: “Жалолиддин саноат савдо” ҳамда “Нафис Чарм” МЧЖлар. Корхоналарнинг йиллик қуввати 150 млн дона қора мол терисини ишлаш ва йилига 15 млн дм.кв бўялган чарм материалларини ишлаб чиқариш хажмига тенг. Бу дегани вилоятда мавжуд хом-ашёдан 1764 минг жуфт болалар туфлиси, 986,8 минг жуфт эркаклар

туфлиси, 1327,4 минг жуфт аёллар туфлиси ишлаб чиқариш мумкин. Вилоятда 2012 йилда 674 минг жуфт чарм пойабзаллари ишлаб чиқарилганлиги ҳисобга олганда хом-ашё таъминоти масаласида етарли имконият мавжуд эканлигини асосланади (3.1.3-жавал).

Бироқ пайабзал таглик деталлари, фарнитуралар ва ёрдамчи материаллар асосан Хитой давлатидан шартнома асосида олиб келиналди. Шунинг учун вилоятимизда пойабзаллар таглик деталларини тайловчи корхоналар фаолиятини йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ.

3.1.3-жадвал

Наманган вилоятида ишлаб чиқарилаётган чарм хом-ашёсидан
фойдаланиш имконияти

ассортименти	Бир жуфт пойабзал учун чарм материали сарфи дм ²	вилоятдаги мавжуд имконият дм ²	ишлаб чиқариш имконияти (минг жуфт)
Болалар туфлиси	8,5	15000000	1764,7
Эркаклар туфлиси	15,2	15000000	986,8
Аёллар туфлиси	11,3	15000000	1327,4

Манба: муаллиф ишланмаси.

“Жалолиддин саноат савдо” ҳамда “Нафис Чарм” МЧЖлар томонидан тайёрланаётган тайёр чармларнинг асосий қисми экспортга йўналтирилмоқда. Шунинг учун ҳамкорхоналарда ҳозирда чарм хом-ашёси таъминотида муаммолар мавжуд бўлиб, уларни ўрнини бошқа вилоятлардан келтирилган чармлар эгалламоқда.

Корхоналарни технологиялар ва хом-ашёлар таъминоти масалаларига кўмаклашиш борасида Ўзбекистон Савдо саноат палатасининг вилоят ҳудудий бошқармаси томони билан бир қатор тадбирлар амалга оширилмоқда (3.1.4-жадвал).

Бевосита бошқарма кўмаги билан **48 та** тадбиркорлик субъектлари томонидан Хитой Халқ Республикаси, Туркия, Россия, Германия ва Италия

далатларидан умумий миқдори **5046,68 минг АҚШ** доллариға тенг замонавий минитехнологияларни вилоятга олиб келиниб, ишга туширишга эришилди. Жумладан, 2012 йилда “Дийдор Люкс Текстил” МЧЖга 369,2 минг АҚШ доллариға тенг пойабзал маҳсулотлари ишлаб чиқариш технологиясини Таиланддан харид қилиш ва олиб келишга кўмаклашилган бўлса 2013 йилда “TEKST PLAST” МЧЖга 45,2 минг АҚШ доллариға тенг эркаклар оёқ кийимлари учун таглик ишлаб чиқариш ускунасини Хитойдан олиб келиб ишга туширилди ва натижада корхонда 15 та янги иш ўринлари яратилди.

Бундан ташқари, бошқармага янги турдаги ишлаб чиқариш ускуналарини излаб топиш ва харид қилиш юзасидан 59 та тадбиркорлик субъектларининг мурожаатларига кўра (ундан 8 таси пойабзал тармоғидаги корхоналар) дунёдаги етакчи online савдо майдонлари www.alibaba.com, www.tradekey.com порталлари орқали Zhengzhou Longer Machinery CO.,LTD, RUIAN MING WANG PACKAGING MACHINERY CO.,LTD, RIFA INDUSTRY COMPANY, SHANGDUNG MACHINERY CO.,LTD ва бошқа бир қатор ХХРнинг етакчи компаниялари билан музокаралар олиб борилиб, тадбиркорлик субъектлари тегишли маълумотлар билан таъминланиб келинмоқда.

Бошқарма томонидан тадбиркорлик субъектларининг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш фаолиятини янада ривожлантириш, улар томонидан жалб этилаётган замонавий минитехнологияларни ўрнатиш, ишга тушириш ва корхона мутахассисларини технологияларда мукамал ишлашга ўргатиш мақсадида турли мамлакатлардан, айниқса Хиндистон ва Хитой Халқ Республикаси ва Европа Иттифоқи мамлакатлари ва бошқалардан мутахасис-инженерларни жалб этишга кўмаклашилиб, бунинг натижасида ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш сифати янада ошишига, экспортбоп маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини кўпайишига эришилмоқда.

3.1.4-жадвал

Ўзбекистон республикаси савдо саноат палатаси томонидан 2013 йилда вилоятимизда фаолият кўрсатувчи ноозиқ-овқат товарлари ишлаб чиқарувчи корхоналар учун ташкил этилган кўргазма ва ярмакалар тўғрисида маълумот.

№	Кўргазма ва ярмаркалар номи	Ўтказилган вақти	Ўтказилган жойи	Ишти рокчи корхоналар	Хамкорлар	Ишти рокчи лар сони	Хамкорлик шартномалар (А=шартнома, В=хамкорлик алоқалари, С=ўзаро шартномалар)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	"Мебел ва ишлаб чиқариш технологиялари" 10-Юбилей Халқаро кўргазмаси	26.02.- 01.03.2013	Тошкент шаҳар	8	ITE Uzbekistan компанияси, Ўзбекистон Савдо-саноат Палатаси		С/2
2.	"Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари" кўргазма ярмаркаси	24.03.2013	Наманган шаҳри	2100	Ўзбекистон Савдо-саноат Палатаси вилоят бошқармаси	121	А/22
3.	4-инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳалар Республика ярмаркаси	27.03.- 29.03.2013	Андижон шаҳрида	10	Ўзбекистон Савдо-саноат Палатаси, Андижон вилоят ҳокимлиги		С/10
4.	"Uzbekistan Industrial forum-2013" V- Халқаро саноат кўргазмаси	09.04.2013	Тошкент шаҳар	25	ITE Uzbekistan компанияси, Ўзбекистон садо-саноат палатаси Наманган вилоят бошқармаси		С/3
5.	"Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари" кўргазма ярмаркаси	13.04.2013	Наманган тумани	250	Ўзбекистон садо-саноат палатаси Наманган вилоят бошқармаси	27	В/14
6.	"Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари" кўргазма ярмаркаси	24.04- 26.04.2013	Мингбулоқ тумани	105	Вазирлар Маҳкамаси, Ўзбекистон Савдо-саноат Палатаси, ТИАСВ	21	В/8

	2	3	4	5	6	7	8
7.	"Инавацион гојлар ва лойихалар" 6-Республика ярмаркаси	30.05-31.05.2013	Тошкент шаҳар	70	Вазирлар Маҳкамаси, Ўзбекистон Савдо-саноат Палатаси, ТИАСВ	11	A/8, B/10
8.	“Ватаним тараққиётига менинг ҳиссам” шиори остида Наманган вилоятидаги ёш тадбиркорлар, фермерлар ва хунармандлар томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар кўргазмаси	18.06.2013	Наманган шаҳар	1250	Ўзбекистон садо-саноат палатаси Наманган вилоят бошқармаси, Хунармандлар уюшмаси вилоят бошқармаси	51	B/5
9.	"Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари" кўргазма ярмаркаси	20.09.2013	Чуст тумани	322	Ўзбекистон садо-саноат палатаси Наманган вилоят бошқармаси	21	B/12
10.	"Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари" кўргазма ярмаркаси	06.07.2013	Наманган шаҳри	480	Ўзбекистон Савдо-саноат Палатаси вилоят бошқармаси	70	B/32
11.	"Textile Industry-Textile Expo Uzbekistan-2013"	11.09.2013	Тошкент шаҳри	6	ITE Uzbekistan компанияси		C/2
12.	"Textile Equipment and Mechanical Engineering-CAITME-2013"	11-13.09.2013	Тошкент шаҳри	8	ITE Uzbekistan компанияси		C/2
13.	"Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари" кўргазма ярмаркаси	19.09.2013	Наманган шаҳри	350	Ўзбекистон Савдо-саноат Палатаси вилоят бошқармаси	30	B/10
14.	Central Asian industrial week	08-10.10.2013	Тошкент шаҳри	15	ITE Uzbekistan компанияси		C/10
15.	жами:			5492		381	A/121, B/119, C/44

3.2. Сотиш стратегияларини танлаш

Мутахассислар ҳозирги вақтда жаҳон чарм-пойабзал маҳсулотлари ишлаб чиқаришининг асосий ҳудуди Осиё ва Лотин Америкаси мамлакатлари дейишмоқда. Бунинг сабаби эса, у ерда меҳнат харажатлари қийматининг пастлиги, инвестиция муҳитининг ижобийлиги ва табиий ресурсларнинг кўплигидир. Жаҳон чарм ва поябзал ишлаб чиқаришининг 2/3 қисми айнан мана шу минтақаларда жойлашган. Ишлаб чиқариш маркази Ғарбий Европа ва АҚШдан ишчи кучи нархи арзон бўлган мамлакатлар: Жануби-Шарқий ва Ўрта Осиё, Жанубий Америка мамлакатларига кўчди. Мамлакатлараро поябзал ишлаб чиқаришда Жануби-Шарқий Осиё, биринчи навбатда, Хитой етакчилик қилмоқда. Поябзал саноатининг ҳар иккинчи жуфти эса Хитойда ишлаб чиқарилади. Бу мамлакат – поябзал ишлаб чиқариш ва етказиб беришда пешқадам. Жаҳон поябзал ишлаб чиқариш умумий ҳажмининг (йилига 13,5 млрд. жуфт) тахминан ярми Хитойга тўғри келади.

Ривожланган мамлакатлар техник жиҳатдан мураккаб, ўта замонавий ва юқори сифатли махсус чарм-пойабзал маҳсулотлари ишлаб чиқаришга йўналтирилган.

