

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

УДК

қўлёзма ҳуқуқида

МАХМУДОВ ТОХИРЖОН ОЛИМЖАНОВИЧ
**“Тўқимачилик корхоналарнинг маркетинг фаолиятини
самарадорлигини ошириш омиллари” мавзусида**

5A230401-“Маркетинг”(тармоқлар ва соҳалар)

МАГИСТР

академик даражасини олиш учун ёзилган

ДИССЕРТАЦИЯСИ

Илмий раҳбар

и.ф.д.,проф.А.Солиев

Наманган – 2015 йил

МУНДАРИЖА

КИРИШ	3
I БОБ. КОРХОНАНИНГ МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИ ВА УНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ.	
1.1. Корхона ва унинг бозор модели моҳияти.....	7
1.2. Корхона маркетинг фаолияти ва унинг назарий асоси.....	21
1.3. Наманган вилояти иқтисодиётида саноатнинг ўрни.....	30
II БОБ. НАМАНГАН ВИЛОЯТИДА ТЎҚИМАЧИЛИК КОРХОНАЛАРИНИНГ МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИ ТАҲЛИЛИ.	
2.1. Вилоятда тўқимачилик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни ривожланиши	41
2.2. Тўқимачилик маҳсулотларини сотиш кўрсаткичлари таҳлили	55
III БОБ. Тўқимачилик корхоналарнинг маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш йўллари.	
3.1. Тўқимачилик корхоналарини модернизация ва диверсификация қилиш самарадорлигини ошириш	59
3.2. Корхоналарда товарларни сотишни рағбатлантириш усуллари тақомиллаштириш.....	69
3.3. Уйчи-Чортоқ туманларида тўқимачилик корхоналарининг ташкил этиш истикболлари.....	82
ХУЛОСА	95
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати	99

Кириш

Диссертация мавзусининг асосланиши ва унинг долзарблиги.

Тўқимачилак саноатининг ривожланишининг асосий йўналишларидан бири пахта толасини четга сотиш эмас балки ундан калава ип, газлама ва тикувчилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳамда уларни экспорт салоҳиятини кўпайтиришдан иборатдир. Президентимиз Ислом Каримов бу борада “Бир ҳолни чуқур англашимиз керак: четга бу қадар кўп пахта сотиш республикамызда тўқимачилик ва енгил саноат ривожига кўзланган даражага етгунча давом этиши мумкин. Биз барча тараққий топган ва маърифатли мамлакатлар каби пахта билан эмас, аввало, тайёр маҳсулот билан савдо қилишимиз зарур”¹ деб таъкидлаб ўтган эдилар.

Президентимиз Ислом Каримовнинг 2010 йил 15 декабрда қабул қилинган “2011-2015 йилларда Ўзбекистон Республикаси саноатини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари тўғрисида”ги қарори соҳани жадал тараққий эттиришда дастуриламал бўлмоқда. Мазкур ҳужжат билан тасдиқланган дастур доирасида ўнлаб янги инвестиция лойиҳаларини ҳаётга татбиқ этиш, жумладан, тугалланган ишлаб чиқариш жараёнига эга вертикал интеграциялашган тўқимачилик мажмуаларини ташкил этиш кўзда тутилган. Ўзбекистон Марказий Осиё минтақасида муҳим стратегик маҳсулот бўлган пахта етиштирувчи ва етказиб берувчи асосий мамлакат бўлиб, дунёда пахта етиштириш бўйича олтинчи, уни экспорт қилиш бўйича иккинчи ўринда туради. Шундай қилиб, давлатимиз томонидан олиб борилаётган чора-тадбирлар натижасида, 1990 йилда пахта толасини маҳаллий қайта ишлаш кўлами 7 фоизни ташкил этган бўлса, 2014 йилда 35-38 фоизни ташкил этди. Тўқимачилик саноати корхоналарининг ўзига хос ташкилий хусусиятларидан бири меҳнат буюмларининг хомашёдан тайёр маҳсулотга айланиши улар технологик жараён бўйича мўлжалланган ўтимлардан ўтишини,

¹ И.А.Каримов “Ўзбекистон: миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат, мафкура” Том 1. 1996 йил

машиналарда қайта ишланишини шарт қилиб қўяди. Шу сабабли корхона ривожланишини таъминловчи стратегияни танлашда алоҳида жорий этилаётган машинанинг эмас, балки бутун технологик жараён самарадорлигини аниқлаш, уларнинг маркетинг фаолиятини ривожлантириш такозо этилади. Шу нуқтаи назардан соҳа мутахассисларидан тўқимачилик саноати технологияларида муҳим ўрин эгаллайдиган ипга ишлов бериш жараёнларини чуқур билишлари, маркетинг фаолиятини самарали ташкил этишни талаб қилинади.

Тадқиқотнинг объекти. Наманган вилоятидаги тўқимачилик корхоналарининг бозор фаолияти ҳисобланади.

Тадқиқотнинг предмети. Тўқимачилик корхоналарнинг маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнларидаги иқтисодий-ижтимоий, бозор муносабатлари мажмуаси ҳисобланади.

Тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари. тўқимачилик корхоналарнинг бозор фаолиятини маркетинг тадқиқотлари асосида ўрганиш ва такомиллаштириш ҳамда самарадорлигини ошириш бўйича илмий услубий тавсиялар тайёрлашдир.

Тадқиқот ишининг вазифалари қуйдагилардан иборат:

- Корхона ва унинг бозор фаолияти модели тушунчаларини назарий асосларини ўрганиш;
- Корхона маркетинг фаолияти ва унинг назарий асосларини очиқ бериш;
- Вилоятда саноатни ривожланиши кўрсаткичларини таҳлил қилиш;
- Корхоналарда тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқаришини ўрганиш;
- Тўқимачилик маҳсулотларини сотиш кўрсаткичлари таҳлили қилиш;
- Корхоналарнинг молиявий иқтисодий кўрсаткичлари таҳлили қилиш;
- Тўқимачилик корхоналарини модернизатсия ва диверсификация қилиш самарадорлигини кўрсаткичларини ишлаб чиқиш;
- Корхоналарда товарларни сотишни рағбатлантириш усулларини такомиллаштириш;

- Уйчи-Чортоқ туманларида тўқимачилик корхоналарининг ташкил этиш истиқболлари ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг асосий масалалари ва фаразлари. Илмий изланиш натижасида тўқимачилик корхоналарнинг маркетинг фаолиятини маркетинг стратегиялари асосида ривожлантириш йўналишларини аниқлаш, миллий товарларини маҳаллий ва жаҳон бозорларида рақобатбардошлигини таъминлаш ҳамда самарадорлигини ошириш омилларини кўрсатиб беришдан иборат.

Мавзу бўйича қисқача адабиётлар таҳлили. Ўзбекистон Республикаси президенти И.А.Каримовнинг асарлари, Ўзбекистон Республикаси президенти И.А.Каримовнинг сўзлаган нутқлари, илмий мақолалар таҳлил қилинди, дарсликлар, монографиялар ва илмий мақолалар ўрганилди.

Тадқиқот услубияти ва услублари. Диссертцияни тайёрлашда индукция, дедукция, анализ, синтез, иқтисодий-математик моделлаш, статистик гуруҳлаш ва эксперт баҳолаш усулларида фойдаланилди.

Тадқиқот натижаларининг назарий ва амалий аҳамияти.

Диссертацияда ишлаб чиқилган илмий-услубий ғоя, таклиф ва тавсиялар Наманган вилоятидаги тўқимачилик ва енгил саноат корхоналарида товар сиёсатини шакллантириш ва маркетинг самарадорлигини ошириш ҳамда такомиллаштириш йулларини аниқлашга имкон беради.

Тадқиқот матереалларини маркетинг йўналиши талабаларига амалиёт дарсларини ўтишда ва тўқимачилик корхоналарни маркетинг фаолиятини самарадорлигини оширишда қўлланма сифатида фойдаланишлари мумкин.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги.

-Тўқимачилик корхоналарининг бозори модели моҳияти ва уни ўзига хос хусусиятлари очиқ берилади.

-Тўқимачилик корхоналарини модернизация ва диверсификация қилиш ва иновацион технологияларни жорий қилиш самарадорлиги аниқланади;

-Тўқимачилик махсулотларини сотишни рағбатлантириш усуллари ишлаб чиқилади;

-Уйчи-чортоқ туманларида тўқимачилик корхоналарни ташкил қилиш истиқболлари аниқланади.

Диссертация таркибининг қисқача тавсифи.

Диссертация кириш, учта боб,хулоса ва таклифлар,фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган, унинг хажми ____ бетдан иборат. Фойдаланилган адабиётлар рўйхати ____ та.

Диссертация кириш қисмида танланган мавзунинг долзарблиги, муамони ўрганилганлик даражаси, тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари, эришилган натижаларнинг илмий янгилиги ва амалий аҳамияти ёзилган.

“Корхонанинг маркетинг фаолияти ва унинг назарий асослари” **номли биринчи бобда** корхона ва унинг бозор модели тушунчалари, унинг маркетинг фаолияти ва унинг назарий асоси очиб берилган ҳамда Вилоят иқтисодиётида саноатни ривожланиши ўрганиб чиқилган.

“Вилоятда тўқимачилик корхоналарининг маркетинг фаолияти тахлили” **номли иккинчи бобда** корхоналарнинг тўқимачилик махсулотларини ишлаб чиқаришини ривожланиши, тўқимачилик махсулотларини сотиш кўрсаткичлари тахлили, корхоналарнинг молиявий иқтисодий кўрсаткичлари тахлиллари амалга оширилган.

“Тўқимачилик корхоналарнинг маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш йўллари” **номли учинчи бобда** тўқимачилик корхоналарини модернизатсия ва диферцификация қилишнинг самарадорлигини ошириш, корхоналарда товарларни сотишни рағбатлантириш усулларини такомиллаштириш ва Уйчи-Чортоқ туманларида тўқимачилик корхоналарини иашкил этиш истиқболлари ишлаб чиқилган.

Диссертациянинг **хулоса ва таклиф** қисмида тадқиқот натижалари асосида ишлаб чиқилган назарий ва амалий хулоса ҳамда таклифлар билдирилган.

I боб. Корхонанинг маркетинг фаолияти ва унинг назарий асослари

1.1. Корхона ва унинг бозор модели моҳияти

Ўзбекистон мустақилликка эришгач, Президентимиз Ислом Каримов томонидан ишлаб чиқилган ва ҳар томонлама асослаб берилган ўзига хос тараққиёт йўлини танлади. Бу йўлни ишлаб чиқишда жаҳондаги кўплаб халқларнинг тараққиёт тажрибалари билан бир қаторда ўзбек халқининг буюк тарихий мероси, анъаналари, урф-одатлари, турмуш тарзи, унинг яратувчанлик, бунёдкорлик қобилиятлари, мамлакатимиздаги мавжуд ижтимоий-иқтисодий шарт-шароитлар ва бошқа кўплаб омиллар ҳисобга олинди ҳамда улар асосида “ўзбек модели”нинг бешта асосий тамойили белгилаб берилди. Ўзбекистоннинг 24 йиллик мустақиллик даврида **“ўзбек модели”** деб олинган бозор иқтисодиётини шакиллантириш жараёни ва унда еришилган натижалар жаҳон олимлари томонидан тан олинди. асосида ривожланиши тамойили собиқ шўролар модели деб ном олган бозор иқтисодиётини ўзининг мазкур шакиллантириш модели ҳаётийлигини тасдиқлади. Жаҳон олимлари томонидан тан олинди ва ўзини натижаларини кўрсатди. Бу ҳақиқатда жаҳон давлатлари босиб ўтган узоқ йўлини қисқа муддатларда ўтиб улар қаторидан муносиб ўрнин олишни таъминламоқда.

Ўзбекистоннинг бозор иқтисодиётига ўтишни “ўзбек модели” қуйидаги тамойилларга асосланади:

биринчидан, иқтисодий ислохотлар ҳеч қачон сиёсат ортида қолмаслиги керак, яъни иқтисодиёт сиёсатдан устун бўлиши керак. Шунингдек, ички, ташқи ва иқтисодий муносабатларни мафкурадан ҳоли этишни таъминлаш зарур;

иккинчидан, ўтиш даврида давлат асосий ислохотчи бўлиши лозим. У ислохотларнинг устувор йўналишларини белгилаб бериши, ўзгаришлар сиёсатини ишлаб чиқиши ва уни изчиллик билан амалга ошириши шарт;

учинчидан, қонун устуворлигига эришиш, қонунларга қатъий риоя этиш лозим. Бунинг маъноси шуки, демократик йўл билан қабул қилинган янги Конституция ва қонунларни барча ҳеч истисносиз ҳурмат қилиши ва уларга оғишмай риоя этиши лозим;

тўртинчидан, аҳолининг демографик таркибини ҳисобга олган ҳолда кучли ижтимоий сиёсат ўтказиш керак. Аҳолининг салкам 50 фоизини 16 ёшга етмаган болалар ташкил этадиган Ўзбекистонда бунинг алоҳида аҳамияти бор;

бешинчидан, бозор иқтисодиётига ўтиш иқтисодиётнинг объектив қонунларини эътиборга олиб, яқин ўтмишдаги “инқилобий сакрашлар”сиз, яъни эволюцион йўл билан пухта ўйлаб, босқичма-босқич амалга оширилиши керак.

Бозор муносабатларининг асосий бўғини “корхона” ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасининг “**Корхона**” тўғрисидаги қонунда унга қуйдагича тариф берилган “**Корхона**”-бу ҳуқуқий шахс бўлган, мулкчилик ҳуқуқи ёки хўжаликни тўла юритиш ҳуқуқи бўйича ўзига қарашли мол-мулкдан фойдаланиш асосида маҳсулот ишлаб чиқарадиган ва сотадиган ёки маҳсулотни айирбошлайдиган, ишларни бажарадиган, хизмат кўрсатадиган, беллашув ҳамда мулкчиликнинг барча шакллари тенг ҳуқуқлилиги шароитида амалдаги қонунларга мувофиқ ўз фаолиятини рўёбга чиқарадиган мустақил хўжалик юритувчи субъектдир”².

Ҳар қандай корхона ўз фаолиятини ташкил этишда энг аввало, унинг ишлаб чиқариши лозим бўлган товарларга ёки хизматларга харидорларнинг эҳтиёжи, уларнинг имкониятлари, келажак истикболлари тизимли ва ҳар томонлама ёндашилади ва ўрганилади.

² Ўзбекистон республикасининг “Корхона”тўғрисидаги қонуни 1991 йил 15 февраль,229-ХII-сон

Мулкчилик шаклларида қатъи назар, корхона ишловчилар сонига қараб кичик ёки ўрта корхоналар жумласига киритилиши мумкин.



1.1.1-Расм Корхонанинг тавсифланиши

Корхоналар мулк шаклига кўра бир – биридан фарқланади:

- фуқаролар мулкига асосланган: хусусий, оилавий корхона;
- жамоа мулкига асосланган: корхона, ишлаб чиқариш ширкатлари, ширкатларга тегишли корхона, акционерлар жамияти, ижтимоий ташкилотлар, диний ташкилотлар корхонаси;
- давлат мулкига асосланган корхона.

Корхона таркибига мулкый мажмуа сифатида ер майдонлари, бино ва иншоотлар, асбоб-ускуналар, товарлар, инвентарь, пул маблағлари, қарзлар ва талаб ҳуқуқлари, мулкый ҳуқуқлар (товар белгилари, фирма

номлари, намуналар), шунингдек, номоддий активларни (муаллифлик ҳуқуқлари ва лицензиялар, ноу-хау, ишбилармонлик нуфузи ва ҳоказо) киритиш мумкин.

Корхоналар фаолиятининг асосий йўналишлари қуйидагилардир:

1. Бозор ва унинг ривожланиш истиқболларини мажмуавий равишда ўрганиш асосида ва ёрдамида, харидорларнинг маҳсулот турларига бўлган талабларини ўрганиш.

2. Корхонада халқ истеъмоли учун зарур бўлган янги маҳсулот турларини яратиш ва жорий қилиш.

3. Корхонада илмий-тадқиқот ва тажриба-конструкторлик фаолиятини ташкил этиш.

4. Ишлаб чиқаришни режалаштириш, дастурлаш, мувофиқлаштириш ва молиялаштириш.

5. Ишлаб чиқаришни ташкил этиш.

6. Ишлаб чиқарилган маҳсулотни тақсимлаш, сотиш тизимини ташкил этиш.

7. Маҳсулотни реклама қилиши

8. Фаолиятни ҳар томонлама таҳлил қилиш

Ушбу йўналишлардаги фаолият қуйидаги вазифалар орқали амалга оширилади:

- корхона эгасининг даромад олиши;
- истеъмолчи ва харидорларни ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар билан таъминлаш;
- ходимларни иш хақи билан таъминлаш;
- ён-атрофдаги аҳоли учун иш жойлари тайёрлаш.
- атроф-мухитни муҳофаза қилиш
- корхона фаолияти тўхтаб қолганда уни тезда юргизиб юбориш чораларини кўриш;

- ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бошқариш шакллари
мукаммаллаштириш;

- тежамкорликка риоя қилиш, бехуда сарфни камайтириш.

Бугунги кунда ишлаб чиқариш корхоналарининг асосий мақсади ишлаб чиқаришни харидор эҳтиёжига мослаштириб, талаб ва таклифни мувозанатига эришган ҳолда юқори фойда олишдир. Шунингдек, корхоналарнинг мақсадларига қуйидагиларни санаб ўтишимиз мумкин.

1.1.1-жадвал

Корхонанинг асосий мақсади ³

Мақсадлар	Кўрсаткичлар
Бозорни эгаллаш	Бозор улуши, оборот, товарни роли ва аҳамияти, янги бозорларни қамраб олиш.
Рентабеллик	Фойда, оборотга нисбатан рентабеллик, шахс капиталини рентабеллиги, умумий капитални рентабеллиги.
Молиявий барқарорлик	Кредитга лаёқатлиги, ликвидлиги, ўз-ўзини молиялаштириш даражаси, капитални тузилиши.
Ижтимоий мақсадлар	Иш билан қониқиш, даромад даражаси ва ижтимоий ҳимоя, ижтимоий интеграция, шахсий ривожланиш.
Бозордаги позиция ва престиж	Мустақиллиги, имидж, сиёсий шароитга муносабати, жамиятнитан олиши.

Юқоридагиларга эришиш учун корхона қуйидаги муҳим вазифаларни ҳал этиши лозим:

-корхона маҳсулотига харидорлар эҳтиёжини ўрганиш ва аниқлаш;

-аввало талаб ва таклиф тўғрисида олинган маълумотлар асосида бозорни ўрганиш;

³ Ф.Котлер “Основы маркетинга”, Москва-“Прогресс”- 2002.

-корхона маҳсулотига бўлган талабни истиқболлаш, уларни амлага оширишни назорат қилишдан иборатдир.

Корхона фаолиятини белгиловчи барча ички шарт-шароитларни қуйидаги гуруҳларга ажратиш мумкин:

- техникавий шарт-шароитлар;
 - корхонанинг техникавий даражаси;
 - иқтисодий шароитлар;
 - ташкилий шарт-шароитлар.
- таҳбарликни ташкилий тузилишини яхшилаш, меҳнатни ташкил этиш, ишлаб чиқаришни ташкил этиш, хўжалик қарорларини қабул қилиш ва уни амалга ошириш;
- ижтимоий-психологик шароитлар. Бундай шароитлар харажат талаб қилмай ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга хизмат қилади. Булар корхонанинг фаолиятига таъсир этувчи ички омиллар ҳисобланади. Бундай омиллар корхонанинг ички муҳитида бартараф қила олади.

Корхона фаолиятига таъсир этувчи ташқи омиллар қуйидагилар:

- табиат;
- хом ашё этказиб берувчилар;
- истеъмолчилар;
- рақобатчилар (бунда бозор ҳам корхона учун рақобат муҳити бўлади);
- иқтисодиётнинг ҳолат;
- техник ва технолагик муҳит;
- сиёсий-ҳуқуқий;
- демографик ҳолат;
- жаҳон бозорларидаги конъюнктура ўзгаришлари.

Хар қандай корхона ўз фаолиятини бозордан бошлаб бозорда тугатади.

Бозор корхона фаолиятини белгилаб берувчи асосий мезондир. Бозорда ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар манфаатлари тўқнашади, юзма-юз

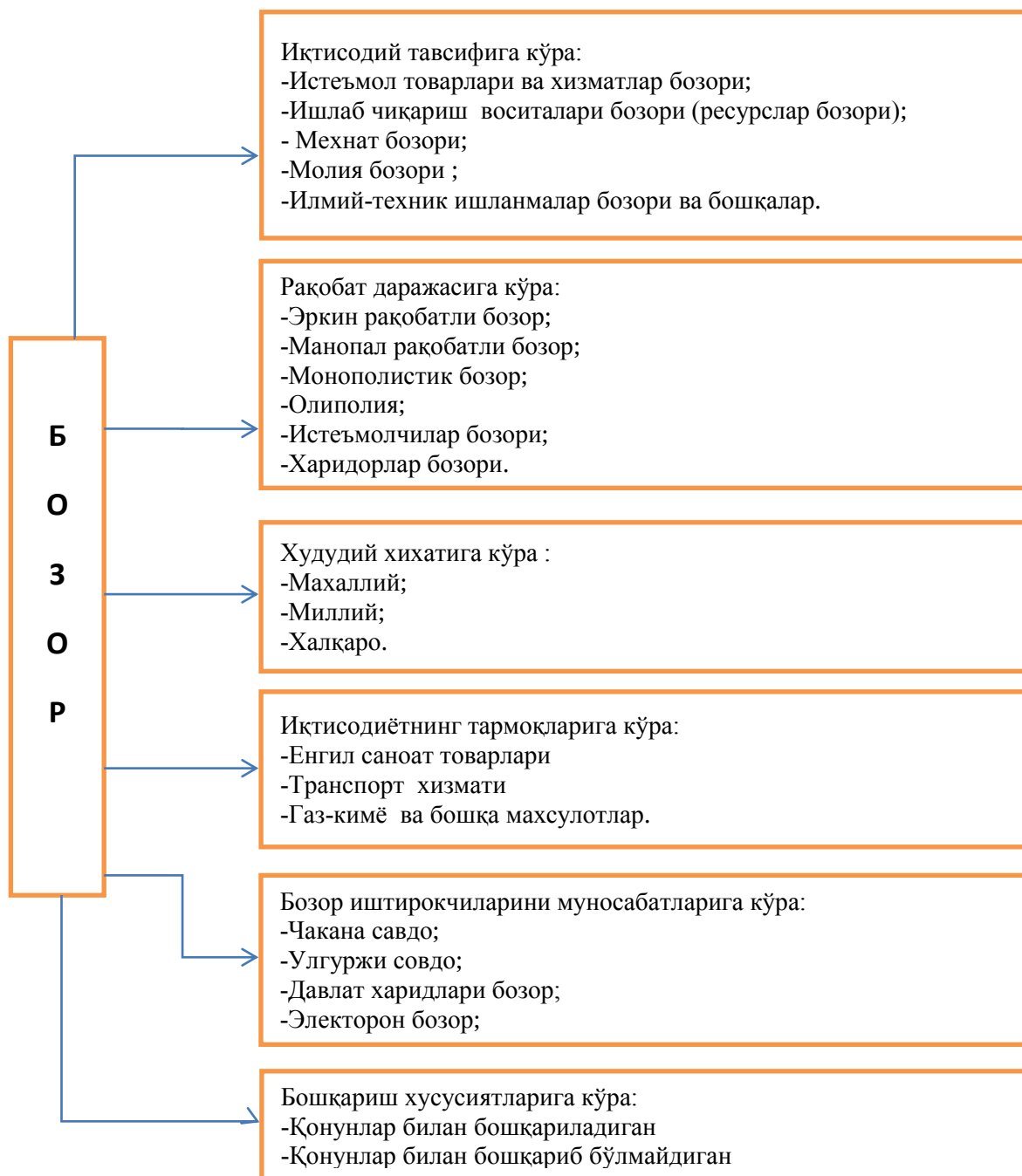
келади ва баҳо оркали бир-бири билан келишади. Бозорда ишлаб чиқарувчи товар ёки хизматига бўлган сарф-харажатларини «тарозига» қўяди, истеъмолчи эса ана шу товар ёки хизматни бошқа ухшашларига солиштириб, истеъмол киймати юкорирогини харид килади. Аҳоли бозорда янги хилма-хил товарларни кўриб уларни сотиб олиш ва турмуш шароитини яхшилаш учун уз иш жойларида яхшироқ унумлироқ ишлашга кизикади. Бозор ишлаб чиқарувчилар учун ракобат майдонидир. Ракобатда ютиб чиқиш учун товар хизматларнинг янгидан-янги хиллари муомалага киритилаверади, эскилари эса бозордан чиқиб кетаверади. Айниқса, ҳозирги бозор иқтисодиёти жаҳон миқёсини эгаллаган даврда, ҳар қандай ишлаб чиқариш гоёси ва янги эҳтиёж (талабни) шаклланиши ҳам бозордан бошланади. **Бозор** «талаб ва таклиф» қонуни асосида ўз-ўзини бошқарувчи иқтисодий-ижтимоий жараёндир. Ҳар қандай бозор жараёнининг охири мақсади товар ва хизматни сотишдан иборат. Шунинг учун ҳам бозор-товар-пул муаммолари доираси ва узига хос иқтисодий-ижтимоий муносабатлар мажмуи ҳисобланади.⁴

Корхонанинг ўзи фаолият юритаётган бозордаги мувофақияти унинг маркетинг фаолиятини самарали ташкил қилиш оркали белгиланади. Корхонани бозор-маркетинг фаолиятлари ўзаро ҳамбарчас боғлиқ, бир-бирини асословчи, тўлдирувчи моҳиятига эга. Ресурслар (ҳом ашё материаллар, ишчи кучи, машина ва технология)ни ишлаб чиқаришга жорий қилиш ва товар ҳолатига келгандан сўнг уни бозорларда сотиш корхонанинг бозор фаолиятини ташкил этади. Корхонанинг маркетинг фаолияти эса шу жараён учун зарур бўлган истеъмолчилар, бозор тадқиқотлари, бизнес режани тузиш, ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этиш, савдо тармоқларига товарни йўналтириш ва маркетинг назорати каби вазифаларни ўз зиммасига олади. Корхонанинг маркетинг фаолияти моҳияти шуки у истеъмолчинини ўрганишдан бошлаб шу истеъмолчида тугайди. Шу жараён оркали корхона бозор фаолияти моделини ташкиллаштиради ва ривожлантириди.

⁴ А.Солиев, Маркетинг Бозоршунослик, Тошкент-2008, 226

Бозорни туркумлашда кўплаб иқтисодий адабиётларда турлича ёндашилаган. Биз уларни умулаштирган ҳолда **1.1.2- расмдан** фойдалаймиз.