Тадқиқотларга кўра бозор таркибида кундалик поябзалларнинг улуши 55 %ни ташкил этади. Кундалик поябзал улушининг катталиги нафақат маҳаллий бозор учун, балки ҳар қандай мамлакат бозори учун ҳам хосдир. Иккинчи ўринни спорт поябзали эгаллайди (13 фоиз), у мамлакат ёшлари ўртасида кундалик поябзал сифатида ҳам оммалашган. Модабоп поябзал улуши ҳам тахминан шунчага тенг (12 фоиз). Бу, асосан, аёллар ва қизлар поябзали ҳисобланиб, анъанавий ўзбек оилаларида қизлар сепининг (турмуш қураётганда қизнинг ота-онаси ёки қариндошлари томонидан бериладиган мулк) таркибий қисми ҳисобланади. Махсус поябзаллар улуши – 8 фоиз, хонаки – 7 фоизга тенг. Сафар поябзали улуши энг кам бўлиб, 5 фоизни ташкил этади.

Пойабзал бозорининг қиймат таркиби миқдор таркибидан биров фарқ қилади. Республикамизда ўтказилган тадқиқотларга кўра, бозорнинг қиймат ҳажмида туфлилар улуши катта (31 фоиз). Шу билан бир қаторда, сандалларнинг улуши 17 фоизга, ярим ботинкалар – 18 фоиз, ботинкалар – 14 фоиз, этиклар – 16 фоизга тенг. Бунда ёш-жинс таснифида аёллар ва эркеклар пойабзали улуши қиймати бўйича фарқ қилади, вазифаси бўйича модабоп ва махсус пойабзаллар миқдор кўрсаткичларига кўра фарқланади. Маҳсулот қиймат ҳажми таркибининг бундай бўлишига сабаб, ички пойабзал бозори таъминотчилари томонидан белгиланган пойабзаллар нархидаги тафовут ҳисобланади.

Ҳозирда Наманган вилоятида пойабзал маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва уни сотиш билан қуйидаги корхоналар шуғулланмоқда:

- “Ўзбекчармпойабзали” уюшмаси таркибига кирувчи корхоналар;
- Уюшма таркибига кирмаган, шунингдек, ҳудудий тасарруфдаги корхоналар;
- давлат рўйхати гувоҳномаси асосида пойабзал ишлаб чиқариш ёки тикиш билан шуғулланувчи хусусий тадбиркорлар;
- импорт қилувчилар;
- юқорида қайд этилган гуруҳлардан бирига тааллуқли яширин ишлаб чиқарувчилар ва импорт қилувчилар.

Ўзбекистон Республикасида 2000-2011 йиллар давомида сотилган пойабзаллар умумий миқдорининг чорак қисмини хорижда ишлаб чиқарилган пойабзаллар, 14 фоизни маҳаллий ишлаб чиқарилган резинали пойабзаллар ва 12 фоизни чарм, тўқимачилик ва комбинацияланган пойабзаллар ташкил этган. Шу билан бирга, пойабзал бозорининг қиймат ҳажмида импорт пойабзал фақат 4 фоизга, бошқа икки тоифадаги пойабзал улуши мувофиқ равишда 9 фоиз ва 20 фоизга тенг бўлган. Бозорнинг миқдор ва қиймат ҳажмидаги бундай тафовут нарх параметрлари билан боғлиқ.

Расмий маълумотларга кўра, пойабзал маҳсулотлари етказиб берадиган асосий мамлакатлар Эрон, Хитой, Молдова, Россия ва Туркиядир. Таъкидлаш жоизки, Эрон Ўзбекистон ички бозорига пойабзал маҳсулотлари етказиб берадиган асосий расмий таъминотчи ҳисобланади (йилига 4 млн. жуфт). Кенг турдаги пойабзал маҳсулотларининг яна бир таъминотчиси Хитой ҳисобланади. Хитой товарлари, шу жумладан, пойабзал маҳсулотлари ҳам нархи бўйича рақобат устунликларига эга. Туфли ва сандалларнинг 35 фоизи, ярим ботинкаларнинг 15 фоиз ва ботинкаларнинг 6 фоиз мана шу мамлакатдан келтирилади. Молдова Ўзбекистон ички бозорини пойабзал маҳсулотлари билан таъминловчилар рўйхатида 2000 йилдаги еттинчи ўриндан 2008 йилга келиб иккинчи ўринга чиқиб олди ва у ҳозирда туфли ишлаб чиқариш ва экспорт қилишда бир қатор рақобат усутунликларига эга. Россия эса аксинча, бу даврда ўз мавқеини маълум даражада йўқотди. Туркия эса, модабоп пойабзалларни мунтазам равишда етказиб бермоқда.

Импорт тузилмасида туфлилар улуши ўсган бўлсада, уларни миқдор жиҳатдан етказиб бериш улуши камайиб борди. Агар 2001 йилда импорт 15,6 млн. жуфт пойабзални ташкил этган бўлса, 2010 йилга келиб у 3,6 млн. жуфтгача камайди. Бу даврда, шунингдек, бошқа турдаги пойабзаллар импорти ҳам қисқарди. Айниқса, сандаллар импортида кескин камайиш кузатилди (57 марта), бунинг сабабини ички маҳаллий ишлаб чиқаришнинг ўсиши (кўпроқ резинали шиппаклар) ва яширин импортнинг кўпайиши орқали изоҳлаш мумкин. Экспертларнинг фикрига кўра, ёш-жинс таснифи ва вазифаларига кўра, қонуний импорт таркиби умумий бозор ҳажми таркиби билан деярли бир хилда.

Яширин пойабзал бозорининг ўртача йиллик ҳажмида Хитойдан келтириладиган пойабзал маҳсулотлари улуши катта. Яширин бозорнинг деярли ярмини жинс ва ёш таркиби бўйича, асосан, хориждан келтириладиган аёллар пойабзаллари ташкил этади.

Бозор таркибида пойабзал маҳсулотларини қонуний ишлаб чиқариш, сотиш ва импорт улуши миқдор жиҳатдан 56 фоизни, қиймат жиҳатдан 42 фоизни ташкил этди. Пойабзал таъминотчилари савдоси динамикасида муҳим тафовутларни кузатиш ва яширин бозорнинг ўсишини қонуний импортнинг камайиб бориши орқали тушунтириш мумкин. Пойабзал ишлаб чиқариш соҳаси бўйича юқорида келтирилган муаммолар ва уларни бартараф этиш орқали мазкур тармоқни Ўзбекистонда ривожлантириш, пойабзал ишлаб чиқариш, сотиш, импорт қилиш тизимини такомиллаштириш зарур. Ўзбекистон республикаси саноатининг таркибий қисми сифатида чарм-пойабзал тармоғининг ҳолати юзасидан ўтказилган таҳлил қуйидагиларни очиб берди:

- пойабзал маҳсулотлари импорти улушининг маҳаллий маҳсулот ишлаб чиқаришдан сезиларли равишда устунлигини;
- пойабзал бозори ҳажмининг ўсиб боришини, бу эса, маҳаллий ишлаб чиқарувчиларга тўғри рақобат вазиятида ўз иқтисодий аҳволини яхшилаб олишларига имкон бериши;
- қиймат ва маҳсулот кўрсаткичларини ҳисоблаш усулининг мураккаблигини;
- ахборот асимметриясининг мавжудлигини.

Яқин истиқболда Ўзбекистон пойабзал саноати учун бош мақсад – аҳоли эҳтиёжларини қондиришга имкон берадиган миқдорларда маҳаллий пойабзал ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш, мамлакатнинг импортга қарамлигини бартараф этишдан иборат.

Бироқ бунинг учун корхоналар ўз фаолиятларини аниқ режалаштириб олишлари ва Ўзбекистонда пойабзал ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш йўллариини белгилаб олишлари талаб этилади. Бизнинг фикримизча, Ўзбекистон пойабзал саноати корхоналарида бундай режалаштириш қуйидаги муҳим йўналишлар орқали белгиланиши мумкин:

- маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми бўйича корхоналар кўламини мувофиқлаштириш;

- товар сифатини ошириш ҳисобидан рақобат устунлигини таъминлаш;
- ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар ассортиментини мавсумий янгилаш йўли билан товар сиёсатини мукамаллаштириш;
- корхонанинг ўз олдига қўйган мақсадларига эришишига ёрдам берадиган воситаларни ишлаб чиқиш.

Бндан ташқари, чарм-пойабзал саноатини ривожлантириш йўналишлари тармоқни ресурс билан таъминлаш; корхоналарни техник қайта жиҳозлаш; кадрлар салоҳиятини яхшилаш; товарнинг ҳаёт циклига инновацион ёндашув; ишлаб чиқаришни ривожлантириш стратегиясини амалга ошириш мақсадида пойабзал тармоғининг янада оптимал ташкилий тузилмасини ишлаб чиқишдан иборат бўлиши мақсадга мувофиқ. Ушбу вазифаларни ҳал қилиш орқали пойабзал саноатининг рақобатбардошлигини оширишга ва маҳсулотлар рентабеллигини кўтаришга, айланма маблағларнинг ҳаракат тезлигини кучайтиришга, Ўзбекистонда пойабзал истеъмол бозори улушини оширишга эришиш мумкин бўлади.

Наманган вилоятида пойабзаллар чакана савдосини ривожланиши ҳар бир ишлаб чиқарувчи корхона олдига ассортимент сиёсати ва сотиш стратегияларини танлаш масаласини долзарб қилиб қўяди.

Пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналар ўзиларининг ўзларининг сотиш ва ассортимент стратегияларини амалга оширишда ва савдо корхоналарини танлашда бир қатор омилларни ҳисобга олиши лозим ва уларнинг асосийлари қуйидагилар:

- корхонанинг мулк шакли шакли бозор улуши
- техник қуролланганлиги
- товар таъминоти шартлари
- хизмат кўрсатувчи бозори ва ундаги аҳоли сони
- Савдо корхоналарининг бошқа ташкилотлар билан алоқалари ва муносабатлари

- Транспорт ва камуникацияни ривожланганлик ҳолатлари ва бошқалар

Наманган вилоятида ишлаб чиқарилаётган пойабзалларнинг чакана савдосни ривожланиш омилларини таҳлил қилиш чакана савдо шахобчаларини ўрганиш ва унга ташхис қўйиш орқали амалга оширилади. Бунни аниқлаш мақсадида Наманган шаҳридаги “Дўстлик буюм бозори” МЧЖда пойабзал маҳсулотлари бозорини аналитик ташхис яъни махсус экспертлар гуруҳи томонидан бозорда сўров ўтказиш йўли билан дала тадқиқотлари усулида ўрганиб қуйидагилар аниқланди:

Тадқиқот жараёнида харидорларни пойабзалларнинг сотиб олишда қуйидаги омилларнинг муҳимликл даражаси сўров ўтказиш йўли билан аниқланди:

- Пойабзалнинг қулайлиги
- Модага мослиги
- Сифати
- Нархи
- Рекламаси
- Ишлаб чиқарувчиларнинг обрўси
- Пойабзалнинг ташқи кўриниши

Пойабзаллар чакана савдосига таъсир этувчи омилларнинг муҳимлиги даражаси бўйича эркаклар пойабзаллари учун нарх омили, аёллар пойабзаллари учун эса модага мослиги, болалар ассортименти учун эса қулайлиги энг муҳим омил деб ҳисобланди. Ушбу омиллар бўйича таклиф ҳажмига баҳо бериш орқали вилоятимизда пойабзал ишлаб чиқариш корхоналарининг сотиш стратегияларини аниқлаш имкониятлари мавжуд. Ассортимент тадқиқотини ўтказиш учун “Дўстлик” бозори танлаб олинди.

Ўтказилган сўровлар натижасида қуйидаги ҳолатлар аниқланди:

1-диограмма



²¹Тадқиқот апрел ойининг охирида ўтказилганлиги сабабали бозордаги пойабзалларнинг қуйидаги ассортиментлари танлаб олинди: туфли, басаношка, сандалет.

“Дўстлик” бозорида пойабзал сотиш чакана савдоси 41 та, бозорда мавжуд пойабзаллар 8865 жуфтни ташкит этди.

Дўстлик бозорида чакана савдо шахобчаларининг ихтисослашуву ва улардаги пойабзаллар нархи бўйича ассортименти қуйидагича тақсимланган:

²¹ Анкета сўровлари орқали аниқланган маълумотлар асосида тайёрланди.

3.2.1-жадвал

“Дўстлик” бозорида пойабзал дўконларининг ассортиментга кўра ихтисослашуви ва ундаги ассортиментни ишлаб чиқарилган мамлакатлар бўйича тақсимланиши²²

	Ассортименти	дўконлар сони	жами ассортименти сони	шундан				
				Наманган, Ўзбекистон	Хитоц	Туркия	Сурия	Эрон
1	Эркаклар	25	5500	4125	1095	280	0	0
2	Аёллар	10	1800	150	1440	160	50	0
3	Болалар	6	1565	65	1408	0	0	92
	жами	41	8865	4340	3943	440	50	92

“Дўстлик” бозорида аёллар пойабзали сотиш дўконлар 10 та бўлиб унда жами пойабзаллар ассортименти 1800 жуфтни, юлалар пойабзали сотиш дўконлари 6 та бўлиб унда пойабзаллар ассортименти сони 1565 жуфтни, эркаклар пойабзали сотиш дўконлари 25 та бўлиб жами пойабзаллар ассортименти 5500 жуфтни ташкил этиб, уларда асосан ассортиментини ишлаб чиқарилган мамлакатлар бўйича улуши 3.2.1-жадвалда кўрсатилган.

Умумий ҳолатни қуйидагича таҳлил қиламиз. Жами 8865 жуфтининг 4227 жуфти Республикамизда ишлаб чиқарилган пойабзалларлар бўлиб жами пойабзаллар ассортиментини 47 % ни ташкил этмоқда.

Бозордаги чакана савдо дўконларида шаклланган ассортиментни нархи бўйича таҳлил қилиш учун эркаклар, аёллар ва болалар пойабзалларнинг 3 хилдаги нарх даражалари танлаб олинди. Унга кўра тақлиф этилаётган пойабзалларнинг ишлаб чиқарилган мамлакатлар бўйича қайси нархда тақлиф этилаётганлигини ва харидорлар гуруҳларини қайси сегментларига рақобатчи давлатлари қандай товар сотиш

²²Манба: “Дўстлик” бозорида ўтказилган сўров ва кузатув тадқиқотлари асосида аниқланди.

стратегияларини қўллаётганликлари бўйича хулосалар чиқариш мумкин (3.2.2-жадвал).

Эркаklar пойабзали бўйича Ўзбекистонда ишлаб чиқарилаётган пойабзаллар таклифи ўртача нархдаги ассортиментнинг улуши юқори (52 %), Хитой эса эркаklar пойабзалларини энг паст нархларда таклиф этмоқда (71 %). Туркияда ассортиментларида эса юқори нархлар сақланиб қолган (89 %).

Аёллар пойабзаллари бўйича бундай ҳолатни аксини кўришимиз мумкин. Ўзбекистонда ёки Наманганда ишлаб чиқарилган аёллар пойабзаллари паст нарх стратегияси қўлланилиб жами ассортимент таркибида 67 % ни ташкил этмоқда. Хитой эса аёллар пойабзали бўйича ўртача нархлардаги ассортиментни таклиф этмоқда (84 %), Туркияда ишлаб чиқарилган аёллар пойабзаллари ассортиментининг 82 % и юқори нархларда сотилмоқда. Янги рақобатчи сифатида бозорга кириб келган Сурия ва Эрон пойабзаллари паст нархларда таклиф этилмоқда.

Болалар пойабзаллари мавсумийлиги ва истеъмоли эркаklar ва аёллар пойабзалларига нисбатан айланиш меъри ортиқча. Бу жараёнларни юиз юқоридаги бобларимизда таҳлил қилган эдик. Шунинг учун ҳам бозордаги асосий боллар ассортиментини паст нархларда таклиф этилмоқда ва энг кўп улушга эга бўлган ассортимент Хитой хиссасига тўғри келмоқда.

Таҳлилий маълумотлар “Дўстлик” бозорида шаклланган ассортимет таҳлили вилоятда фаолият кўрсатаётган корхоналаримиз бошқа мамлакатлар пойабзалларига нисбатан харидрларнинг ўрта қатламлари учун ишлаб чиқариш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

“Дамбоғ” пойабзали савдо корхонаси томонидан ишлаб чиқарилаётган пойабзалларнинг ярмига яқини ўзининг чакана савдо шаҳобчаларида сотилмоқда. “Дўстлик” бозорида ҳамкорхонанинг чакана савдо шаҳобчаси ташкил этилган. Ундаги эркаklar ассортиментнинг 100 % и таҳлил учун танланган ўртача нархга мос келади. Ҳозирда корхона

томонидан вилоятда 6 та ва республиканинг бошқа вилоятларида 2 та чакана савдо шахобчалари фаолият кўрсатмоқда.

Шунинг учун вилоятда фаолият кўрсатаётган корхоналарда бош масала истеъмолчиларга мос бўлган ассортимент стратегиясини ишлаб чиқиш ва махсус чакана савдо шахобчалари орқали товар сотишни кўпайтиришдир. Ушбу омиллар бўйича Наманган шаҳридаги **“Дамбоғ” ишлаб чиқариш ва савдо корхонасининг** ассортиментга боғлиқ товар сотиш хажмини динамикасини ҳисоблаймиз.

Логорифмик тенгламадан ассортиментни кенгайишининг сотиш хажмига таъсирини ҳисоблаймиз.

$$y=a+bx$$

Жадвал маълумотларидан фойдаланиб ассортиментни кенгайиб бориши ҳисобидан корхона товар айланишидаги (К) ўзгаришини ҳисоблаш мумкин.

$$\begin{cases} 3a+363b=1994977 \\ 363a+5889b=385006610 \end{cases}$$

Йиллар	Ассортимент (хили), x	Маҳсулот сотиш хажми (минг сўм), y	x^2	xy
2010	35	2200	1225	77000
2011	120	336000	14400	40320000
2012	208	1656777	43264	343609616
Жами	363	1994977	58889	385006616

Бундан:

$$a=-1488387,081$$

$$b=9596,0443$$

$$\Delta x = 121, \quad \Delta y = 664992,333$$

$$K = b\Delta x / \Delta y = 1,74$$

Корхона томонидан ассортиментни 1 тага кўпайиши натижасида унинг сотиш ҳажмини 1,74% га ошишини билдиради.

Чакана савдо шахобчаларини ташкил этилиши ҳам унинг савдосини ривожлантирувчи бош омиллардан бири. Шунинг учун ҳам чакана савдо шахобчаларини ортиши унинг савдосига қандай таъсир этганлигини ҳам логорифмик тенглама орқали ҳисоблашимиз мумкин.

3.2.3-жадвал

Дамбоғ” пойабзали савдо корхонасининг товар сотиш йўналишлари

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2008 й	2009 й	2010 й	2011 й	2012 й
Чакана савдо тармоқлари	Бирлик	2	2	4	4	8
Умумий майдони	М.кв	24	24	61,5	61,5	111,4
Чакана савдо шахобчалари орқали сотилган пойабзаллари	Минг сўм	7303,8	42222	356075	816170	915210
	Жуфт	261	1206	7913	13164	12203

Манба: жадвал корхона маълумотлари асосида тузилди.

3.2.3-жадвал маълумотларини қуйидаги 3.2.4-жадвалга

жойлаштирамиз:

Йиллар	Майдони (M^2), x_1	Маҳсулот сотиш ҳажми (минг сўм), y_1	x_1^2	$x_1 y_1$
2008	24	261	576	6264
2009	24	1206	576	28944
2010	61	7913	3721	482693
2011	61	13164	3721	803004
2012	111	12203	12321	1354533
жами	281	34747	78961	2675438

Юқоридаги таҳлиллар Наманган вилоятида фаолият юртатётган пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналар ўзларининг сотиш стратегияларини биринчи галда маҳсулот ассортиментини кенгайтириш ва уни аҳолининг харид қобилиятига мослаш, чакана товар сотиш шахобчаларини ташкил этиш каби муҳим вазифаларга қаратиши лозим деб ҳисоблаймиз.