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

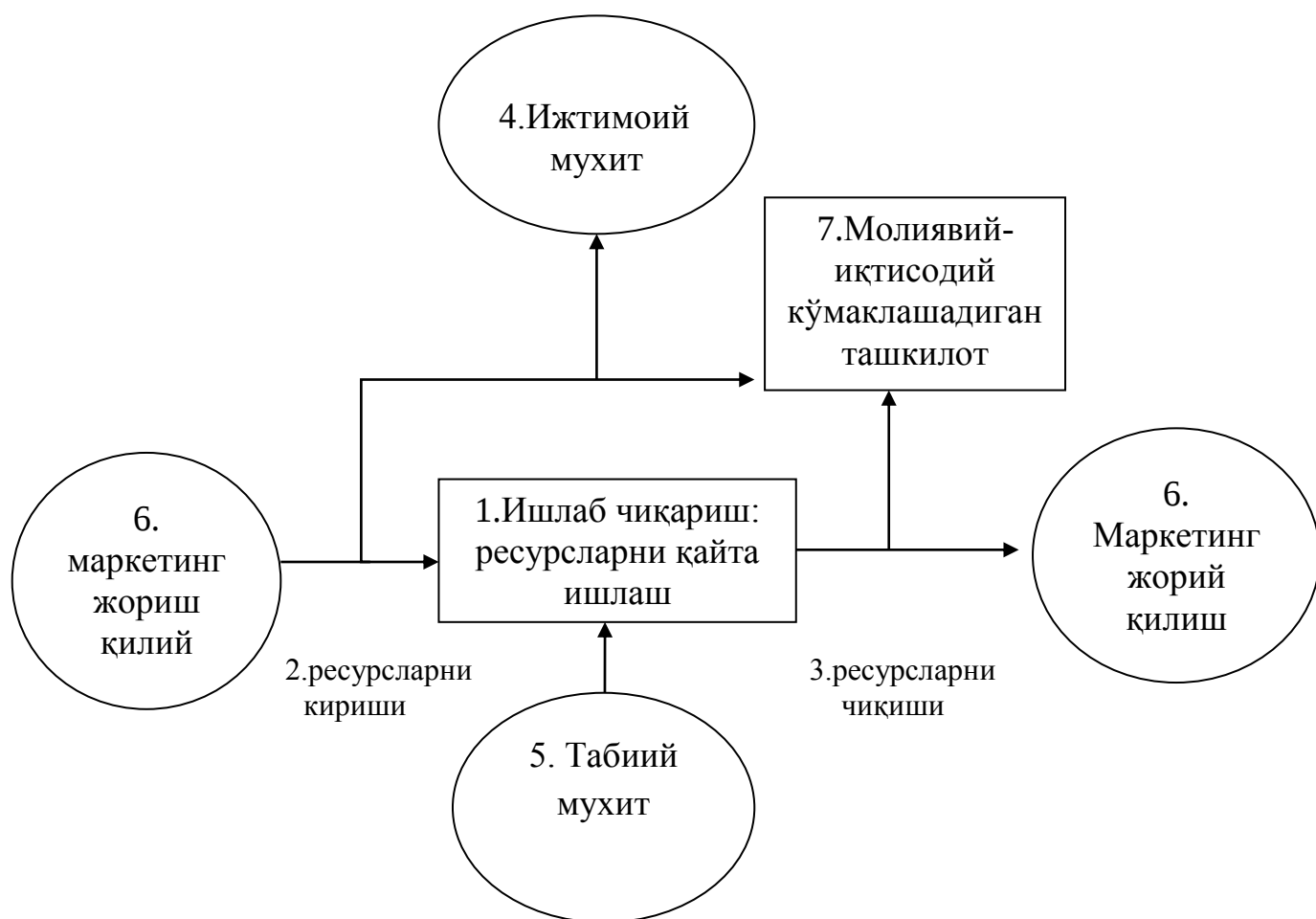


1.1.2 -расм. Бозорнинг турлари ва шакллари.

Манба: тадқиқотчи томонидан тайёрланди

Корхонанинг бозор модели асосан 7 қисмдан таркиб топган. (1.1.3-расм)

1. Корхонанинг асосий вазифаси ресурсларни самарали қайта ишлашдан иборат .
2. Корхонага ресурслар кириши-ишчи кучи, хом-ашё, инвестиция, ахборот.
3. Корхонадан чиқадиган ресурслар- тайёр маҳсулотлар, ярим тайёр маҳсулотлар, чиқиндилар, пул маблағлари.
4. Корхонанинг ижтимоий мухити -давлат муассасалари, корхоналар, истемолчилар билан муносабатлари.
5. Табиий мухит-географик жойлашув, иқлим, табиий ресурслар.



1.1.3-расм. Корхонанинг бозор модели

6. Корхонанинг бозор билан муносабати –маркетинг бунда корхона ресурсларни ишлаб чиқаришга жорий қилишдан бошлаб то уни тайёр

махсулот бўлиб истеъмолчига етиб боришгача бўлган жараёнларни ўз ичига олади

7. Ресурсларни қабул қилиш ва уларни таёрлаб истемолга йўналтириш билан боғлиқ иқтисодий фаолиятни амалга ошириш учун кўмаклашиш.

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 хизматларни(китоб, теливизор, радио, интернет ва бошқалар)ни сотиб олиб маънавий эҳтиёжини ҳамқондиради.

Бозорда корхонанинг ижтимоий-иқтисодий фаолияти қуйдагиларни ўз ичига олади.

- Товар ва хизматларни ишлаб чиқариш ва сотиш орқали фойда олиш
- Товар ва хизматларга бўлган талабни ошириш орқали махсулот ишлаб чиқариш хажмини ошириш
- Махсулот ишлаб чиқариш ва сотишини ташкиллаштириш
- Корхона бозор ҳолатидан келиб чиқиб тўғри қарор қабул қилиш орқали хатарларни камайтириш.

Корхонанинг иқтисодий ташаббускорлиги ўз **мақсадларини амалиётга жорий қилиши тартиби** кўп жихатдан ҳокимият ташкилотларига боғлиқ. Ва улар қуйдагилар:

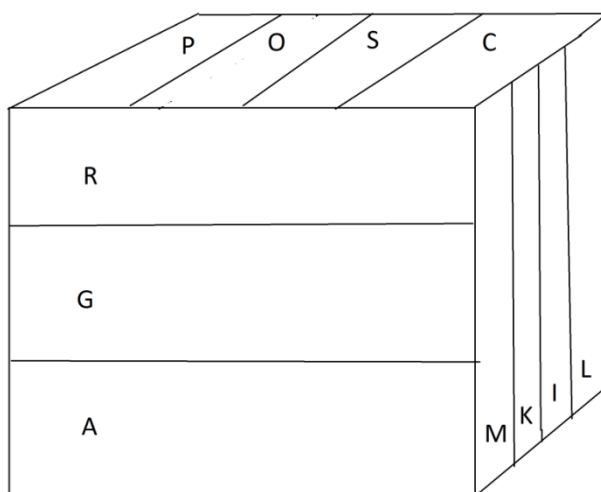
1. Ишлаб чиқариш тартиби.
2. Корхонани умумий ички салоҳиятини ва ташқи фаолиятини таҳлил қилиш.
3. Ичтиқболли дастурлар тузиш.
4. Режалаштириш фаолияти: ривожлантириш стратегияси.
5. Ривожлантириш стратегиясини амалиётга жорий қилиш.

Ишлаб чиқариш мақсадлари. Корхона бозор фаолиятини самарали ташкил этиш учун ўз олдига аниқ мақсадни қўймоғи керак. Корхона

имкониятидан келиб чиққан ҳолда ўз олдида мақсад қўяди, бунда у ишчи кучи, молиявий ресурслар, техника-технологиялари асосий параметрли ифодалайди.

Корхонанинг бозор салоҳияти- унинг ҳамма маблағларини ва ўз ишлаб чиқариш ҳамда хизмат кўрсатишни ташкил этишни таъминловчи имкониятларидир. Бунда корхона ўз бошқарув соҳасида илғор назарий ишланмалар ёрдамида самарали бозор фаолияти дастурлари ишлаб чиқади ва амалиётга жорий қилади.

Корхонанинг бозор салоҳиятини бир уйга қийсасак унда унинг бошқаруви, ресурслари, ходимлари иш фаолияти асосий ўринни эгаллайди.(1.1.4-расм)



1.1.4-расм. Корхонанинг бозор салоҳияти модели

Бошқарув жараёни қисми

Р-режалаштириш

О-ташкил қилиш

С-рағбатлантириш

С-алоқа

Ресурслар қисми

Л-ишчи-хизматчилар

И-ахборот

К- Молиявий манбалар

М- хом-ашё

Ходимлар иш фаолият турлари бўйича қисми

Р-алоқа, **Г**-ишлаб чиқариш, **А**-тахлилий

Бозор салоҳиятини функционал тузилиш модели.

1. Бозор фаолияти имкониятлари:

- тахлилий фаолият салоҳияти;
- ишлаб чиқариш салоҳияти;
- алоқа фаолияти салоҳияти;

2. Бошқарув фаолияти салоҳияти:

- режалаштириш салоҳияти;
- ташкilotчилик салоҳияти;
- рағбатлантириш салоҳияти;
- назорат салоҳияти.

Маркетинг назарияси ва амалиётида бозор модели ичида И.Ансофф модели - «товар-бозор» қоидаи муҳим ўрин эгаллайди. Мазкур модель бозор ва товар янгилинишига боғлиқ равишда стратегияни ишлаб чиқишни кўзда тутди.

1.3.1.-жадвал

«Товар – бозор» моделини умумий кўриниши

Товар Бозор	Мавжуд	Янги
Мавжуд	Бозорга чуқур кириб бориши	Товарга ишлов бериш
Янги	Бозорни ривожлантириш	Диверсификация

Икки омил (бозор ва товар ривожига ҳамда янгилиниши) уйғунлигига боғлиқ равишда фирманинг ҳолатини кўрсатувчи тўрт чизиқни ҳосил қилади:

1. фирма мавжуд бозорга мавжуд (эски) товар билан киради;
2. фирма мавжуд бозорга, лекин янги товар билан киради
3. фирма янги бозорга, лекин мавжуд товар билан киради;
4. фирма янги бозорга янги товар билан киради.

Замонавий маркетинг тамойилларида бозорни ўрганишга алоҳида эътибор берилади. Бозорни ўрганишдан асосий мақсад, унинг конъюктурасига (ҳолатига) баҳо бериш ва ривожланиш истикболини ишлаб чиқишдан иборат. Бундай дастурнинг бажарилиши кўп омилларга боғлиқ,

шунга қарамай бозорни хартомонлама ўрганиш ва таҳлилни қуйидагича бошлаш мумкин:

Товарни ўрганиш: ракиблар товарларига қараганда янгилиги ва рақобатбардошлиги; унинг маҳаллий қонунчилик, тартиб ва қоидалар талабига тўғри келиши; ҳозирги ва бўлажак харидорлар эҳтиёжларини қондира олиш қобилиятлари; харидорлар талаблари ва давлат ҳужжатлари асосида модификациялаш ва хоказо.

Харидорларни ўрганиш: товарнинг асосий харидорлари ва уни ишлатиш усуллари: товарнинг қайси белгилари уни сотиб олишга мажбур қилмоқда; харидорларнинг хатти-ҳаракатларини шакллантирувчи омиллар, эҳтиёжлари яқин келадиган харидорлар (сегментлар)ни ажратиб олиш имконияти ва уларнинг сони ва таркибини баҳолаш; қондирилмаган талаблар; харидорлар талабига фан-техника ютукдари таъсири.

Ракибларни ўрганиш: бозорда канча улушга эришган (3-4 фирмалар) ракиблар; ракибларнинг савдо белгилари ва товарларининг муҳим сифатлари; товарларнинг ўрамаси ва сотиш усуллари; баҳо сиёсати ва талабни рағбатлантириш тадбирлари; харажатлари ва қайси олимлар маслаҳатчи; фойда ва зарарлари тўғрисидаги расмий кўрсаткичлар. Ундан ташқари, мамлакат (регион) бозоридаги ҳуқуқий чегаралар ва қийинчилик тўғилиб қолганда ёрдам берувчи муассасалар ҳам ўрганилади.

Бозорнинг умумий ҳолатини ўрганишда, унинг географик жойланиши, ҳажми, товарлар ва фирмалар таркиби, рақобатнинг шиддати, конъюнктураси ва унинг истикболига авдмият берилади. Бозор ва энг аввало бутун бозор конъюнктурасини комплекс тадқиқ этиш.

Бозор 3 та таркибий қисмдан ташкил топган-талаб, таклиф, баҳо.

Талаб – бу пул билан таъминланган эҳтиёждир. Эҳтиёж сотиб олиш учун зарур бўлган пул билан таъминланмаса, у “хоҳиш”, “истак” бўлиб қолаверади.

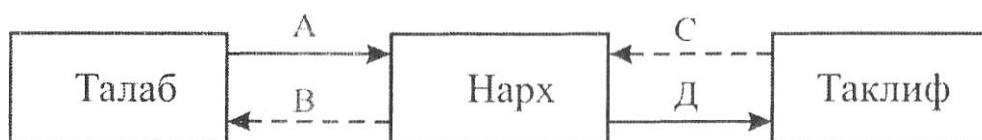
Маҳсулот нархи ва сотиб олинадиган товар миқдори ўзгариши ўртасида бўладиган тесқари ёки қарама-қарши боғлиқлик талаб қонуни дейилади.

Бозор нархларининг амалдаги даражасида маълум давр оралиғида ишлаб чиқарувчи ёки сотувчилар томонидан товарлар ва хизматларнинг белгиланган миқдорини бозорга чиқарилиши таклиф дейилади.

Нархнинг ўзгариши билан таклиф этилаётган товар миқдорининг тўғри боғлиқликдаги ўзгариши таклиф қонуни дейилади.

Талаб миқдори билан таклиф миқдори ўртасидаги нисбат бир-бирига тенг бўлган ҳолат **бозор мувозанати** дейилади. Маълум даврда товарлар ва хизматлар сотилишидаги имкониятларни ифодаловчи иқтисодий шарт-шароитлар мажмуи - **бозор конъюнктурасини** билдиради. У аниқ иқтисодий кўрсаткичлар - талаб ва таклиф мувозанати, баҳолар даражаси, бозор хажми ва бошқалар билан ифодаланади.

Бозор мувозанати. Ҳар доим иқтисодий конъюнктура (умум хўжалик ёки товар ҳолати) бозордаги рақобат ва баҳолар динамикаси шарт-шароитлари таъсирида шаклланаётган талаб ва таклиф муносабатларига боғлиқ бўлади. Ана шу иқтисодий жараёнлар «бозор» тушунчаси ва бозор механизми элементларидан иборат. Уларнинг боғлиқлигини қуйидагича тасаввур қилиш мумкин (1.1.5. расм):



1.1.5. расм. Бозор механизми элементларининг узаро ҳаракатлари

Талаб ва таклиф хажми — истеъмолчилар сотиб олишга, ишлаб чиқарувчилар бозордаги нархда сотишга тайёр бўлган товарлар ва хизматлар миқдоридан иборат. Шундай экан, талаб ва таклиф - истеъмол билан ишлаб чиқаришнинг бозордаги ифодасидир. Уларнинг бир-бири билан тўғридан-тўғри ва тесқари боғлиқликда бўлишлари 1.1.5. расмда кўрсатилган. Нархнинг ўсиши (пасайиши) талабнинг пасайишига ёки аксинча рағбатлантиришга (В) олиб келади. Уз томонидан талабнинг кенгайиши нархнинг пасайишига эмас, балки унинг ошишига олиб келади (А). Нарх

даражасининг таклиф хджмига тескари боғлиқлиги С чизиги билан кўрсатилади. Шу вақтнинг ўзида, нархнинг кўтарилиши (пасайиши) таклиф хажмининг ўзгаришига олиб келади (Д). Расмдан куришиб турибдики, талабнинг узгариши таклифни ҳаракатга солади, ана шу йуналишда тескарисини ҳам юз беради (АД ва СВ алокалари). Юқоридаги тасвирда талаб, нарх ва таклифларнинг бозордаги алокалари ички қарама-қаршилиққа эга эканлиги кўришиб турибди.