“Дўстлик” бозорида таклиф этилаётган пойабзалларнинг нархи бўйича ассортиментни тахлили²³

т/р	нархи	жами ассортименти сони		Шундан,									
		сони	жамига нисбатан улуши	Наманган, Ўзбекистон		Хитоц		Туркия		Сурия		Эрон	
				сони	улуши (%)	сони	улуши (%)	сони	улуши (%)	сони	улуши (%)	сони	улуши (%)
	65-70 минг	1890	34	1100	27	780	71	10	4	0	0	0	0,0
	70-100 минг	2374	43	2142	52	210	19	22	8	0	0	0	0,0
	100-150 минг	1236	22	883	21	105	10	248	89	0	0	0	0,0
1	Эркаклар	5500	100	4125	100	1095	100	280	100	0	0	0	0
	50-80 минг	185	10	100	67	40	3	4	3	41	82	0	0
	80-100 минг	1263	70	25	17	1208	84	25	16	5	10	0	0
	100-150 минг	352	20	25	17	192	13	131	82	4	8	0	0
2	Аёллар	1800	100	150	100	1440	100,0	160	100	50	100	0	0
	10-15 минг	905	58	41	63	859	61	0	0	0	0	5	5
	15-25 минг	382	24	14	22	328	23	0	0	0	0	40	43
	25-40 минг	278	18	10	15	221	16	0	0	0	0	47	51
3	Болалар	1565	100	65	100	1408	100	0	0	0	0	92	100

²³“Дўстлик” бозорида ўтказилган сўров ва кузатув тадқиқотлари асосида аниқланди.

Корхоналар ўзларининг чакана савдо шахобчаларини ташкил этиш орқали куйидаги ижтимоий – иқтисодий самарадорликка эришиши имкониятлари яратилади:

- Корхона истеъмолчилар билан тўғридан-техри алоқа ўрнатади
- Корхонанинг товарларига ўхшиш товарлар билан рақобатбардошлигини баҳолаш имконияти яратилади
- Корхона маҳсулотларини нархлаштириш стратегияларини ишлаб чиқиш учун қулай имкониятлар очилади
- Корхона товарларини рекламасини ташкил этилади
- Корхонанинг тайр маҳсулот омборларидаги товарлар айланиши тезлашади ва бошқалар.

3.3.Пойабзаллар рақобатбардошлигини баҳолаш ва уни ошириш омиллари.

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида маҳаллий товарлар рақобатбардошлигини ошириш долзарб масалалардан биридир. Бу эса, ўз навбатида, ишлаб чиқариш соҳасини янада такомиллаштиришни талаб этмоқда. Хусусан, ишлаб чиқариш секторида иқтисодий ва ташкилий ислохотларни кучайтириш талаб этилади. Шунга кўра чарм-пойабзал саноатини ривожлантириш ҳамда ундаги мавжуд муаммоларни бартараф этиш ҳозирда муҳим аҳамият касб этишини юқоридаги бобларда баён этилди.

Харидорлар феъл-атворини тадқиқ қилиш шуни кўрсатмоқдаки, улар товарни сотиб олиш учун ҳаражатларга нисбатан фойдали самара(P) берадиган товарларни афзал кўришади ва бошқа шунга ўхшаш товарларга таққослаб фойдаланиш(C)ни(яъни солиштирма фойдали самаралар)ни энг кўп маъкул кўришади. Энг умумий усулда товарнинг рақобатбардошлилик шарти(товарлардан бирини афзал кўриш) куйидаги кўринишга эга:

$$K = \frac{P}{C} \max \longrightarrow$$

Муайн товар бу шартга мос келиши- йўқлигини фақат бозорда тақдим этилган бошқа товарлар билан таққослаш жараёнидагина аниқлаш мумкин.

Товарнинг рақобатбардошлилик баҳоси қуйидаги босқичларда акс этади:

I-бозор тахлили ва энг рақобатбардошли товар намунасини таққослаш учун асос сифатида танлаш ҳамда товарингиз рақобатбардошлилик даражасини белгилаш;

II-таққосланаётган умумий товарлар белгиларини(ўлчамларини) аниқлаш;

III-товарингиз рақобатбардошлилиги интеграл кўрсаткичини ҳисобга олиш.

Намунани танлаш рақобатбардошлилик тахлилида энг масъулятли лаҳзалардан бири ҳисобланади. Бу босқичда хато қилиб бутун иш натижалари бузилишига олиб келиши мумкун. Намуна тахлил қилинаётган буюм энг кўп сонли харидорлар таклифини эгаллаган мазкур бозорда энг кўп тақдим этилган товарлар гуруҳига тегишли бўлиши лозим.

3.3.1-жадвалда пойабзаллар сифати ва рақобатбардошлигини баҳолаш кўрсаткичлари тавсифланган. Жадвал маълумотларини вилоятимизда таклиф этилаётган энг юқори улушга эга бўлган эркаклар чарм пойабзалларини баҳолаш орқали ифодалаш мумкин.

Қуйидаги жадвал маълумотларидан фойдалниб вилоятимиз бозорларида таклиф этилаётган пойабзалларнинг солиштира тахлил усулида сифати ва рақобатбардошлигини баҳолаш имконияти мавжуд. Уни амалга ошириш бир неча босқичлардан иборат.

Биринчи босқич. Сифат кўрсаткичларини баҳолаш бўйича пойабзаллар танлови. Танлов 3.1.2-жадвалда келтирилган.

Иккинчи босқич. Пойабзалларнинг сифат кўрсаткичларини бахоловчи экспертларни танлаш. Биз тадқиқот жараёнида 4 та экспертлардан фойдаландик.

3.3.1-жадвал

**Чарм пойабзалларининг сифатини ва рақобатбардошлигини
баҳолаш кўрсаткичлари²⁴.**

Рақобатбардошлик омиллари	Қўшимча кўрсаткичлар	Асосий талаблар таснифи
биринчи даража	иккинчи даража	учунчи даража
1. Ижтимоий хусусиятлари		1.01. Жозибалилиги 1.02. Қулайлиги 1.03. Бренди
2. Функционал кўрсаткичлари	2.1. Асосий вазифасини бажариш даражаси 2.2. Ёрдамчи вазифаларни бажариш даражаси 2.3. Алохида вазифаларни бажариш даражаси	2.1.1. Турли ҳолатларда тўхтай олиш қобилияти 2.2.1. Эстетик хусусиятлари 2.3.1.Кўча, уй шароитларига мослиги ва чулки-пайпоқлар билан кийиш қулайлиги
3. Эргономик хусусиятлари	3.1. Гигиеник хусусиятлари	3.1.1.Нам тортиш хусусияти 3.1.2.Сувни ўзидан чиқариб ташлаш хусусияти 3.1.3. Ички буғланиш даражаси 3.1.4. Иссиқлик ўтказмаслик 3.1.5. Софлик, покизалилиги
	3.2. Антропометрик	3.2.1.Фойдаланиш қулайлиги (кийиш, ечиш, боғлаш ва бошқалари) 3.2.2. Инсон оёғининг тезлигига мосланганлик.
	3.3. Физиологик	3.3.1.Йўғонлиги 3.3.2.Оғирлиги 3.3.3.эгилувчанлиги ва қайшқоқлиги
	3.4.Психофизиологик	Ранги, фасони, тузилиши ва бошқа жихатлари инсон психологиясига таъсир этиш жихати

²⁴Муаллиф ишланмаси.

биринчи даража	иккинчи даража	учунчи даража
4. Эстетик хусусиятлари	4.1. Яхлит композицияси	4.1.1. Пойабзал қисмларининг бир бирига уйғунлашуви 4.1.2. Алоҳида қисмларида маънодорликни ифодаланиши 4.1.3. Қисмларнинг мос келиши 4.1.4. Ранглар уйғунлиги 4.1.5. Савлатлилиқ ва безакдорлиги
	4.2. Мақсадга мувофиқлик шакллари	4.2.1. Конструкция ишларида мақсадни ифодаланиши 4.2.2. Эргономик боғланганлик
	4.3. Ахбротлар ифодаланганлиги	4.3.1. Ўзига хос услуб мавжудлиги 4.3.2. Белгилашларнинг мослиги 4.3.3. Модага хослиги 4.3.4. Ишланган материалларнинг
	4.4. Ишлаб чиқариш нуқсонлари	4.4.1. Ички ва ташқи пардозлаш 4.4.2. Маркировкаси 4.4.3. Товар белгиси 4.4.4. Конструкциясининг алоҳида деталлари ва декорацияларининг пухта ишланганлиги
5. Кафолати (ишончилиги)	5.1. Чидамлилиқ, пишиқ ва пухталиги. (физик ва маънавий)	5.1а.1. қисм чокларини мустаҳкамлиги 5.1а.2. Хизмат муддати (ишқаланишга, сирпанишга чидамлилиги ва рангини ўчиб кетмаслиги, юрганда товуш чиқармаслиги) 5.1б.1. Хизмат қилиш даври.
	5.2. Таъмирланиши	5.2.1. Таъмирлаш даври 5.2.2. Таъмирлангандан кейинги хизмат даври ва яна қайта таъмирлаш имконияти
	5.3. Сақланиши	5.3.1. Товардаги йўқотишлар 5.3.2. Сақлаш шартлари 5.3.3. Биологик ва бошқа ташқи омиллар таъсири 5.3.4. Транспортировкадаги сақлаш муддатлари
6. Иқтисодий	6.1. Нарх	6.1.1. Чакана нархи 6.1.2. Таъмирлаш харажатлари 6.1.3. Товардан қутилиш харажатлари
7. Экологик	7.1. Экологик софлик	7.1.1. Зарарсиз хом ашё материаллардан фойдаланганлик даражаси
	7.2. Экологик талабларга жавоб бериши	7.1.2. Безарар моддалар ишлатилганли (клей, бўёқ ва бошқа)

биринчи даража	иккинчи даража	учунчи даража
8. Маркетинг	8.1. Талабга мослиги	8.1.1. Истеъмолчиларнинг талабига ва уларнинг характериға мослашувчанлиги 8.1.2. Истеъмолчиларнинг географик ва иқлим шароитларига мос келиши 8.1.3. Ўлчамларнинг мослиги 8.1.4. Бичими ва модасининг мос келиши 8.1.5. Ижтимоий нафлилиги
	8.2.Товарнинг кўриниши	8.2.1. Оёқ кийимнинг жозибадорлиги, кўркамлиги 8.2.2. Маркировкаси 8.2.3. Қадоқланиши 8.2.4. Товар харакатини меёрий даражасини сақланиши
	8.3. Бозор конъюктураси	8.3.1. Реклама самарадорлиги 8.3.2. Рақобатбардошлиги 8.3.3.Бозордаги шу асортиментни тўйинганлиги боҳоси
	8.4. Савдо технологик жараёнлари	8.4.1. Ташишга қулайлиги 8.4.2.Сақлашга қулайлиги 8.4.3.Сотишга чиқаришга қулайлиги 8.4.4. Намойиш қилишга қулайлиги 8.4.5. Совдодан кейинги хизмат даражасининг мумкинлиги 8.4.6.Савдо корхонасидаги оёқ кийимларни ўрами.

Манба: тадқиқотчи ишланмаси.

Тажриба учун олинган пойабзаллар тўғрисида маълумот

№	Пойабзаллар ассортименти	Ўлчами	Моделли	Ишлаб чиқарилган давлат	Ишлаб чиқарган корхона номи	ранги	нарни (минг сўм)
1	П1-эркаклар туфлиси	41-45	№	Наманган	Истиқлол текстил дизайн	қора	85-90
2	П2-эркаклар туфлиси	41-45	№	Наманган	Дамбоғ	қора	75-85
3	П3-эркаклар туфлиси	41-45	№	Хитой	Силан	қора	65-70
4	П4-эркаклар туфлиси	41-45	№	Туркия	Класс	қора	140-150

Манба: тадқиқотчи ишланмаси.

Учинчи босқичда 3.3.2-жадвалдан фойдаланган холда биз экспертлар анкетасини 3.3.3-жадвал кўринишида ифодалаймиз. Анкетада экспертлар томонидан баҳолашни балли шкаласи – максимал 5 балл, минимал – 1 балл деб белгилаймиз.

3.3.3-жадвал

Пойабзаллар рақобатбардошлиги баҳоси

№	Кўрсаткичлар	П1	П2	П3	П4
1	Мода ва услуб уйғунлиги	2	3	4	5
2	Модасини кўркамлиги	3	3	4	5
3	Пойабзал устки қисмидаги нуқсонлар ва чарм сифати	2	1	5	3
4	Ички ва ташқи пардозлаш	4	3	3	5
5	Ранги	5	5	5	5
6	Кийиш қулайлиги	5	5	2	3
7	Оғирлиги (стандарт бўйича яқинлик даражасига қараб)	2	1	5	3
8	Қисмларнинг бир бирига мувофиқлиги	4	4	5	4
9	Тагликнинг сифати	5	4	2	3
10	Юришнинг қулайлиги	5	3	2	5
	жами балл	37	32	37	41
	максимал балл	50	50	50	50
	сифат даражаси (%да)	74	64	74	82

Манба: экспертлар сўрови натижалари асосида олинган маълумотлар асосида муаллиф ишланмаси.

Тўртинчи босқичда анкета маълумотларини таҳлил қилган холда экспертларнинг баҳолаши бўйича қуйидагиларни хулоса қилишимиз

Пойабзалларнинг сифат кўрсаткичларини баҳолаш бўйича эксперт таҳлили натижалари Туркиянинг “Класс” пойабзалидир. “Замин Туркистон” ҳамда Хитойда ишлаб чиқарилган пойабзалларнинг сифат

кўрсаткичларини баҳоси тенг. Унинг асосий сабаби “Замин Туркистон” МЖЧ пойабзаллар ишлаб чиқариш бўйича Хитой технологияси ва хом-ашёсидан фойдаланмоқда. Энг паст кўрсаткич эса “Дамбоғ” ишлаб чиқариш ва савдо корхонасининг пойабзалларидир. Бироқ “Дамбоғ” пойабзаллари ҳозирда вилоятимизда энг юқори бозор улушини эгаллаб турибди. Бунинг асосий сабаби корхона ўзининг сотиш каналларини кенгайтириб вилоятимизнинг барча туманларида ҳамда бошқа вилоятларида ҳам харидорлар билан ишлаш жараёнини самарали ташкил эта олган (3.2 режада таҳлил қилинган).

Пойабзалларнинг сифат кўрсаткичлари уларнинг рақобатбардошлигини белгилашда энг кўп “Вазн”га эга бўлган йўналиш деб қабул қилиш мумкин. Бироқ товар рақобатбардошлигини тавсифлашда ҳатто энг кичик имкониятга ҳам этиборсизлик қилмаслик лозим.

Ўхшаш схемалар бўйича товарнинг иқтисодий (қиймат) йўналишлари асосий иқтисодий хусусиятларини тавсифловчи мазмуни аниқланади ёки харидор пойабзални сотиб олишга ва ундан истемол даврида фойдаланишга кетадиган харажатлари аниқланади.

Иқтисодий йўналишлар миқдори(катталиги) пойабзал баҳоси(C_1), уни сотиб олиш(C_2), фойдаланиш даври(C_3), ҳодимларни ўқитиш(C_4), ишлатиш(C_5), созлаш(C_6), техник хизмат кўрсатиш(C_7), солиқлар(C_8), суғурта бадаллари(C_9), харажатлари ва бошқа шу кабилар билан аниқланади. Бу харажатда ҳаммаси истемол баҳоси(C) – товарнинг бутун хизмат муддати давомида истемолчига зарур бўлган маблағ ҳажмидан иборат. Бу ерда қўшилувчилар(иқтисодий йўналишлар) ва уларнинг аниқ аҳамияти ҳар бир товар учун алоҳидадир.

Пойабзаллар рақобатбардошлигини белгилашда уларни ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг имкониятларини ҳам назарда тутиш лозим. Шунинг учун пойабзаллар рақобатбардошлини баҳолашда яна асосий масала сифатида унинг баҳоси, сотиш йўналишлари, ҳамда каммуникация алоқаларини баҳолаш мақсадга мувофиқ.

Тахлил этилаётган пойабзаллар нархи бўйича рақобат даражасини баҳолаш учун Наманган вилояти чакана савдосида 2013 йилда сотилган пойабзалларнинг ўртача нархига таққослаган ҳолда баҳолаймиз (3.3.4-жадвал). Жадвал маълумотлари бизга Хитой ёки Туркия пойабзалининг нархи вилоятда тақлиф этилаётган ўртача нархга мос эмас, бироқ сифат кўрсаткичи бўйича “Истиқлол текстил дизайн” корхонаси томонидан ишлаб чиқарилаётган пойабзал билан бир хил сифатга эга бўлган пойабзалнинг нархига, ҳамда сифати паст бўлган “Дамбоғ” корхонасида ишлаб чиқарилган пойабзалнинг нархидан ҳам паст нархда тақлиф қилмоқда. Бу кўрсаткич Хитой пойабзали нарх бўйича рақобатда устунлигини кўрсатиб бермоқда.

3.3.4-жадвал

Пойабзалларнинг нархи бўйича рақобатбардошлик баҳоси

Пойабзаллар	Нархи (минг сўм)	“Дустлик” бозорида шаклланган ассортимент нархи	% да
П1-эркаклар туфлиси	90	90	60
П2-эркаклар туфлиси	80	90	80
П3-эркаклар туфлиси	70	90	100
П4-эркаклар туфлиси	145	90	40

Манба: тадқиқот натижалари

Тадқиқ қилинаётган пойабзалларнинг сотиш имкониятлари бўйича рақобатбардўлигини баҳолашда еттига кўрсаткични асосий омил деб ҳисобладик ва булар бўйича тақлиф этилаётган пойабзалларни имкониятларини баҳолаб чиқди. Вилоятимизда энг юқори бозор улушига эга бўлган корхона “Дамбоғ” корхонаси, истиқлол текстил дизайн корхонасининг пойабзаллари ҳам, Хитой ва Туркиянинг биз танлаб олган ассортиментининг бозор улуши паст. Сабаби ана пойабзаллар импорти “Дамбоғ” ва “Истиқлол текстил дизайн” корхоналарининг чакана савдо

айланмаси кўрсаткичларидан паст, бироқ бозордаги ассортименти хили эса Хитойники юқори. Шуларга асосланган холда 3.3.5-жадвалдаги тегишли баллар берилди. Бошқа омилларни ҳам иқтисодий кўрсаткичлар асосида баҳоланиб жами рақобатбардошлик имкониятлари аниқланди ва уларнинг натижаси П1-68,6 %, П2 – 80 %, П3-57 %, П4-60 % лик натижага эришди.

3.3.5-жадвал

Пойабзалларни сотиш тизимлари бўйича рақобатбардошлиги

Кўрсаткичлар	П1	П2	П3	П4
1.Бозор улуши	4	5	4	2
2.Рекламаси	2	5	1	1
3.Маъсус фирма дўкони	5	5	1	1
4.Улгуржи савдоси	4	4	5	5
5.Хизмат кўрсатиш даражаси	5	4	3	5
6.Истеъмолчилар билан алоқа	3	4	1	2
7.Экспорт имкониятлари	1	1	5	5
Жами балл	24	28	20	21
Энг юқори кўрсаткич	35	35	35	35
Рақобатбардошлиги % да	68,6	80,0	57,1	60,0

Манба: Муаллиф ишланмаси

Юқоридаги тахлилий натижаларни умумлаштириб тахлил қилинаётган пойабзалларнинг рақобатбардошлигини баҳосини умумлаштирамиз.

Синовга олинган пойабзалларнинг умумий рақобатбардошлиги даражаси бўйича Хитой пойабзаллар устун келмоқда.

“Дамбоғ” ҳамда “Истиклол текстил дизайн” корхоналарнинг рақобатбардошлик имкониятлари эса Туркия пойабзалидан устун келмоқда. Юқоридаги мулохазалар Туркияда ишлаб чиқарилаётган пойабзаллар ўрнини ички бозорларимизда ишлаб чиқарилган пойабзаллар эгаллади. Эндиги навбат фикримизча Хитой пойабзалларини ички бозордан сиқиб чиқариш хисобланади.