Бозорда харидор ва сотувчининг мавқеи ҳам ўзгариб боради. Ҳозирги бозор тартибланидиган бозор, унда ноаниқ харидор учун ишлаш кам учрайди, мижозлар ўртасида олди-сотди алокалари муҳим ва узок вақт узилмай давом этади. Товар чиқаришдан олдин бозор пухта ўрганилади, нимани, қанча этказиб бериш белгилаб олинади. Корхона ўз самарали бозор стратегияларини ишлаб чиқмоғи керак. Шу орқали корхона ўз бозор мавқеиго эришади.

1.2 Корхона маркетинг фаолияти ва унинг назарий асоси

Корхона (фирма)нинг жорий ва стратегик фаолиятини исътемоличилар эҳтиёжи ва талабини қондиришга, кўзланган фойдани олишга йўналтирилган узлуксиз ташкилий, режалаштириш ва бошқариш жараёнини-**маркетинг фаолияти** деб аталади ⁵.

Маркетинг фаолиятининг ривожланиши асосан XX асрга тўғри келади. XX аср бошларидан бошлаб Америка Қўшма Штатларининг қатор университетларида “маркетинг” фан сифатида ўқув режаго киритилди. “Маркетинг” фани бўйича маъруза ва амалиётлар ташкил этилди. XX асрнинг ўрталаридан бошлаб менежмент фаолиятининг муҳим йўналиши сифатида “маркетинг” товарлар ва хизматлар оқимини ишлаб чиқарувчидан охирги пировард исътемоличини томон йўналтирилган бозор фаолиятини ҳар

⁵ А.Солиев “Маркетинг бозоршунослик” тошкент-2008, 8 бет

хил турларини амалга оширишни ташкил этиш ва бошқариш концепцияси бўлиб “бизнес фалсафасига” айлантирди.

Маркетингнинг вужудга келишини асосий сабабларидан бири, бу ишлаб чиқаришни кўлами ва хажмининг ортиб бориши, янги тармоқларнинг вужудга келиши, товар турларини кўпайиши ва тадбиркорлар ўртасида маҳсулотни сотиш муаммосини вужудга келишидир. Бир сўз билан айтганда рақобат курашининг юзага келишидир. Маркетинг - корхонанинг узок муддатли, юқори даражали фойда олиши ниятида фақат истеъмолчига қаратилган мақсадли ишлаб чиқариш ва сотиш фаолияти ҳисобланади. Маркетингнинг объекти ва субъекти мавжуд бўлиб, асосий объектларига бўлиб бозор, товар, хизмат, баҳо, товар ҳаракати, реклама, сотиш, уни рағбатлантириш ҳисобланади.

Маркетингга олимлар турлича таъриф берганлар. И.К.Беляевский шундай деган: «Маркетинг – бу бозорни ўрганиш ва тартибга солиш, бошқариш тизимидир». Жан-Жак Ламбен эса маркетингга шундай таъриф беради: «Маркетинг ташкилотлар ва кишиларнинг хоҳиш ва эҳтиёжини товарлар ва хизматларни эркин рақобатли айирбошлашни таъминлаш йўли орқали қондиришга йўналтирилган ижтимоий жараёндир», «Маркетинг – бу бир вақтнинг ўзида бизнес фалсафаси ва фаол жараёндир».

Маркетинг фаолиятига берилган кўплаб тарифларни ўрганиб чиқиб, улар ичида қуйидаги тарифни муҳим аҳамиятга эга деб топдик. Профессор А.Солиев маркетинг фаолиятига қуйидаги таърифни беради:

“Корхона (фирма) жорий ва стратегик фаолиятини истеъмолчилар эҳтиёжи ва талабини қондиришга, кўзланган фойдани олишга йўналтирилган узлуксиз ташкилий, режалаштириш ва бошқариш жараёнини – маркетинг фаолияти деб аташ мумкин. “Маркетинг фаолияти ривожланишининг

назарий асослари ҳар бир жамиятдаги талабнинг ўсиш қонуниятлари билан белгиланади.”⁶

Маркетинг тушунчаси бозор соҳасини ҳар қандай фаолияти билан боғлиқдир, шу боис маркетинг сўзини таржимаси ва келиб чиқиши келтирилади (инглизчасига **Market** – бозор, **ing** – фаол, фаолият, ҳаракат маъносини англатади). Демак, маркетинг фаолияти бозордаги ҳаракатни билдиради. Ҳар қандай корхона ва ташкилот фаолиятининг учинчи босқичи бозор ҳисобланади. Корхоналар фаолияти таъминот ва режалаштириш, ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш ва сотиш жараёнларидан иборатдир. Маркетинг фаолияти ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ва хизматларни сотиш жараёнини ўз ичига олади. Аммо, маркетинг фаолияти фақат маҳсулот ёки хизматларни сотиш билан шуғулланади десак, янглишамиз. Маркетинг фаолияти ишлаб чиқаришнинг дастлабки босқичларидан бошланиши лозим. Корхона нима, ким учун ва қанча миқдорда ишлаб чиқаришини аввалдан аниқлаб олмаса бозор иқтисодиёти шароитида қийналиб қолади. Турли корхоналарда бир хил турдаги, бир хил ассортиментдаги маҳсулотлар ишлаб чиқарилиши мумкин.

Барча турдаги фаолиятларнинг мақсади ва вазифалари бўлгани каби маркетингни ҳам ўз мақсади ва вазифалари, предмети ва объекти мавжуддир. Маркетингнинг асосий мақсади, унинг вужудга келиш, шаклланиш ва ривожланишининг объектив сабаблари, зарурати билан белгиланади. Маркетинг энг аввало товарлар тўпланиб, сотилмай қолган ва иқтисодиёт инқироzi кучайган шароитда, уни шу инқироздан чиқариш қуроли сифатида ихтиро қилинган, яратилгадир. Унинг мақсади ниҳоятда кенг ва мураккаб масалаларни ҳал қилишга қаратилгандир. У ишлаб чиқаришни харидор эҳтиёжига мослаштириб, талаб ва таклифни мувозанатига эришган ҳолда, уни ташкил этган корхона, ташкилотларга юқори фойда келтиришдир. Маркетингнинг субъектлари эса қуйидагилардан иборат: ишлаб чиқарувчи

⁶ А.Солиев “Маркетинг, Бозоршунослик”. Тошкент.2008. 8 б

ёки хизмат кўрсатувчи ташкилотлар, истеъмолчи ташкилотлар, улгуржи савдо, чакана савдо, пировард истеъмолчи, маркетинг бўйича мутахассислар.

Маркетингни ташкил этишда икки жихат муҳим: мақсадлар ва маркетинг хизмати мақоми эътиборга олинади.

Мақсадни танлаш. Кўпгина раҳбарлар ҳозирги пайтда ўз корхоналарининг асосий мақсади сифатида энг юқори фойда олишни кўрсатадилар. Лекин бу танлов унчалик мақбул эмас. Айтайлик, агар корхона узоқ келажакни кўзлаб иш юритаётган бўлса (маркетинг фаолияти айнан худди шундай ҳисобланади) бу ҳолда у асосий сармояга ишлаб чиқариш тайёргарлигига ва кадрлар малакасини оширишга сарфлаши керак. Бу тадбирнинг ҳаммаси ишлаб чиқариш ҳаражатларини кўпайтиради ва фойданинг камайишига олиб келади. Катта фойда олиш ҳақида ҳам, яқин келажакда фойдани кўпайтириш ҳақида ҳам ҳамиша гапиравермаслик керак.

Мақсадларни ишлаб чиқишда улар корхона ходимларининг ниятларини акс эттириш зарурлигига алоҳида эътибор бериш керак. Акс ҳолда, ишловчиларнинг ишлаб чиқариш жараёнидан «ички узилиши» рўй беради. Ҳар бир ишчи ўзи ишлаётган фирманинг вазифаларини осонгина айтиб бера олиши керак, чунки, бу вазифаларни бажарилишидан у ниҳоятда манфаатдор бўлади.

Маркетингнинг махсус мақсадлари:

- аҳоли турмуш даражаси сифатини ошириш;
- бозорда фирма мавқеини ошиб боришини барча тадбирларда кузда тутиш;
- фирма ҳақида истеъмолчилар орасида яхши фикрлар сақланиб қолиши бўйича изланишлар олиб бориш;
- фирмаларга кўпроқ янги бозорларни эгаллаш йўл-йўриklarини кўрсатишдир.

Корхона (фирма)нинг фаолиятига тўғридан-тўғри талукли бўлган маркетинг вазифалари ташкилий жихатдан: корхона бош мақсадига эришиши учун маркетинг тадбирларидан тўла фойдаланишини таъминлаш, унинг бозор сиёсатини маркетинг элементлари (товар, баҳо, сотиш, рағбатлантириш) асосида шакллантириш ва уйғунлаштириш.

Замонавий маркетинг мақсадларидан қуйидаги вазифалар келиб чиқади:

- Бозорда талабни боиқариш билан боғлиқ бўлган;
- Корхона (фирма) фаолиятига қарашли;
- Атроф-мухит химояси (экология) ва жамоатчилик уюшмалари билан ишлаш.

Бозорда талабни боиқариш билан боғлиқ маркетинг вазифалари қуйидагиларни ўз ичига олади:

Талаб усиб борганда - уни қондирилишини қўллаш;

Талаб пасайса - эҳтиёжни яратиш;

Талаб сирли бўлса - эҳтиёжни ривожлантириш;

Талаб тўхтай бошласа - эҳтиёжни жонлантириш;

Талаб чалғиганда - уни тўғирлаш;

Ўта юқори талаб - уни мутаносиблаштириш;

Маркетинг бўлими диққат марказига маҳсулотнинг пировард истеъмолчилари билан боғлиқ барча муаммолар тушади, бу пайтда бошқа бўлинмалар ўз эътиборини турли жузъий вазифаларга қаратган бўлади.

А.Н.Романов⁷ бошчилигида тайёрланган дарсликда маркетинг функциялари 4 гуруҳга бўлинган:

Аналитик функциялари:

⁷ А.Н.Романов и др. Маркетинг, Н.Южети, 1996.

1. Бозорни ўрганиш.
2. Истеъмомчиларни ўрганиш.
3. Фирма таркибини ўрганиш.
4. Товар ва уни таркибини ўрганиш.
5. Корхонанинг ички муҳитини ўрганиш.

Ишлаб чиқариш функциялари:

1. Янги товарлар ва технологияларни ишлаб чиқаришга жорий этишни ташкил этиш.
2. Моддий таъминотни ташкил этиш.
3. Тайёр маҳсулотнинг сифати ва рақобатбардошлигини бошқариш.

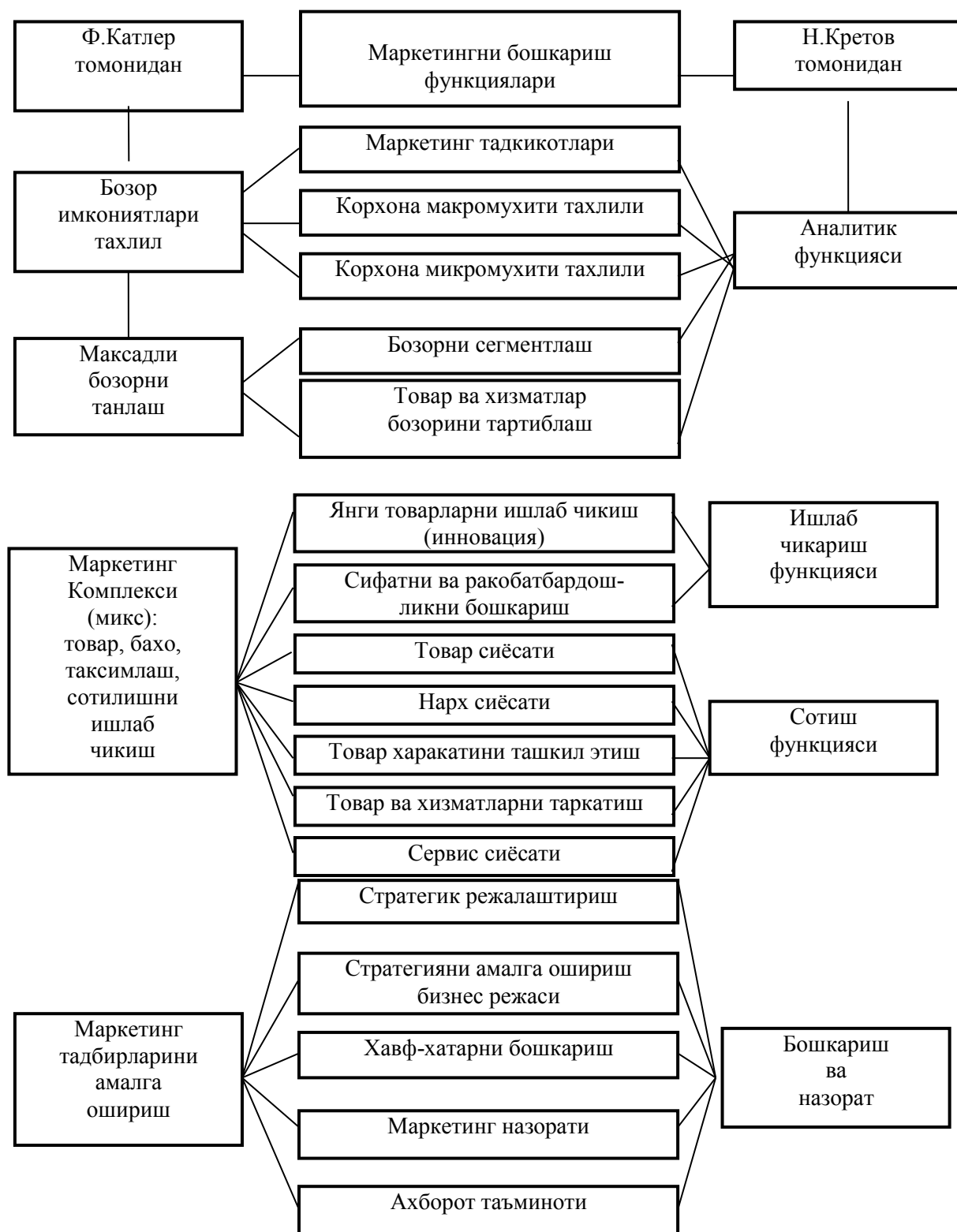
Сотиш функцияси:

1. Товар ҳаракати тузишни ташкил этиш.
2. Сервисни ташкил этиш.
3. Талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлантириш тизимини ташкил этиш.
4. Мақсадга йуналтирилган нарх сиёсатини олиб бориш.
5. Мақсадли товар сиёсатини олиб бориш.

Бошқариш ва назорат функциялари:

1. Корхонада стратегик ва тактик режалаштиришни ташкил этиш.
2. Маркетингни бошқариш жараёнини ахборот таъминоти.
3. Коммуникация тизимини ташкил этиш.
4. Назорат ва таҳлил.

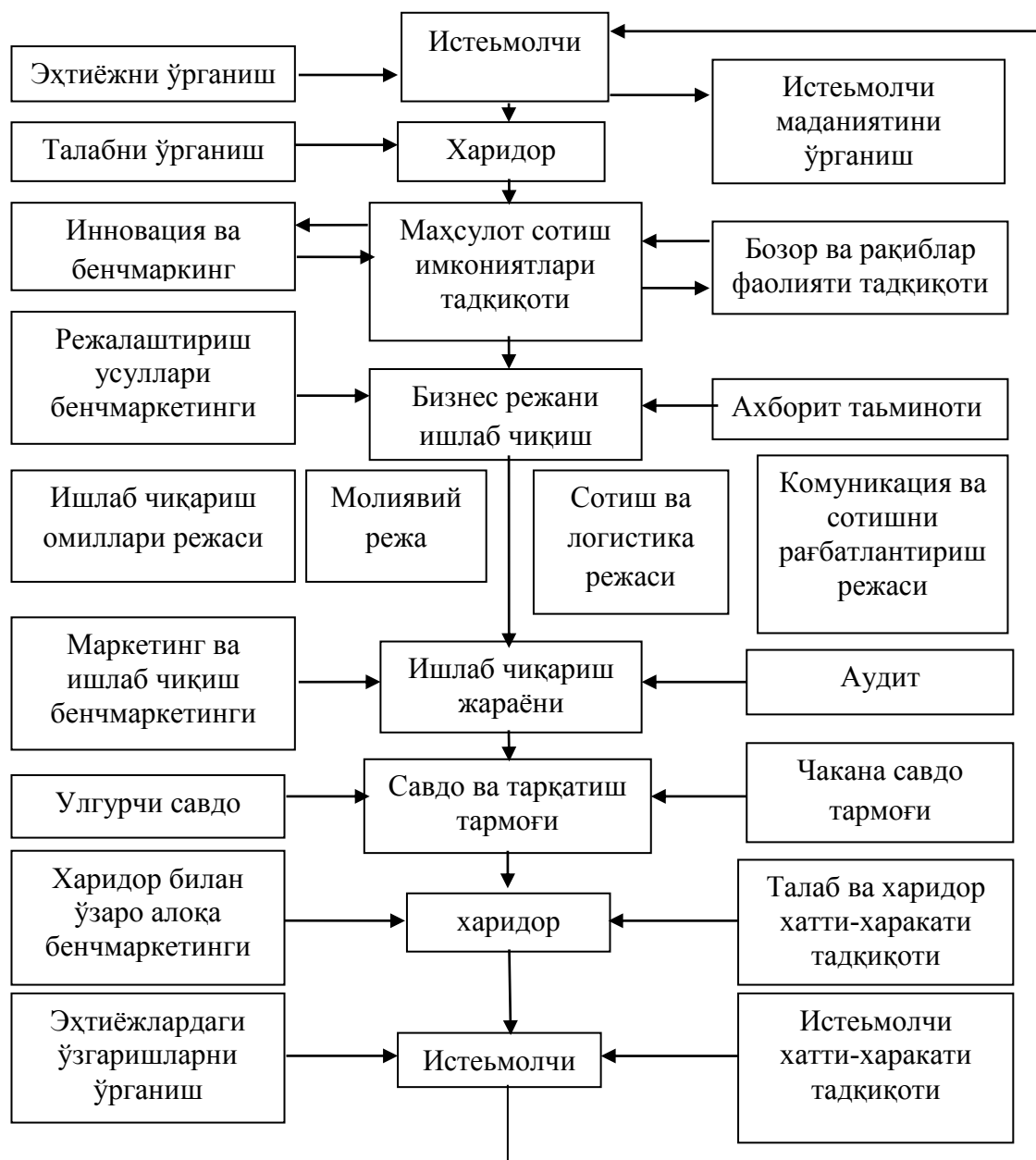
Маркетинг вазифалари ва функцияларини қуйидагича гуруҳлаш тавсия этилади. (1.2.1-расм.)



1.2.1. Расм. Маркетинг вазифаларини бошқариш функцияларини бўйича тузилиши.⁸

⁸ А.Солиев “Маркетинг, Бозоршунослик”. Тошкент.2008. 68 б

Корхонанинг маркетинг фаолияти- эҳтиёжни ўрганиш, маҳсулот(хизмат)ни харидорлар ва бозор имкониятлари даражасида ишлаб чиқариш, тасимлаш, сотиш билан боғлиқ бўлган ҳаракатлар ва босқичлар мажмуасидан иборат. (1.2.2-расм)



1.2.2-Расм. Корхонанинг маркетинг фаолияти жараёни⁹

Корхонанинг маркетинг фаолияти нафақат маҳсулотлар ва хизматлар тайёр бўлгандан кейин сотишни назарда тутати. Маркетинг саноат корхонаси фаолиятининг барча соҳаларида амалга оширилади. Улар хом ашё ва материалларни сотиб олишда, ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этишда ва

⁹ А.Солиев “Маркетинг, Бозоршунослик”. Тошкент.2008. 39 б

тайёр бўлган маҳсулотлар ва хизматларни бозорда сотиш жараёнларида амал қилади.

1.2.1-жадвал

Корхонанинг маркетинг фаолияти таркиби

Маркетинг вазифалари	Функциялари
1.Маркетинг тадқиқотлари	Ташқи ва ички муҳитлар тадқиқоти; халқаро бозорлар таҳлили; сотиш, капитал, меҳнат ва моддий ресурслар бозорлари тадқиқоти; саноат ишлаб чиқариш соҳалари, истеъмолчилар эҳтиёжлари, товарлар тақсимоти, реклама воситалари, товарлар ва улар дизайни, маркетинг–микс, рақиблар тадқиқоти; бенчмаркинг; талаб ва сотиш истиқболлини аниқлаш ва бошқалар.
2. Товар (хизмат) ишлаб чиқариш ва унинг ассортименти режалаштириш.	Товар сиёсатини: ишлаб чиқариш ҳажми ва ассортименти, сифат кўрсаткичлари ва рақобатбардошлигини, янги маҳсулотларни аниқлаш.
3. Нархлаштириш	Баҳони шакллантириш стратегия ва тактикасини: ҳар бир маҳсулотнинг бозорга етиб бориши ва сотилишига ҳаҷа бўлган харажатлари асосида баҳосини, таҳлил қилиш, бозорда талаб ўзгаришини баҳога таъсир этиши ва янги товар нархини ишлаб чиқиш.
4. Коммуникация ва логистика	Реклама ва сотишни рағбатлантириш сёсатини, товар ҳаракатини ташкил этиш, замонавий коммуникация воситаларидан фойдаланиш, харидорлар, сотувчилар ва воситачиларни рағбатлантириш, Паблик Рилейшзни ташкил этиш ва бошқалар.
5. Сотини ташкил этиш	Савдо сиёсатини ишлаб чиқиш: сотиш тармоқларини танлаш, товарни етказиб бериш, захираларини сақлаш, савдо ҳажми ва бюджетини, сотини, назоратини ва бошқаларни аниқлаш.
6. Маркетинг-менежмент	Маркетингни бошқариш: бўлимни таркибини аниқлаш, қарорлар қабул қилиш, аудит ўтказиш, маркетинг хизмати фаолиятини баҳолаш.

Манба: Талаба томонидан тайёрланди

Корхона (фирма)нинг фаолиятига тўғридан-тўғри талукли бўлган маркетинг вазифалари ташкилий жихатдан: корхона бош мақсадига эришиши учун маркетинг тадбирларидан тўла фойдаланишини таъминлаш, унинг бозор сиёсатини маркетинг элементлари (товар, баҳо, сотиш, рағбатлантириш) асосида шакллантириш ва уйғунлаштириш.

Маркетинг фаолиятида маркетинг тадқиқотлари муҳим ўрин тутди. Маркетинг тадқиқотлари ялпи маркетинг фаолиятини ташкил этишда, уни бошқаришда, режалаштиришда ва назорат этишда муҳим аҳамиятга эга. Бу эса – замонавий маркетинг назариясининг асосий хусусиятларидан бири сифатида намоён бўлмоқда. Маркетинг тадқиқотларининг юқори даражада ташкил этилиши, уларнинг кўлами, таҳлилий ва қайта ишлаш жараёнларида фойдаланиладиган услублар йиғиндиси, бевосита корхона ва ташкилотларнинг маркетинг стратегиясини белгилашда, амалга оширишда, дастлабки босқич, «таянч нукта» ҳисобланади. Истеъмол бозори тобора янги товарлар ва хизматлар билан бойиб бораётган бугунги шароитида янги имкониятларни аниқлаш ва улардан оқилона фойдаланишда маркетинг тадқиқотларининг аҳамияти кун сайин ортиб бормоқда.

1.3. Наманган вилояти иқтисодиётида саноатнинг ўрни

Мамлакатимизда аҳолининг енгил саноат маҳсулотларига, жумладан тўқимачилик маҳсулотларига бўлган талабини қондириш масаласига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Енгил саноат маҳсулотлари таркибида тўқимачилик маҳсулотларининг ўрни ва роли ортиб бормоқда. Бу соҳанинг ривожланишига берилаётган эътибор унинг хом ашё базаси мамлакатимизда мавжудлиги билан асосланади. Тўқимачилик маҳсулотларини нафақат мамлакат аҳолисининг эҳтиёжлари учун, балки хориж мамлакатларига экспорт қилиш мақсадида ҳам кўпроқ ишлаб чиқариш лозим. Бу билан биз хом ашё экспорт қилувчи мамлакатдан тайёр маҳсулотларни экспорт қилувчи мамлакатга ўтамиз.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 15 декабрдаги “2011-2015 йилларда Ўзбекистон Республикаси саноатини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари тўғрисида”ги ПҚ-1442-сонли қарорнинг мақсади республика саноатини барқарор, жадал

ва мутаносиб равишда ривожлантириш, асосий саноат тармоқларини диверсификация қилишга ва экспорт салоҳиятини ўстиришга йўналтирилган таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, саноат тармоқлари, комплекслари ва корхоналарини модернизация қилиш, ишлаб чиқаришни техник ва технологик янгилаш асосида уларнинг самарадорлиги ва рақобатдошлигини янада оширишдан иборат. Шу қароридан келиб чиқиб вилоят ҳокимининг 2011 йил 24 январдаги 27-сонли қарори билан 2011-2015 йилларда Наманган вилояти саноатини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари бўйича ҳудудий Дастур белгиланган.

Ушбу дастур доирасида вилоятдаги саноат корхоналарида ишлаб чиқаришни такомиллаштириш, аҳолини турмуш даражасини яхшилаш, иқтисодий ислохотларни боришини жадаллаштириш, 2010-2015 йилларда вилоят саноат корхоналарининг истиқболларини белгиловчи аниқ йўналиш кўрсаткичларини бажарилиши мақсад қилиб олинган.

Иқтисодиётни ва унинг етакчи тармоқларини модернизация қилиш, техник ва технологик жиҳатдан янгилашни жадаллаштириш ва кўламларини кенгайтириш, ишлаб чиқаришни диверсификациялаш, фаол инвестиция сиёсатини амалга ошириш ва хорижий инвестицияларни жалб этиш, зарур ишбилармонлик муҳитини яратиш, аҳолининг ҳаёт даражаси ва сифати изчил оширилишини таъминлашга қаратилган чора-тадбирлар натижасида Наманган вилоятида 2014-йилда 2010 йилга нисбатан ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажмининг ўсиш суръати 154,0 фоизга, саноат ишлаб чиқариш ҳажми 135,5 фоизга, қишлоқ хўжалиги 147,4 фоизга, Асосий капиталга киритилган инвестициялар 192,4 фоизга, қурилиш ишлари 172,3 фоизга, чакана савдо айланмаси 165,8 фоизга ва пуллик хизмат кўрсатиш ҳажми 219,4 фоизга ўсди. Вилоятимиз иқтисодида ишсизлик даражаси 2014-йил 2010-йилга нисбатан 1,9 фоизга камайди, яратилган янги иш ўринлари сони 6,4 фоизга ошди, ундан саноатда ишчи ўринлар сони 356,8 фоизга, қишлоқ хўжалигида 143,5 фоизга, хизматлар соҳасида 133,7 фоизга ўсишга эришилди.