**Тахлил этилаётган пойабзаларнинг рақобатбардошлик
кўрсаткичлари**

Кўрсаткичлар	П1	П2	П3	П4
Сифати бўйича	74	64	74	82
Нархи	60	80	100	40
сотиш тизимлари	68,6	80,0	57,1	60,0
Ўртача	67,5	74,7	77,0	60,7

Юқоридаги тадқиқотлар вилоятимизда ишлаб чиқарилаётган пойабзалларнинг сифат кўрсаткичларини яхшилаш ва рақобатбардошлигини ошириш масаласини ечимини топишни долзарб вазифалардан бири этиб белгилаб бермоқда. Ҳозирги вақтда қадар вилоятимизда пойабзаллар сифатини ошириш бўйича корхоналаримизда қатор ишлар қилинган бўлишига қарамасдан маҳсулот сифатини бошқариш ва режалаштириш етарли даражада амалга оширилган эмас. Натижада, ишлаб чиқарилган катта қисми ички бозорда ўз ўрнини топа олмаяпти. Буни юқоридаги пойабзалларнинг ассортимент тадқиқотлари ҳам асослаб бермоқда. Юқорида биз таҳлил қилган корхонада ҳам талайгина ишлар қилинган бўлишига қарамасдан, уларда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг сифати юқори даражада эмас. Шу сабабли уларнинг маҳсулотларининг асосий қисми ички бозорда сотилмоқда ва вилоятда пойабзалларни экспорт қилиш масаласини кун тартибига қўймоқда. Ташқи бозорга чиқиш учун улар рақобатбардош бўлиши, сифати бўйича халқаро андозаларга мос бўлиши керак. Бунинг учун эса маҳсулот сифатини бошқариш лозим.

Ҳозирда вилоятда фаолият кўрсатаётган корхоналаримизнинг биронтаси ҳам тўлалигича ISO сифатни бошқариш тизимини жорий этгани йўқ. Бунинг асосий сабаблари қуйидаглар:

1. Вилоятда пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналар асосан кичик корхона ва микрофирмалар бўлганлиги сабабли ИСОни жорий этишга молиявий маблағлар етишмайди

2. Корхоналарда асосий технологик жараёнлар кул меҳнати орқали амалга оширилиб пойабзалларнинг етарли станларт талаблари таъминланмайди

3. Корхоналарда инновацияларни жорий этиш бўйича мутахассислар кам ва мавжудларини малакаларини ошириш бўйича ишлар ташкил этилмаган

4. Корхоналаримизда мода маркетинги масалалари чуқур ўрганилмаган ва жаҳон пойабзаллар бозорини ўрганувчи консалтинг фирмалари вилотда деярли йўқ

5. Экспортбоб маҳсулотлар ишлаб чиқариш учун халқаро стандарт талабларига мос пойабзаллар тагликларини ишлаб чиқарувчи корхона йўқлиги сабабли, улар асосан Хий ва Туркия мамлакатларидан импорт қилинмоқда.

6. Корхоналарга техник хизмат кўрсатувчи инжиниринг хизматлари ҳам вилотда ривожланмаган.

ISO сифатни бошқариш тизимининг сифат аспектлари қуйидагиларни ўз ичига олади:

❶ Истеъмолчи талабларини белгилаш (маҳсулот/хизматларга техникавий шартлар), жумладан:

- бозорни урганиш;
- контрактларни тузиш;
- конуний талаблар

❷ Сифатни режалаштириш

❸ Мувофиклик сифати, жумладан:

- Жараёни режалаштириш ва ривожлантириш;
- Харид фаолияти;
- Ишлаб чиқариш;

-Верификатлаштириш;

-Жойлаш, саклаш ;

-Сотиш ва таркатиш

④ Маҳсулот сифатини куллаб – кувватлаш:

-Ўрнатиш ва ишга тушириш;

-Сотишдан сунги давр;

-Техникавий ёрдам ва хизмат кўрсатиш

-Утиллаштириш/кайта ишлаш

ИСО 9000 нинг самарадорлик меъзонлари ва талаблари қуйидагилар ўз ичига олади:

- Сифатни таъминланиши, сифат бўйича талабларга маҳсулот мувофиқ бўлишига ишонч беради
- Саноатвайирикулгуржихаридорларучунзарарланиш, йўқотишларвахавфданхимояланишкафолатифавқулоддамухим
- ЙирикулгуржихаридорлартомониданишлабСТ (сифатни таъминлаш) →СТталабларинитарқалиши
- СТ/СБ тизимлари бўйича миллий стандартлар→миллий уйғунлаштирилган талаблар

ИСО 9000 халқаро стандартлари →миллий уйғунлаштирилган талаблар

Нима учун менинг ташкилотимда ИСО 9001 бўйича СМТ жорий қилиш керак?

- Буни истеъмолчи хоҳлайди
- Сифат устида ишлаш ва сифатни яхшилаш
- Энг яхши молиявий натижаларга эришиш учун

Уз акционерларини, уз хизматчиларини ва уз шерикларини кондириш учун

ИСО 9001 турт ҳолатда кулланилиши мумкин

☐ Таъминотчи ва истеъмолчи уртасида шартнома тузилганда ☐ Истеъмолчи томонидан маъкуллаш ☐ Сертификатлаштириш/учинчи томондан руйхатга олиш	Сифатни таъминлаш
☐ Сифатни яхшилашга раҳбарлик	Сифатни яхшилаш

12

-расм. ИСО 9001ни қўланиши ҳолатлари.

ИСО 9001 буйича СМТ жорий қилишдан фойда куйидагилардан иборат:

- ✓ Корхоналарни самарадорлигини ошириш, ишда аниқ мувофиқлаштириш;
- ✓ Бизнес мақсадларига эришишга ва истеъмолчилар эҳтиёжларини кондиришга юқори аҳамият;
- ✓ Корхона маҳсулот ёки хизматлари сифатини истеъмолчилар томонидан белгиланган ёки кутилаётган талабларига мувофиқлигига эришиш ва ушлаб туриш;
- ✓ Талаб қилинаётган сифат таъминланиши ва ушлаб турилишига истеъмолчилар ишончини мустахкамлаш;
- ✓ Янги бозор имкониятларини очилиши ва амалдаги сотув бозорларини саклаб қолиниши;
- ✓ Сифат менеджменти тизимларини сертификатлаштириш ва руйхатга олиш;
- ✓ Йирикрок корхоналар билан мусобакалашиш имконияти (яъни макбул нархлар таклиф қилиниши ёки нархларни ушлаб туриш).

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарори билан 2009 йил 17 июньдаги “2009 - 2012 йилларда чарм-пойабзал саноати корхоналарини янада ривожлантириш ва модернизация қилиш ҳамда тайёр чарм товарлар ишлаб чиқариш ҳажмларини кўпайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори билан «Ўзбекчармпойабзали» уюшмаси Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти билан биргаликда **“Пойабзал дизайни маркази”**ни ташкил этиш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш лозимлиги белгилаб берилди. Дизайн марказини асосий вазифалари этиб қуйидагилар белгиланди:

- пойабзал дизайни ва уни ишлаб чиқариш, чарм галантерия, аксессуарлар соҳасидаги жаҳон модалар тенденцияларини ўрганиш ва истиқболда моделлаштириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш;

- пойабзал ва чарм-галантерия саноати корхоналари ва турдош тармоқлар мутахассислари учун пойабзал ва чарм галантерия маҳсулотларини моделлаштириш ва уларнинг конструкцияси масалалари бўйича методик семинарлар ва йиғилишлар ташкил этиш;

- замонавий пойабзал технологияси, дизайни, уларни конструкциялаш ва ишлаб чиқариш бўйича чарм-пойабзал тармоғи ва алоҳида жисмоний шахслар учун кадрлар малакасини ошириш ва уларни қайта тайёрлаш бўйича курслар ташкил этиш ҳамда ихтисослаштирилган методик қўлланмалар ишлаб чиқиш;

- халқаро ташкилотлар ва институтлар, пойабзал ва чарм-галантерия маҳсулотларини лойиҳалаштириш ва ишлаб чиқариш соҳасига ихтисослашган хорижий модалар уйлари ва компаниялар билан ҳамкорликни кенгайтириш вазифалари кўзда тутилган эди. Расман бу марказнинг очилиши бўлиб ўтган бўлсада, бироқ у ўз зиммасига юкланган вазифаларни тўла-тўқис бажаргани йўқ.

Ҳозирги шароитда чарм-пойабзал саноатини ривожлантириш, тармоқ корхоналари салоҳиятини кўтариш учун мажбуриятлари ва имкониятлари доираси нисбатан кенгроқ бўлган ўзини ўзи молиялаштирадиган ва ўз

харажатларини ўзи қоплай оладиган мустақил муқобил марказнинг яратилиши пойабзал ишлаб чиқариш билан боғлиқ бошқа корхоналарнинг самарадорлигини оширишга ва республика пойабзал тармоғида соғлом рақобат муҳитини яратишга ёрдам берган бўлар эди.

Корхона фаолиятини самарали бўлишида ишлаб чиқаришни интенсивлаштириш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг тури ва сифатини ошириш ҳамда жаҳон стандартлари даражасига етказиш, корхонанинг ишлаб чиқариш тузилмасини янада такомиллаштириш аҳоли турмуш маданиятини янада оширишга, айниқса жаҳон бозорларида ўз ўрнимизни эгаллашда, корхоналарнинг рақобатбардошлигини оширишда кўйидагиларга эътибор қаратилиши лозим:

- саноат корхоналарини кенг миқёсда модернизация қилиш, техник ва технологик янгилаш, уларни энг замонавий юқори технологик ускуналар билан жиҳозлаш, саноат тармоқларида замонавий илмий ютуқлар ва илғор инновацияларни жадал тадбиқ этиш, саноат учун юқори малакали кадрлар тайёрлашни кенгайтириш;

- ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш, маҳаллий ҳом ашёни чуқур ва сифатли қайта ишлаш негизида экспорт салоҳиятининг барқарор ўсиб боришини, экспортга мўлжалланган рақобатбардош саноат маҳсулоти ишлаб чиқаришни кўпайтиришни, уларни сотиш, бозорларни кенгайтирилишини таъминлаш;

- саноат тармоқларида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни жадал ривожлантириш учун шарт-шароитлар яратиш, саноат корхоналарини вилоятдаги барча туманларида ҳам жойлаштириш ва шу асосда импорт ўрнини босадиган маҳсулот ишлаб чиқарилишини таъминлаш;

- меҳнат унумдорлигини ўстириш, ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархини изчил пасайтириш, энергия ва ресурсларни тежайдиган замонавий технологияларни жорий этиш, ишлаб чиқаришни ташкил қилишни такомиллаштириш, нобудгарчиликлар ва унумсиз сарф-

ҳаражатларни бартараф этиш ҳисобига саноат ишлаб чиқариши самарадорлигини муттасил ошириб бориш;

- саноат маҳсулотини ишлаб чиқаришда унинг ташқи бозордаги рақобатбардошлигини таъминлайдиган халқаро сифат стандартлари ва техник регламентларни тизимли тарзда татбиқ этиш.

Хулоса ва таклифлар

Наманган вилояти пойабзаллар бозорини тадқиқи қилиш натижасида ишлаб чиқариш ва уларни сотиш тизимларида қуйидагилар аниқланди ва мавжуд муаммолар кўйилиб уларни баратарф этиш бўйича қуйидаги таклифлар берилди:

1. Ноозиқ-овқат товарлари бозирида пойабзалларнинг улуши Республикамизда 2010 йилда 1,5 % ни ташкил этган бўлса, 2012 йилда 1,4 % га пастлаган, бу кўрсаткич вилоятимизда тегишли равишда 3,2 ва 3,3 % ларга тўғри келган. Ишлаб чиқарилган пойабзалларни унинг чакана савдоси билан таққосланганда Республикамизда 2010 йилда 10,4 % га, 2013 йилда эса 10 % га тўғри келган бўлса, вилоятимизда бу кўрсаткичлар тегишли равишда 62,6 % дан 96,5 % гача ўсган. Юқоридаги ҳолатлар вилоятда пойабзаллар ишлаб чиқариш ва савдоси юқори даражада ўсаётганлиги ва рақобат муҳити жадал шаклланаётганлигидан далолат беради.

2. Пойабзаллар ишлаб чиқарувчи корхоналар ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражаси 87,4 % ни ташкил этган ва 2012 йилда аҳоли жон бошига 0,28 жуфт пойабзал ишлаб чиқарилиб 2008 йилга нисбатан 5 мартага ўсган. Бироқ, вилоятда ишлаб чиқарилаётган жами пойабзалларнинг 45,8 % эркаклар, 53,7 % баллар пойабзаллари хиссасига тўғри келиб аёллар пойабзалларнинг улуши атига 0,4 %ни ташкил этмоқда. Бунинг асосий омиллари қуйидагилар деб ҳисоблаймиз:

- фаолият кўрсатаётган корхоналарда моделлерлар, дизайнерлар малакалари юқори эмаслиги

- ишлаб чиқариш ускуналарининг қисқа даврдаги ўзгариш имкониятларини йўқлиги;

- корхоналарда асосан табиий чармдан тикиладиган пойабзалларнинг салмоғи юқорилиги ва суний чармдан пойабзаллар ишлаб чиқариш имкониятлари пастлиги.

3. Наманган вилоятида 2008 йилда чакана савдосида 335,8 минг жуфт пойабзаллар чакана савдода сотилган бўлса, 2012 йилда бу кўрсаткич 912,1 минг жуфтга етган ёки аҳоли жон бошига пойабзаллар сотиш кўрсаткичи 2008 йилга нисбатан миқдори бўйича 2,7 мартага, қиймати бўйича 4,5 мартага ўсган. Аҳоли жон бошига пойабзаллар сотиш миқдори бўйича 2008 йилда 0,15 жуфтни ташкил этган бўлса, 2012 йилда бу кўрсаткич 0,38 жуфтга кўпайган, қиймати бўйича 2008 йилда 2173,2 сўмни ташкил этиб 2012 йилда бу кўрсаткич 8958,8 сўмни ташкил этган.

Аҳолини пойабзаллар билан таъминлашнинг энг кам миқдорини вилоят чакана савдо шахобчалари томонидан 2008 йилда 6,2 % таъминланган бўлса, бу кўрсаткич 2012 йилда 15 % ни ташкил этган. Демак, аҳолини пойабзалларга бўлган талабининг қолган қисми яъни 85 %и норасмий савдо, бошқа вилоятлар чакана савдо корхоналари, яқка тартибда фаолият юритувчи тадбиркорлар, косиблар ҳамда импорт хисобига таъминланилаётганли тасдиқланди.

4. Пойабзаллар ишлаб чиқариш 2008 йилда 116 минг жуфт ёки аҳоли жон бошига 0,05 жуфтни ташкил этиб, бу кўрсаткич 2012 йилда 691 минг жуфтга етган ёки аҳоли жон бошига 0,29 жуфтни ташкил этган. Вилоятимизда ишлаб чиқарилаётган пайабзаллар миқдори истеъмол қобилиятининг энг кам миқдоридан: эркаклар пойабзаллари бўйича 736,4 минг жуфт, аёллар пойабзаллари эса 1346,9 минг жуфт, болалар пойабзаллари эса 2402 минг жуфтга кам. Юқоридаги таҳлиллар вилоятимиз ички бозорларида пойабзаллар ишлаб чиқариш бўйича хали жуда катта бозор бўшлиқлари мавжуд эканлигини тасдиқламоқда. Бу эса ўз навбатида пойабзаллар ишлаб чиқаришни яна бир неча мартага оширишни, қўшимча минглаб янги иш жойлари ташкил этиш имкониятлари борлигини тасдиқланди.

5. Вилоятда мавжуд хом-ашёдан 1764 минг жуфт болалар туфлиси, 986,8 минг жуфт эркаклар туфлиси, 1327,4 минг жуфт аёллар туфлиси ишлаб чиқариш мумкин. 2012 йилда 674 минг жуфт чарм пойабзаллари

ишлаб чиқарилганлиги ҳисобга олганда хом-ашё таъминоти масаласида етарли имконият мавжуд эканлигини асосланади. Хом-ашё ва технологиялар таъминоти масалаларида Ўзбекистон Савдо саноат палатаси хизматларидан самарали фойдаланиш йўналишлари очиб берилди.

6.Пайабзал таглик деталлари, фарнитуралар ва ёрдамчи материаллар асосан импорт ҳисобига чет давлатлардан шартнома асосида олиб келиниши ва унинг пойабзаллар таннархига тасир этиш ҳолатлари тадқиқ қилинганда Хитойда ишлаб чиқарилаётган бир хил истеъмол қийматига эга бўлган пойабзалларимизнинг таннархи юқори эканлиги тасдиқланди. Шунга кўра вилоятда пойабзаллар фарнитуралари, тагликлари ва суний чарм ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш ва уларни вилоят истеъмоли даражасида халқаро бозорлар тадқиқотларидан келиб чиқиб режалаштириш мақсадга мувофиқ эканлиги очиб берилди.

7. Вилоятда ишлаб чиқарилаётган пойабзалларнинг сифат кўрсаткичларини яхшилаш ва рақобатбардошлигини ошириш масаласини ечимини топиш учун анкета сўровлари ва эксперт баҳолаш усулларидан фойдаланилди ва рақобатбардошлигини ошириш масаласи долзарб вазифа этиб белгиланди. Корхоналаримизнинг рақобатбардошлигини ошириш бўйича халқаро сифат менежменти тизимини жорий этиш, маҳсулотлар таннархини пасайтириш имкониятлари ва маҳсулотларини диверсификациялаш бўйича маркетинг стратегияларидан фойдаланиш масалалари очиб берилди.

Наманган вилоятида пойабзал ишлаб чиқарувчи корхона фаолияти самарали бўлишида ишлаб чиқаришни интенсивлаштириш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг тури ва сифатини ошириш ҳамда жаҳон стандартлари даражасига етказиш, корхонанинг ишлаб чиқариш тузилмасини янада такомиллаштириш, аҳоли турмуш маданиятини янада оширишга, айниқса жаҳон бозорларида ўз ўрнимизни эгаллашда, корхоналарнинг рақобатбардошлигини оширишда қўйидагиларга эътибор қаратилиши лозим:

- пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналарни кенг миқёсда модернизация қилиш, техник ва технологик янгилаш, уларни энг замонавий юқори технологик ускуналар билан жиҳозлаш, саноат тармоқларида замонавий илмий ютуқлар ва илғор инновацияларни жадал тадбиқ этиш, юқори малакали кадрлар тайёрлашни кенгайтириш;
- ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш, маҳаллий ҳом-ашёни чуқур ва сифатли қайта ишлаш негизида экспорт салоҳиятининг барқарор ўсиб боришини, экспортга мўлжалланган рақобатбардош маҳсулоти ишлаб чиқаришни кўпайтиришни, уларни сотиш, бозорларни кенгайтирилишини таъминлаш бўйича пойабзалларнинг иски ва ташқи савдосини тадқиқ этиган ҳолда аниқ йўналтирилган маркетинг дастурларини шакллантириш лозим;
- пойабзаллар ишлаб чиқарувчи корхоналар учун шарт-шароитлар яратиш, ҳом-ашё ва технологилар таъминоти, халқаро ички бозорлар ахбороти бўйича консалтинг фирмалар фаолиятини йўлга қўйиш, илмий тадқиқот ишлари амалга ошириш ҳисобига Хитой пойабзалларини ички бозордан сиқиб чиқариш чораларини кўриш ва шу асосда импорт ўрнини босадиган маҳсулот ишлаб чиқарилишини таъминлаш;
- пойабзаллар ишлаб чиқарувчи корхоналарда меҳнат унумдорлигини ўстириш, ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархини изчил пасайтириш, энергия ва ресурсларни тежайдиган замонавий технологияларни жорий этиш, ишлаб чиқаришни ташкил қилишни такомиллаштириш, унумсиз сарф-ҳаражатларни бартараф этиш ҳисобига самарадорликни муттасил ошириб боришини таъминлаш;
- пойабзаллар ишлаб чиқаришда унинг ташқи бозордаги рақобатбардошлигини таъминлайдиган халқаро сифат стандартлари ва техник регламентларни тизимли тарзда татбиқ этиш;
- пойабзалларнинг ассортимент сиёсатини тўғри шакллантириш ва унда жаҳон мода тенденцияларини маркетинг тадқиқотлари ёрдамида ўрганиш орқали амалга ошириш, дизайн ва мода марказлари фаолиятини йўлга қўйиш ва уларни етук мутахассислар билан таъминлаш чораларини кўриш

Фойдаланилган адабиётлар.