1.3.1-жадвал

Наманган вилоятининг макро-иқтисодий кўрсаткичлари таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўл. бирлиги	2010й.	2014й.	2014 йилни 2010 йилга нисбати %
Ялпи ҳудудий маҳсулот (ЯҲМ) ишлаб чиқариш	млрд. сўм	2390,3	6073,3	254,0
ЯҲМ тармоқ таркиби,	%:			
саноат	%	9,1	11,4	125,2
қишлоқ хўжалиги	%	34,6	34,9	100,8
қурилиш	%	7,4	7,1	95,9
бошқалар	%	45,6	43,5	95,3
Кичик бизнеснинг ЯҲМдаги улуши	%	76,0	79,7	104,8
ЯҲМда хизматларнинг улуши	%	45,6	43,1	94,5
Саноат ишлаб чиқариш ҳажми	млрд.сўм	834,3	1965,0	235,5
Истеъмол товарлари ишлаб чиқариш ҳажми	млрд.сўм	472,6	1205,1	254,9
Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми	млрд.сўм	1162,9	2877,1	247,4
Асосий капиталга киритилган инвестициялар	млрд.сўм	554,0	1620,0	292,4
Хорижий инвестициялар ҳажми	млн. АҚШ долл.	22,3	123,5	553,8
Қурилиш ишлари ҳажми	млрд.сўм	340,9	928,3	272,3
Кўрсатилган жами хизматлар ҳажми	млрд.сўм	1185,8	3770,5	202,9
шу жумдалан: қишлоқ жойларида	млрд.сўм	595,6	1167,9	196,0
Чакана савдо айланмаси ҳажми	млрд.сўм	1318,8	3506,5	265,8
Пуллик хизматлар ҳажми	млрд.сўм	434,0	1386,2	319,4
Ташқи савдо айланмаси	млн.АҚШ долл.	215,0	276,6	135,9
Ўртача йиллик аҳоли сони,	минг киши	2298,7	2554,0	111,1
Мехнат ресурслари сони,	минг киши	1350,6	1506,8	111,5
Иқтисодиётда банд аҳоли сони,	минг киши	815,3	937,3	114,9
шу жумладан:				
- саноатда	минг киши	106,5	114,7	107,6
- қишлоқ хўжалигида	минг киши	221,3	233,5	105,5
- хизматлар соҳасида	минг киши	235,9	289,1	122,5
- бошқа соҳаларда	минг киши	251,6	300,0	119,2
Ишсизлик даражаси, %		5,5	5,4	98,1
Яратилган янги иш ўринлари сони ,	минг киши	71159	75723	106,4
шу жумладан:				
- саноатда	минг киши	1576	7200	456,8
- қишлоқ хўжалигида	минг киши	714	1739	243,5
- хизматлар соҳасида	минг киши	956	2235	233,7

Манба: Наманган вилояти Статистика бошқармасининг 2010-2014 йиллардаги ҳисоботлари асосида тадқиқотчи томонидан жадвал тайёрланди

Вилоятда 2014 йилда 2900 дан зиёд фаолият кўрсатаётган саноат корхоналари томонидан 1965,0 млрд.сўмлик саноат маҳсулотлари, 1205,1 млрд.сўмлик халқ истеъмоли моллари ишлаб чиқарилди, 2877,1 млрд.сўмлик қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқарилди. Вилоятимида яшайдиган аҳоли сони 2014-йил 2010-йилга нисбатан 11,1 фоизга ошди яни 2554,0 минг кишини ташкил қилди, меҳнат ресурслар сони эса 11,5 фоизга 1506,8 минг кишини, иқтисодиётда банд аҳоли сони 14,9 фоизга 937,3 минг кишини ташкил қилди. Шундан 2014-йилда саноатда банд аҳоли сони 114,7 минг кишини, қишлоқ хўжалигида 233,5 минг кишини, хизматлар соҳасида 289,1 минг кишини, бошқа соҳаларда эса 300 минг кишини ташкил қилиб 2010-йилга нисбатан мутаносиб равишда 7,6 фоизга, 5,5 фоизга, 22,5 фоизга, 19,2 фоизга ўсишга еришилди. Наманган вилояти бандликни асосий қисми саноатга қараганда қишлоқ хўжалиги ва хизмат кўрсатиш соҳаларига тўғри келмоқда. (1.3.1жадвал)

Наманган вилояти Республика ҳудудининг 1,6 фоизини, аҳоли сони бўйича 2014 йилда 8,3 фоизини ташкил қилади. Иқтисодиётда бандларнинг ўртача йиллик сони бўйича 2005 йилда Республиканинг 5,6 фоизини, 2010 йилга келиб 7,0 фоизини, 2014 йилга келиб эса 7,6 фоизини ташкил қилди. Республика ЯИМдаги улуши 2005 йилда 4 фоиз, 2010 йилда 3,8 фоизни ташкил қилиб 2005 йилга нисбатан 5 фоизга кам демакдир, 2014 йилга келиб бу кўрсаткич 4,2 фоизга етиб 2010 йилга нисбатан 10,5 фоизга ўсди. Саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш 2010 йил 2005 йилга нисбатан 80,0 фоизни ташкил қилган бўлса 2014 йил 2010 йилга нисбатан 108,3 фоизни ташкил қилди. Истеъмол товарлар ишлаб чиқариш Республикадаги улуши 2005 йил 3,0 фоизни ташкил қилган бўлса , 2010 йилга келиб бу кўрсаткич 3,7 фоизни, 2014 йилда эса 4,0 фоизни ташкил қилди. Вилоятнинг ташқи савдо айланмаси Республикадаги улуши 2005 йилда 2,2 фоизни ташкил қилган бўлса, 2010 йилга келиб бу кўрсаткич 1,9 фоизни ташкил қилди ва 2005 йилга нисбатан 13,7 фоизга тушиб кетди, 2014 йилда эса 2,5 фоизни ташкил қилиб 2010

йилга нисбатан 31,6 фоизга ўсди. Лекин ташқи иқтисодий фаолиятни таҳлил қилар эканмиз Экспорт улуши Республикада атига ўртача 1,0 фоизни, импорт эса 1,1 фоизни ташкил қилаётганини кўришимиз мумкин. (1.3.2-жадвал)

Наманган вилояти аҳолиси жон бошига тўғри келадиган ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичларни таҳлил қилар эканмиз Республика кўрсаткичларидан анча паст эканлигини кўришимиз мумкин. ЯИМ аҳоли жон бошига Республикада 2005 йилда 586,9 минг сўмни ташкил қилган бўлса, Наманганда эса 295,5 минг сўмни (291,4 минг сўм кам), 2010 йилда 1111,9 минг сўмни, Республикага нисбатан 1072,4 минг сўм кам, 2014 йилда 2425,4 минг сўмни ташкил қилиб Республикага нисбатан 2284,3 минг сўм камлигини таҳлил қилишимиз мумкин. Саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш аҳоли жон бошига Вилоятида 2005 йил 159,4 минг сўмни ташкил қилган бўлса Республикага нисбатан 226,1 минг сўм кам, 2010 йилда 327,7 минг сўмни (856,5 минг сўм кам), 2014 йилда 784,7 минг сўмни ташкил қилиб 1659,8 минг сўм камлигини кўришимиз мумкин (1.3.3 жадвал)

Наманган вилоятининг Республика иқтисодиётида тутган ўрни

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2005 йил		2010 йил		2014 йил		2010 йилнинг 2005 йилга нисбати (%)		2014 йилнинг 2010 йилга нисбати (%)	
		Наманган вилояти	Республика даги улуши (%)	Наманган вилояти	Республика даги улуши (%)	Наманган вилояти	Республика даги улуши (%)	Наманган вилояти	Республи- кадаги улуши	Наманган вилояти	Республи- кадаги улуши
Майдони	Минг км ²	7,44	1,6	7,44	1,6	7,44	1,6	100	100	100	100
Дойимий аҳоли сони	Минг киши	2073,2	8	2258,5	8,1	2553,9	8,3	108,9	101,2	113,0	102,4
Иқтисодиётда бандларнинг ўртача йиллик сони	Минг киши	621,4	5,6	815,3	7,0	937,3	7,6	131,2	125,0	114,9	108,6
ЯИМ	Млрд сўм	612,7	4,0	2390,3	3,8	6073,3	4,2	390,1	0,95	254,1	110,5
Жами саноат маҳсулоти	Млрд сўм	330,5	3	834,3	2,4	1965,0	2,6	252,4	80,0	235,5	108,3
Шундан:											
Истеъмол товарлари	Млрд сўм	119,1	3	472,6	3,7	1205,1	4,0	370,0	123,3	272,7	108,1
Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари	Млрд сўм	394,0	4,6	1162,9	6,9	2877,1	7,8	295,1	150,0	247,4	113,0
Асосий капиталга киритилган инвестициялар	Млрд сўм	39,1	1,9	554,0	6,6	1620,0	4,8	1416,8	141,6	292,4	72,7
Чакана савдо товар айланмаси	Млрд сўм	332,7	5,8	1318,8	6,0	3506,5	5,9	396,3	122,4	265,8	98,3
Пуллик хизматлар	Млрд сўм	79,9	4,9	434,0	5,5	1386,2	6,1	543,1	137,5	319,4	110,9
Ташқи савдо айланмаси	Млн долл	113,3	2,2	215,0	1,9	275,6	2,5	189,7	86,3	128,1	131,6
Экспорт	Млн долл	78,9	1,4	119,5	0,9	112,7	0,8	151,4	64,2	0,94	88,8
Импорт	Млн долл	34,4	0,8	96,5	1,0	163,9	1,2	280,5	125,0	169,8	120,0

Манба: Республика статистика маълумотлари асосида тадқиқотчи томонидан жадвал тайёрланди

**Республика ва Наманган вилояти аҳолиси жон бошига тўғри келадиган ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлар
таҳлили**

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирли-ги	2005 йил			2010 йил			2014 йил		
		Республикада	Наманган вилояти	Республикага нисбатан фарқи (+,-)	Республикада	Наманган вилояти	Республикага нисбатан фарқи (+,-)	Республикада	Наманган вилояти	Республикага нисбатан фарқи (+,-)
ЯИМ	Минг сўм	586,9	295,5	-291,4	2184,3	1111,9	-1072,4	4709,7	2425,4	-2284,3
Жами саноат маҳсулоти	Минг сўм	425,5	159,4	-226,1	1184,2	327,7	-856,5	2444,5	784,7	-1659,8
Шундан:										
Истемол товарлари	Минг сўм	115,1	57,4	-57,7	404,5	193,4	-211,1	968,4	481,2	-487,2
Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари	Минг сўм	208,1	190,0	-18,1	575,9	504,6	-71,3	1201,4	1149,0	-52,4
Асосий капиталга киритилган инвестициялар	Минг сўм	116,2	52,4	-63,8	526,7	242,5	-284,2	1096,1	646,9	-449,2
Чакана савдо товар айланмаси	Минг сўм	221,3	160,5	-60,8	751,1	577,3	-173,8	1906,5	1400,3	-506,2
Пуллик хизматлар	Минг сўм	62,1	38,5	-23,6	269,8	190,0	-79,8	737,4	553,5	-183,9
Экспорт	долл	20,9	38,0	+17,1	44,7	51,8	+7,1	45,8	45,1	-0,7
Импорт	долл	15,8	16,5	+0,7	31,5	41,8	+10,3	45,2	65,3	+20,1

Манба: Республик статистика маълумотлари асосида тадқиқотчи томонидан жадвал тайёрланди

Вилоятида саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилиб ҳажми 2014 йилда 1964,9 млрд.сўми 2013 йилга нисбатан 112,5 фоизга ўсди. 2014 йилда саноат корхоналар сони 3138 тага (фаолият кўрсатаётганлар 2837 та) етди, шундан йирик саноат корхоналар сони 29 тани (фаолият кўрсатаётганлар 28 та), кичик корхоналар сони 3109 тани (фаолият кўрсатаётганлар 2809 та) ташкил қилди. Саноат корхоналарда ишчи хизматчилар сони 2014 йилда 24,2 минг кишини, 2013 йилга нисбатан 42,4 фоизга ўсди. Республика тасаруфидаги корхоналар сони 2014 йилга келиб 3 тага камайиб 27 тани ташкил қилди, у корхоналар томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулотлар 817,6 млрд.сўмни ташкил қилиб 2013 йилга нисбатан 7,9 фоизга ўсди.

1.3.4-жадвал

Наманган вилоятининг саноат корхоналари кўрсаткичлари таҳлили

№	Кўрсаткичлар номлари	Ўлчов бирлиги	2013 йил	2014 йил	2014 йилни 2013 йилга нисбатан %да
1.	Саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми	млрд. сўм	1629,5	1964,9	112,5
1.1.	Нодавлат секторида ишлаб чиқарилган саноат маҳсулоти ҳажми	- // -	1629,5	1964,9	112,5
	Ҳудудий саноат корхоналари томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулотлар	- // -	574,8	735,3	117,4
1.2.	Саноат корхоналари сони	бирлик	2950	3138	106,4
	шундан фаолият кўрсатаётгани	- // -	2350	2837	120,7
	шу жумладан,				
	Йирик саноат корхоналари	- // -	35	29	82,9
	шундан фаолият кўрсатаётгани		35	28	80,0
	Кичик корхоналар	- // -	2915	3109	106,7
	шундан фаолият кўрсатаётгани		2315	2809	121,3
	Саноат корхоналаридаги ишчилар сони	минг киши	17,0	24,2	142,4
1.2.1	Республика тасарруфидаги корхоналар сони:	бирлик	30	27	90,0
	и/ч маҳсулот ҳажми	млрд. сўм	757,9	817,6	107,9

Манба: Вилоят Статистика бошқармаси маълумотлари асосида тадқиқотчи томонидан
жадвал тайёрланди

Вилоятда иқтисодий барқарорликни таъминлаш мақсадида энг аввало юқори салмоққа эга енгил саноат, озиқ-овқат, машинасозлик ва қолган саноат тармоқларини жадал ривожлантириш дастурлари бўйича қатор тадбирлар амалга оширилмоқда.

2014 йилда енгил саноат тармоғида ўсиш суръати 11,0 фоиз, озиқ-овқат саноатида 8,7 фоизни ташкил этган ҳолда умумий саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришдаги энг юқори улуши енгил саноат (38,4%) ва озиқ-овқат саноати (25,3%) тармоқлари ҳиссасига тўғри келди.