I. Ўзбекистон Республикасининг қонунлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2012 й.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик ва тадбиркорлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида”ги қонуни, 1999 йил 14 апрель,
3. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат” тўғрисидаги қонуни. 2012 йил
4. 1996 йил 27 декабрда Ўзбекистон Республикасининг “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги қонуни
5. Ўзбекистон Республикасининг “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонуни. 1996 йил
6. Ўзбекистон Республикасининг «Товар белгилари, хизмат белгилари ва товарни келиб чиқиш жойи номи тўғрисида”ги қонуни
7. Ўзбекистон Республикасининг «Маҳсулотлар ва хизматлар сертификацияси тўғрисида”ги қонуни, 1996 йил
8. Ўзбекистон Республикасининг «Стандартлаштириш тўғрисида”ги қонуни 1996 йил
9. Ўзбекистон Республикасининг “Оилавий тадбиркорлик” тўғрисидаги қонуни, 2012 йил

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

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида, 2008 йил 18 ноябрь, ПФ-4053-сон
11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг 1994 йил 26 февральдаги “Савдони эркинлаштириш ва истеъмол бозорини товарлар билан тўлдиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори
12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг қарори билан “Ўзбекистон Республикасида чакана савдо қоидалари” тўғрисидаги низом 2006 йил.
13. 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.

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 4053-сонли фармони. 2008 йил 18 ноябр

15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Бозорлар фаолиятини такомиллаштириш ва маҳсулотлар сотиш учун шарт шароитлар яратишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 239-сонли 2000 йил 22 июлдаги қарори

16. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Махсукамасининг “Ноозиқ овқат истеъмол товарлари билан савда қилишни такомиллаштириш чора тадбирлари тўғрисида”ги 330-сонли қарори 2003 йил 28 июн,

17. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 28 январдаги “Маҳаллий ноозиқ-овқат истеъмол товарлари ишлаб чиқариш кенгайтирилишини рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-1050-сонли қарори

18. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси “Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари билан савдо қилишни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида 2003йил 28-июльдаги 330-сонли қарори

19. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 26 апрелдаги “Деҳқон бозорлари ва савдо комплекслари фаолиятини ташкил қилишни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-1326 –сонли

20. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2000 йил 12 августдаги “Бозорлар фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги 315-сонли

21. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари билан савдо қилишни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори, 2003 йил 28 июль.

22. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 6-августдаги 1170-сонли “Наманган шахрини 2009-2012 йилларда ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар Дастури тўғрисида”ги қарори,

23. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2009-2012 йилларда Наманган вилояти саноатини ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизациялаштириш Дастури тўғрисида”ги 232-сонли қарори,

24. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 24 августдаги “2009-2012 йилларда Наманган вилоятида кичик бизнес,

тадбиркорлик ва касаначиликни ривожлантириш Дастури тўғрисида”ги 246-сонли қарори

25. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2009 - 2012 йилларда чарм-пойабзал саноати корхоналарини янада ривожлантириш ва модернизация қилиш ҳамда тайёр чарм товарлар ишлаб чиқариш ҳажмларини кўпайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2009 йил 17 июндаги 169-сонли қарори

26. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 6 июлдаги “Наманган вилояти саноатининг индустриал салоҳиятини ривожлантириш ҳамда Наманган шахрини ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-3215-сонли Фармойиш

III. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари

27. И.А.Каримов. Ўзбекистоннинг ўз истиқлол ва тараққиёт йўли. “Ўзбекистон”, 1992, 43-44-бетлар

28. И.А.Каримов “Ўзбекистон бозор муносабатларига ўтишнинг ўзига хос йўли”. Тошкент, «Ўзбекистон», 1993 йил

29. Каримов И.К. Келажакни жасоратли одамлар куради. Т.7.Т. «Ўзбекистон» 1999, 321.

30. Каримов И.К. Мамлакатимиз тараққиёти ва халқимизнинг ҳаёт даражасини юксалтириш-барча демократик янгилаш ва иқтисодий ислохотларимизнинг пировард мақсадидир. Т.Ўзбекистон. 2007, 41

31. И.А.Каримов Бизнинг бош мақсадимиз — жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, мамлакатимизни модернизация ва ислох этишдир. Т.; Ўзбекистон, 2005, 76 б.

32. Каримов И.А. «Бизнинг бош мақсадимиз-жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох қилишдир». Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлис қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи, 2005 й, 29 январ, 20 сон.

33. Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. -Президентимиз Ислом Каримовнинг 2009 йилнинг асосий якунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устивор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. “Халқ сўзи”, 2010 йил 30 январ.

34. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш-устивор мақсадимиздир. -Президентимиз Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси қонунчилик палатаси ва Сенатининг ва қўшма мажлисидаги маърузаси //Халқ сўзи, 2010 йил 28 январ.
35. Ўзбекистон Конституцияси-биз учун демократик тараққиёт йўлида ва фаровонлик жамият барпо этишда мустаҳкам пойдевордир. - Президентимиз Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституция қабул қилишнинг 17 йиллигига бағишланган тантанали маъросимдаги маърузаси. Халқ сўзи, 2009 йил 6 декабр.
36. Каримов И.А. Амалга ошираётган ислохотларимизни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамияти қуриш – ёруғ келажагимизнинг асосий омилидир. Республика Конституцияси қабул қилинганининг 21 йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси. <http://uza.uz/oz/politics/29870/>
37. Каримов И.А. Инсон манфаати, ҳуқуқ ва эркинликларини таъминлаш, ҳаётимизнинг янада эркин ва обод бўлишига эришиш – бизнинг бош мақсадимиздир. Республика Конституцияси қабул қилинганининг 20 йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси. <http://uza.uz/oz/politics/24599/>
38. Каримов И.А. Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. Тошкент: “Ўзбекистон”, 1999й. 12-бет
39. И.А.Каримов Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, мамлакатимизни модернизация ва ислох этишдир. Т.; Ўзбекистон, 2005,76 б.
40. И.А.Каримов. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси. www.gov.uz
41. Каримов И. А. Мамлакатимиз тараққиёти ва халқимизнинг ҳаёт даражасини юксалтириш – барча демократик янгиланиш ва иқтисодий ислохотларимизнинг пировард мақсадидир. Тошкент, Ўзбекистон, 2007, 28-бет
42. 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 маърузаси. Манба: <http://uza.uz/oz/politics/30441/>
43. И.А.Каримов “Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир” 2009 йилнинг асосий якунлари ва

2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг энг мухим устивор йўналшларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. www.UzA.uz.

IV. Дарслик ва ўқув қўлланмалар

44. А.Солиев. “Маркетинг”. Тошкент. “Иқтисод-молия” – 2010 йил 7-17 б
45. Самуэльсон П., «Экономика» Т., ИНАО, «АЛГОН» ВНИИСИ, 1992, с.36.
46. Котлер Ф. «Основы маркетинга». М., Прогресс, 1990 с. 54
47. Макконелл К.р., Брю С. А. Экономикс: принципы, проблемы и политика. М., республика. 1992.т.1.с.77.
48. Усмонов А.С. Научные основы регулируемых рыночных отношений. Тошкент: PLSHTLI «Ўзинфорагпром». 1992.с.30.
49. Тўхлиев Н. Бозорга ўтишнинг машаққатли йўли. Тошкент: «Ўзбекистон»,1999. 13 б.
50. Солиев А., Усмонов А. Маркетинг., Тошкент, «Ўқитувчи». 1997.9 б.
51. Сариқов Э, Маматов М. «Иқтисодиёт ва бизнес», Тошкент, «Шар». 1997. 22 б
52. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005, с.144
53. Экономическая теория: Учебник. - Изд., испр. и доп. / Под общ.ред. акад. В.И.Видяпина, А.И.Добрынина, Г.П.Журавлевой, Л.С.Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2005, с.143.
54. Ф.Котлер. Основы маркетинга (краткий курс). Пер.Анг. ИД. Вильямс. Москва. 2007 г. 23 .ст..
55. А.Шодмонқулов. Кичик бизнес субъектларида маркетинг фаолиятининг шаклланиши ва ривожланиши (пойабзал ишлаб чиқариш корхоналари мисолида). И.ф.н. илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. ТДИУ. Т:, 2006 йил. 10-б.
56. Б.Абдукаримов. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик. “Мқтисод-молия”, Т:, 2010 йил 190-200 б.
57. Ё.Абдуллаев. Статистика Назарияси. Дарслик. “Ўқитувчи”, Т:, 2002 йил.
58. “Правительство российской федерации “об утверждении методических рекомендаций по определению потребительской корзины для основных социально-демографических групп населения в целом по российской федерации и в субъектах российской федерации” РФ от 12.08.2005 N 511.

V. Илмий журналлардаги мақолалар

59. Н.Собиров, М.Турсунов. Чарм-пойабзал саноатида рақобатбардош муҳитни яратиш омиллари. Иқтисодиёт ва таълим. 2012 йил, 6-сон. 69 бет.
60. Манба: МДХ мамлакатлари бозорига экспорт қилиш. Россия Федерацияси ва Қозоғистон мисолида. Амалий қўлланма. Ўзбекистон бизнес форуми лойиҳаси. 2008 йил

VI. Интернет сайтлари

1. www.gov.uz—O'zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali
2. www.press-service.uz—O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmatirasmiy
3. www.mfer.uz—
O'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiya vasavdo Vazirligining rasmiy sayti sayti
4. www.UzA.Uz—O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti
5. www.review.uz – “Ekonomicheskoe obozrenie” jurnalining rasmiy sayti
6. www.cer.uz – Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti
7. www.uzreport.com – biznes axborotlari portali
8. www.eurasianews.com – EvroOsiyo tadqiqotlar arkazining rasmiy sayti
9. www.vip.lenta.ru – Internet nashriyoti
10. www.InternetNews.com— yangiliklar serveri
11. www.api.uz—Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги
12. www.lex.uz -Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси
13. www.bdm.uz – бизнес эксперт журналининг расмий сайти
14. www.iqtisodiyot.uz -“Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали
15. www.cooper.uz – Ўзбекистон Республикаси саноат ярмаркаси ва кооперацион биржасининг расмий сайти
16. www.chamber.uz – Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаининг расмий сайти.
17. www.uzbusiness.org – электрон ярмарка.
18. Zouyouz.uz - китоблар портали