1.3.5жадвал

Наманган вилоятида саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш тармоқлари таркиби таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010й.	2011й.	2012й.	2013й.	2014й.
Жами саноат ишлаб чиқариш ҳажми	млрд. сум	748,7	1057,3	1289,3	1629,6	1965,0
	%		116,1	114,9	112,5	112,5
<i>шу жумладан:</i>						
Ёқилғи	млрд. сум	14,4	28,8	49,1	9,8	13,8
	%		142,0	3,1 м	62,0	140,1
Металлургия	млрд. сум	1,5	2,2	2,8	8,3	10,2
	%		104,7	109,9	2,7 м	121,0
Машинасозлик ва металлни қайта ишлаш	млрд. сум	58,7	111,9	130,1	160,6	233,8
	%		160,6	97,7	110,0	125,9
Кимё ва нефткимё	млрд. сум	8,8	10,9	13,0	16,0	13,5
	%		101,4	138,5	108,4	66,7
Қурилиш материаллари	млрд. сум	31,5	48,9	42,5	67,4	80,4
	%		132,7	95,0	121,8	103,4
Енгил саноат	млрд. сум	333,3	405,9	489,2	635,4	754,0
	%		104,2	116,7	115,7	111,0
Озиқ-овқат саноати	млрд. сум	204,4	316,2	399,9	443,5	498,0
	%		117,4	114,1	101,4	108,7

Манба: Наманган вилояти Статистика бошқармасининг 2010-2014 йиллардаги ҳисоботлари асосида тадқиқотчи томонидан жадвал тайёрланди

1.3.5-жадвал маълумотларини таҳлили шуни кўрсатадики 2014 йилда 2010 йилга нисбатан металлургия саноати 580 фоизга, машинасозлик ва металлни қайта ишлаш саноати 298,2 фоизга, кимё ва нефт кимё саноати 53,4 фоизга, қурилиш материаллари саноати 155,2 фоизга, енгил саноат тармоғида 126,2 фоизга, озиқ-овқат саноатида 143,6 фоизга ўсди, ёқилғи саноати эса 4,2 фоизга пасайганини кўришимиз мумкин. Умумий саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришдаги энг юқори улуши енгил саноат (38,4%) ва озиқ-овқат саноати (25,3%), машинасозлик ва металлни қайта ишлаш саноат (11,9%) тўғри келмоқда.

Вилоятда 2014 йил якуни билан 276,6 млн. долларлик (2010 йилга нисбатан 124,4%) ташқи савдо амаллари бажарилиб, шундан экспорт 112,7 млн.долларни (94,3%), импорт 163,9 млн. долларни (159,2 %) ташкил этди. (1.3.4 жадвал)

“Само текстил сервис” МЧЖда 2123,0 минг доллар (108,9%), “Люкс плюс сервис” МЧЖ 204,7 минг доллар (141,1 %), “Tubo tekstil” МЧЖ 385,8 минг доллар (184,6%), “Аъзам текс савдо сервис” МЧЖ 382,9 минг доллар (127,6%), “Чартак Дайхан текстил” МЧЖда 506,4 минг доллар (144,7%) корхоналари томонидан экспорт прогнози ортиғи билан бажарилган.

Вилоятда экспорт фаолиятини юритувчи корхоналарнинг сафи барқарор ўсиб бормоқда. 2010 йилда экспорт амалларини бажарувчи корхоналар сони 96 тани ташкил этган бўлса, 2014 йил якуни билан уларнинг сони 52 тага ортиб, 148 тани ташкил этган.

Вилоят экспорт таркибини таҳлил этилганда, жами экспортнинг 7,1 фоизини пахта толаси, 13,5 фоизини озиқ-овқат маҳсулотлари, 10,7 фоизини хизматлар, 0,6 фоизи химия маҳсулотлари, 0,4 фоизи машина ва ускуналар, 0,2 фоизи қора ва рангли металллар ҳамда 67,3 фоизини бошқа маҳсулотлар ташкил этди.

2014 йилда импортнинг 27,2 фоизини машина ва ускуналар, 17,5 фоизини кимё саноати маҳсулотлари, 13,9 фоизини озиқ-овқат маҳсулотлари, 3,9 фоизини қора ва рангли металллар, 1,0 фоизини хизматлар, 0,2 фоизини энергия ресурслари ва 36,4 фоизи бошқа турдаги маҳсулотлардир. (1.3.6-жадвал)

1.3.6-жадвал

Наманган вилоятининг ташқи иқтисодий фаолияти таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил	2014 йил	2014 йилни 2010 йилга нисбати %
Ташқи савдо айланмаси - жами	Минг.АҚШ доллор	222418,4	276626,0	124,4
Экспорт таркиби	Минг.АҚШ доллор	119500,9	112716,0	94,3
- пахта толаси	- " -	51175,7	7982,0	15,6
- химия саноати маҳсулотлари	- " -	681,7	623,3	91,4
- қора ва рангли металллар	- " -	54,5	224,3	411,5
- машина ва ускуналар	- " -	232,5	480,5	206,7
- озиқ-овқат маҳсулотлари	- " -	22537,5	15236,0	67,6
- энергия ресурслари	- " -	620,9	200,2	32,2
- хизматлар	- " -	6180,1	12106,0	195,9
- бошқалар	- " -	38018,1	75863,7	199,5
Импорт таркиби	Минг.АҚШ доллор	102917,5	163910,0	159,2
- озиқ-овқат маҳсулотлари	- " -	17555,7	22721,7	129,4
- химия саноати маҳсулотлари	- " -	23650,9	28657,5	121,2
- қора ва рангли металллар	- " -	8707,6	6354,8	72,9
- машина ва ускуналар	- " -	36585,2	44567,7	121,8
- энергия ресурслари	- " -	194,4	299,6	154,2
- хизматлар	- " -	85,2	1663,4	1952,2
- бошқалар	- " -	16138,5	59645,3	369,6

Манба: Наманган вилояти Статистика бошқармасининг 2010-2014 йиллардаги ҳисоботлари асосида тадқиқотчи томонидан жадвал тайёрланди

II боб. Наманган вилоятида тўқимачилик корхоналарининг маркетинг фаолияти тахлили

2.1 Вилоятда тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ривожланиши

Тўқимачилик саноати — турли хилдаги ўсимлик толалари, жун ва сунъий синтетик толалардан турли газламалар, ип ва бошқа маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи енгил саноат тармоғи. Тўқимачилик саноати таркибига тўқимачилик хом ашёсини дастлабки қайта ишлаш, ип газлама, зиғир, каноп, жут толасидан газлама, шойи, жун газлама, нотўқима материаллар, тўр тўқиш, трикотаж, кигизнамат босиш соҳалари киради. Тўқимачилик саноати маҳсулотлари кийимбош ва поябзал ишлаб чиқаришда, шунингдек, мебел, машинасозлик саноатида ишлатилади. Ўзбекистонда тўқимачилик саноати енгил саноатнинг етакчи тармоғини ташкил этади.

Тўқимачилик буюмлари ишлаб чиқариш қадим замонларда пайдо бўлган. Ғўза экиш, қўлда ип тайёрлаш ва газлама тўқиш Ҳиндистон, Хитой, Миср ва Ўрта Осиёда милоддан бир неча аср илгари маълум бўлган. Тўқимачилик саноати машиналашган ишлаб чиқаришга биринчи бўлиб ўтган саноат тармоғидир. Европада 18-асрнинг иккинчи ярмидаги саноат тўнтариши шу тармоқдан бошланган.

Ўзбекистонда тўқимачилик саноати узоқ тарихга эга. Ўрта асрларда маҳаллий ҳунармандлар тайёрлаган атлас, беқасам, бахмал, банорас, занданачи, олача каби маҳсулотлар узоқ мамлакатларда машҳур бўлган, Буюк ипак йўли орқали Европа ва Яқин Шарқ мамлакатларига чиқарилган. Лекин майда тарқоқ ҳунармандчиликни бирлаштириб саноат асосини яратиш ва газламалар ишлаб чиқариш эса фақат 20-асрнинг 20-йилларидан бошланди.

Ўзбекистоннинг мустақиллик даврида тўқимачилик саноати янги сифат ўзгаришлари босқичига ўтди. Республиканинг хорижий мамлакатлар билан

хамкорлик алоқалари тобора кенгайиб, чет эллик хамкорлар билан барпо этилган қўшма корхоналар сони кўпайиб борди.

Тўқимачилики саноати корхоналарида тайёрланадиган маҳсулот турлари оммавийлиги, такрорланувчанлик даражаси ва корхоналарнинг ихтисослаштирилишига кўра якка, серияли ва оммовий ишлаб чиқариш турларига ажралади.

Якка ишлаб чиқариш турида бир-биридан фарқ қилувчи ҳар хил буюмлар ишлаб чиқарилади. Бу буюмларнинг ҳар бири доналаб тайёрланади. Ҳар бир буюм бир-биридан фасони, кўриниши, размери, мавсумбоплиги, аҳолининг турли гуруҳларига мослиги, тўқишда ишлатилаётган ипнинг турига кўра фарқланиб, ўзининг технологик ва конструктив хусусиятларига эга.

Тўқиш жараёни якка ишчи ёки ишчилар бригадаси томонидан амалга оширилади. Тўқиш давомида буюм қисман тўқилиб буюртмачининг гавдасига мосланади ва унинг илтимосини ҳисобга олган ҳолда тайёрланади. Тўқиш жараёнида меҳнатни механизациялашиш даражаси паст бўлиб, юқори унумли янги техника, автомат ва ярим автоматларни қўллаш чеклангандир, чунки уларнинг қувватидан раионал фойдаланиш имконияти йўқ, қўл меҳнати кўпроқ ишлатилади, натижада якка ишлаб чиқаришда оммовий ва серияли ишлаб чиқаришга қараганда 3-5 марта кўп вақт сарфланади.

Серияли ишлаб чиқариш тури маълум вақт ичида, маълум миқдорда бир неча хил турдаги буюмларни катта бўлмаган серияларда навбатма-навбат ишлаб чиқариш билан характерланади. Буюмларни серияли тайёрлашда ишлаб чиқариш шароити индивидуал ишлаб чиқаришдагига ўхшаб бир дона кийим тайёрлагандан кейин эмас, балки навбатдаги кийимлар тўпи ишлаб чиқарилгандан кейингина ўзгаради, бу тўп кийимларни тўқиб бўлгунча технология жараёни ўзгармайди. Меҳнат тақсимооти бу кийим узеллари буйича йириклаштирилган ишлаб чиқариш операияларини бажариш билан характерланади. Ишлаб чиқаришнинг бу турида универсал жихозлар қаторида маҳсус жихозлар, пресслар қўлланилиб, ишлаб турган асбоб - ускуналардан анча тўлароқ фойданилади, янги техника, мосламалар, асбоблар кенг

ишлатилади, материаллар раионал ишлатилиб, чиқинди кам чиқади, махсулот таннархи арзонлашиб, меҳнат унумдорлиги ортади.

Оммовий ишлаб чиқариш якка ва серияли ишлаб чиқариш туридан доимий равишда кўп миқдорда бир хил турдаги буюмларни ишлаб чиқариш билан характерланади. Ишлаб чиқаришнинг бу тури трикотаж саноатида қўлланилади. Оммовий ишлаб чиқаришда ишлаб чиқариш жараёни тараш, кайта ўраш, тўқиш, бичиш, тикиш, бўйаш ва пардозлаш ехларида бажарилади. Бу эса энг илғор усулларни технологик жараёни хамма босқичларида маълум иш операияси бажаришга ихтисослаштириш, ишчилар орасида меҳнатни раионал тақсимлаш, қўл меҳнати қискартириш, оғир жисмоний меҳнатни енгиллаштириш, янги техникани, автомат ва ярим автоматларни қўллаш, ишлаб чиқаришни механизациялаштириш ва автоматлаштириш, ишлаб чиқариш майдонларидан яхшироқ фойдаланиш, барча ресурслардан: хом ашё, материаллар, ёқилғи ва электр энергиясидан самарали фойдаланишга имкон яратиб, сеҳлар ва бутун корхонанинг узлуксиз юқори суръат билан ишлашини таъминлайди, ишлаб чиқариш давом этиш вақтини қискартиради, айланма маблағларнинг айланишини тезлаштирилади ва натижада техник-иқтисодий кўрсаткичларни юқори бўлишини таъминлайди.

Чиқариладиган махсулот тури, ишлатиладиган толаларнинг турига қараб тўқимачилик саноати қуйидаги тармоқларга ажралади.

1. Пахта толасига ишлов берадиган корхоналар салмоғи - 70 %.
2. Жун толаларига ишлов берадиган корхоналар салмоғи - 15 %.
3. Зиғир поя ва каноп толасига ишлов берадиган корхоналар салмоғи - 3- 4 %.
4. Ипак толасига ишлов берадиган корхоналар салмоғи - 5 %.
5. Соф сунъий толаларга ишлов берадиган корхоналар салмоғи – 7-8 %.

Пахта толаси тўқимачилик саноатининг асосий хом ашёси. Бошқа табиий толаларга нисбатан пахта толасининг йигирувчанлик хиссаси юқори. Ундан ип йигирув фабрикаларида ҳар хил йўғонликдаги иплар йигириб олинади, бу иплардан эса пишиқ, нафис ва чиройли , ранг-баранг газламалар тўқилади.

Тўқимачилик махсулотлар хом-ашё турига қараб қуйидагиларга бўлинади:

1. Пахта ипидан тайёрланган тўқималар.
2. Каноп ипидан тайёрланган тўқималар.
3. Жунд ан тўқиладиган тўқималар.
4. Шойи ипидан тўқиладиган тўқималар.

Пахта ипидан тайёрланган тўқималар.

Пахла ипидан тайёрланган тўқималар бошқа умумий ишлаб чиқариладиган тўқималарнинг 70% дан кўпроғини ташкил этади. Бундай тўқималар ишлатилишига қараб қуйидагиларга бўлинади:

- ички кийим учун — бўз, чит, мал-мал, шифон тўқималари ишлатилади;
- сатин — аёллар, болалар кийими, корхона кийими, пахмок, чойшаб, эркаклар кўйлаги, астарлик буюмлари сифатида ишлатилади;
- кўйлаклик тўқималарга — шотланка, креп тўқималари, репс тўқималари, маркизет, бумазея, батист, фланел ва ҳоказо;
- устки кийим тўқималарга диоганал-саржа. Бундай тўқималарга корхонада кийиш учун тўқима, техник тўқима ва ҳоказолар киради.

Бундан ташқари ип газламаларга қуйидаги тўқималар киради:

- астарлик тўқима;
- тукли тўқима;
- мёбеллар учун тўқима;
- якка тартибда чиқариладиган тўқима.

Каноп ипидан тайёрланган тўқималар. Каноп ипидан ишлаб чиқарилган тўқималарнинг артикули бешта сондан иборат бўлади. Масалан; 01101, бунда 01 — энли жаккард тўқимаси, 1 тоза каноп, 01 — гурушдаги тартиб номери.

Бундай тўқималарга қуйидагилар киради;

- полотно тоза канопли;
- полотно аралаш хом ашёли;

— мэбелбоп тўқималар, бу тўқималар майда нақшли ўрилишлар ёрдамида олиниб, рангли иплар қўлланилади;

— якка тартибда чиқарилувчи тўқималар чойшаб, дастрўмол, сочик, дастурхон, кўрпа ёпич тўқималар.

Жундан тўқиладиган тўқималар.

Бу тўқималар ишлатилиш вазифаларига қараб:

-костюмлик тўқималар (бостон , креп рангланган);

-палтолик; оёқ кийимлик;

-мэбел-безаклар;

-пайтавалик;

-choйшаблик;

-дастурхонлик тўқималарга бўлинади.

Хом ашё турига қараб жун тўқималари тоза жунли, аралаш жунли тўқималарга бўлинади.

Ишлаб чиқариш ва ишлов бериш рангланишига қараб:

— бир хилда рангланган, рангланмаган, туки чиқарилган тўқималар;

— мэланж чипор тўқималар;

— ҳар хил рангли, декоратив тўқималарга бўлинади.

Ўрилиш турига қараб — бош ўрилиши, майда нақшли, мураккаб тўқималар ўрилишли, йирик нақшли тўқималарга бўлинади.

Шойидан тўқиладиган тўқималар.

Ишлатилиш вазифаларига ко‘ра:

-ички кийимлик (халат, нимча ва ҳоказо);

-кўйлак жик (еркаклар кўйлаги ва бошқалар);

-кўйлаклик — костюмлик;

-плашлик;

-устки кийимлик:

-палто, спорт кийимлари;

-астарлик;

-мэбел — безаклик;

-тўқимачилик-атторлик: зонтик, шарф, дастрўмол, галстук.

Хом-ашё турига қараб: тоза ипакдан бўлган тўқималар; сунъий ипакдан бўлган тўқималар; синтетик ишлардан тўқилган тўқималарга бўлинади.

Президентимизнинг 2010 йил 15 декабрдаги “*2011-2015 йилларда Ўзбекистон Республикаси саноатини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари тўғрисида*”ги ҳамда 2011 йил 28 мартдаги “*Тўқимачилик саноати корхоналарини жадал ривожлантиришни рағбатлантириш бўйича қўшимча чоралар тўғрисида*”ги ПҚ-1512-сон қарорлари мамлакатимиз энгил саноати тармоғида жуда кенг имкониятлар эшигини очиб берди. Шу асосда ҳудудларда умумий қиймати 1,7 млрд. долларга тенг бўлган 55 та инвестиция лойиҳасини амалга ошириш, шунингдек, якуний ишлаб чиқариш қувватига эга интеграциялашган тўқимачилик комплексларини ташкил этиш кўзда тутилган.

Вилоятда тўқимачилик саноати салоҳиятини ошириш, тайёр маҳсулотлар рақобатбардошлигини, замонавий юқори технологияли ишлаб чиқаришларни кенг жорий этиш мақсадида мақсадли дастурлар қабул қилиниб амалга оширилиб келинмоқда

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан 2013 йилда «*Наманган вилоятини 2013-2015 йилларда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш Дастури*» қабул қилинди ва унга асосан муайян ишлар амалга оширилмоқда.

Вилоятимиз дастурлари доирасида энгил саноатини ривожлантиришга юқори эътибор қаратилмоқда. Бу борада белгиланган 2013-2015 йиллардаги дастурларда вилоятда 17 та пахта толасини чуқур қайта ишлаган ҳолда тайёр энгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш лойиҳаларини ишга тушириш ҳисобига 121,4 млн.долларлик инвестициялар ўзлаштириш ва 11237 та янги иш ўринлари барпо этиш белгилаб олинган.

Вилоятда бугунги кунда 795 та энгил саноат корхоналари фаолият юритаётган бўлиб, 2014 йил якуни билан 753,9 млрд.сўмлик (*ўсиш суръати 111,0%*) маҳсулотлар ишлаб чиқарилиб, умумий саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмида 38,3 фозни ташкил этди.

Вилоятимизда фаолият юритаётган тикувчилик, трикотаж ва пойабзал корхоналари томондан тайёр махсулотлар экспорт хажми ва жўғрофияси кенгайиб бормоқда. “Пап-Фен”, “Иснам интер текс”, “Тошбулоқ-текс”, “Verigrow Ipagi”, “Golden hello trade” ҳамда “Ҳаққ-Текс” каби корхоналаримиз юқори даражада экспорт амалиётини бажармоқда.

Истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни таркиби бўйича тахлил қилганимизда ҳам 2010-2014 йиллар давомида вилоятда истеъмол товарлари ишлаб чиқариш 2,7 мартага, шу жумладан озиқ-овқат махсулотлари 2,1 мартага, нозик овқат махсулотлари 2,7 мартага, енгил саноат махсулотлари ишлаб чиқариш эса эса 3,9 мартага ошганини кўришимиз мумкин. (2.1.1-жадвал)

2.1.1-жадвал

Наманган вилоятида истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни ривожланиши

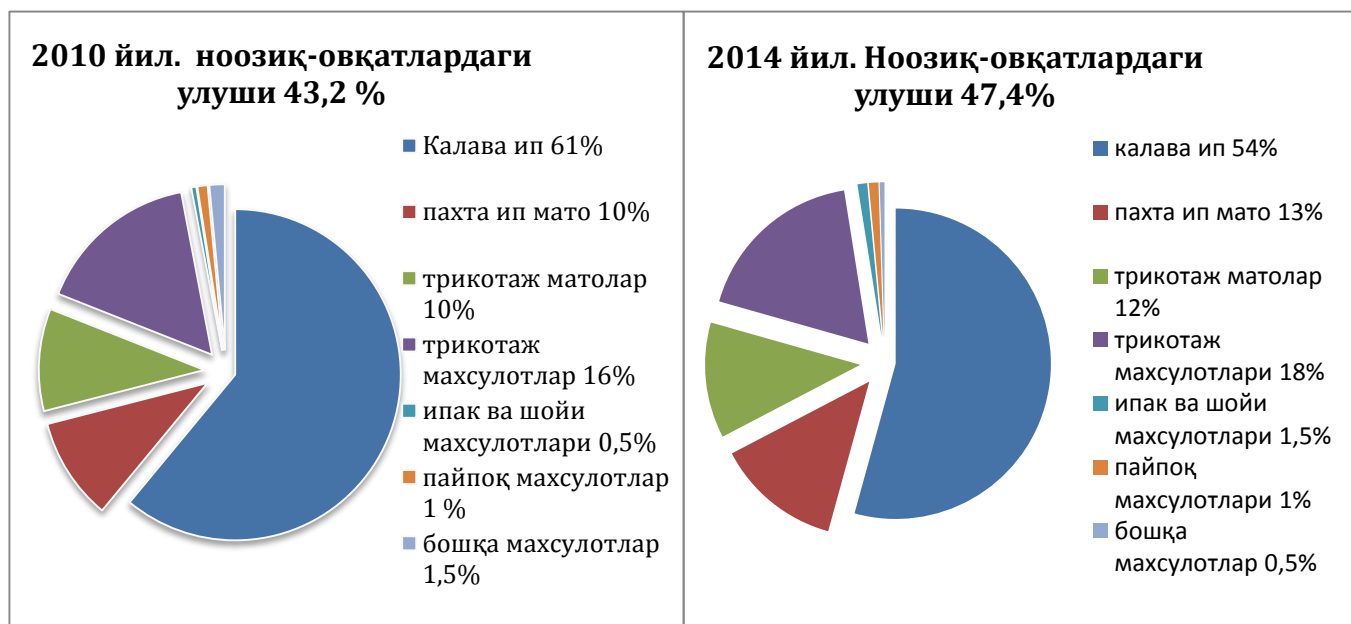
Млрд.сўм

№	Кўрсаткичлар	2010 йил		2014 йил		2014 йилда 2010 йилга нисбатан ўсиши
		ҳажми	жамига нисбатан %	ҳажми	жамига нисбатан %	
1	Истеъмол товарлари	441,9	100	1197,6	100	2,7 м
2	Озиқ-овқат махсулотлари	270,5	63	569,2	47,5	2,1 м
3	Ноозик-овқат махсулотлари	162,4	37	573,6	52,5	2,7 м
4	Шу жумладан: <i>енгил саноат махсулотлари</i>	69,5		271,7		3,9 м

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

Вилоятда саноатнинг етакчи тармоқларидан енгил саноат, тўқимачилик, пахта тозалаш ҳисобланади. Ноозик-овқат махсулотлари енгил саноат саноатни улуши 2014-йилга келиб 47,4 фоиз (271,7млрд.сўм)ни ташкил қилди, шу жумладан калава ип ишлаб чиқариш 2010 йилга нисбатан 6 фоизга камайиб, пахта ип матолар 3 фоизга, трикотаж матолар 2 фоизга, трикотаж махсулотлар 2 фоизга, пайпоқ махсулотлар 0,5 фоизга кўпайганини кўришимиз мумкин. Бу

албатта Вилоятимизда пахтани ва ипак махсулотларини чуқур қайта ишланаётганидан далолат беради. (2.1.1-диаграмма)



**2.1.1-диаграмма. Ноозик-овқат махсулотларини ишлаб чиқаришда
енгил саноатнинг улуши**

Вилоятда енгил саноат махсулотларини ишлаб чиқариш 2014 йилда 753,9 млрд сўмни ташкил қилди 2010 йилга нисбатан 126,2 фоизга кўп демакдир. Енгил саноат махсулотларини таҳлили қилар эканмиз Вилоятимизда пахта толасини етиштириш 2014 йилда 73186 тоннани ташкил қилган бўлса шундан атига 13545 тоннаси қайта ишланиб калава ип холига келтирилди холос. Пахта ип газламалар ишлаб чиқариш 2010 йилда 7846 минг пог. метрни бўлса 2014 йилга келиб бу кўрсаткич 9985 минг пог. метр (127,2 фоиз)ни ташкил қилди. Хом ипак ип тонна 2010 йилда 363,7 тонна 2014 йилда эса 406,5 тонна (111,7 фоизга), ипак газламалар 362 минг пог. метр 2014 йилда эса 405,1 минг пог. метрни ташкил қилди. 2014 йилда трикотаж мато 852,1 тонна ишлаб чиқарилган бўлса, 2010 йилга нисбатан 135,6 фоизни, жун газламалар 138,4 фоизни, нотўқима мато 103,4 фоизни, трикотаж буюмлари 138,7 фоизни, тикувчилик махсулотлари эса 203,4 фоизни ташкил қилди. Вилоятимизда тўқимачилик махсулотларини қайта ишлаш 2014 йилда 2010 йилга нисбатан ўсганини билишимиз мумкин. (2.1.2-жадвал)

2.1.2-жадвал

Наманган вилоятида 2010-2014 йилларда тўқимачилик ва енгил саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш кўрсаткичлари таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010- йил	2014- йил	2014-йилни 2010-йилга нисбати %
Енгил саноат маҳсулотлари	Млрд сўм	333,3	753,9	226,2
Пахта толаси	Тонна	83659	73186	87,5
Калава ип	Тонна	14723	13669,2	93,0
Пахта ип мато	Минг. пог.м	7846	9985	127,2
Хом ипак ип	Тонна	363,7	406,5	111,7
Ипак газламалр	Минг. пог.м	362,0	405,1	111,9
Трикатаж мато	Тонна	628	852,1	135,6
Жун газламалар	Минг. пог.м	57,0	78,9	138,4
Нотўқима мато	Минг. пог.м	14629,0	15123	103,4
Трикотаж буюмлари	Минг дона	2390	3315	138,7
Тикувчилик маҳсулотлари	Млн сўм	6125,0	12457,5	203,4

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

Президентимиз томонидан қабул қилинган 2010 йил 15 декабрдаги “2011-2015 йилларда Ўзбекистон Республикаси саноатини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари тўғрисида”ги ҳамда ПҚ-234 қарор ижроси бўйича Вилоятдаги 11 та корхона томонидан калава ип ишлаб чиқариш 2014 йилда 4208 тоннани ташкил қилиб 2011-йилга нисбатан 6,8 мартага ўсган. “Миришкор”, “Норинтекс”, “Чорток Дайхан текстил” қўшма корхоналар томонидан калава ип ишлаб чиқариш бошқа корхоналардан миқдор жihatдан салмоғи кўплиги билан ажралиб турибди. “Норинтекс” қўшма корхонаси калава ип ишлаб чиқариш хажми 2014 йилда 1370,9 тоннани бу кўрсаткич 2011 йилга нисбатан 5,3 мартага ортди. Корхоналар ичидан энг кам улушни “Томес” МЧЖ 2014 йилда 2,7 тонна, “Барака-нур укув ишлаб чиқариш корхонаси” 5,6 тонна жами қуватидан 61 фоизидан фойдаланган ҳолда калава ип ишлаб чиқармоқда ҳолос. Бошқа бир корхоналарни ишлаб чиқариш қуватларини таҳлил қилганимизда улар ҳам жами қуватдан 60-70 фоизидан фойдаланмоқдалар ҳолос. (2.1.3-жадвал)

2.1.3-жадвал

**Вилоятда калава ип ишлаб чиқарувчи
корхоналар фаолияти**

№	<u>Корхоналар</u>	Ўл. бир	2011 й	2012 й	2013 й	2014 й	2014 йилни 2011 йилга нисбати %
	<u>Калава ип жами:</u>	тонна	616,6	1390,0	3470, 2	4208, 0	6,8м
1	"Наманган укув ишлаб чиқариш корхонаси" МЧЖ	тонна	22,7	25,3	30,0	35,0	154,2
2	"Бест нам текстиль" МЧЖ	тонна	39,5	39,9	58,9		-
3	"Барака-нур укув ишлаб чиқариш корхонаси" МЧЖ	тонна	3,3	4,0	4,8	5,6	169,7
4	"Ахсин" МЧЖ	тонна	8,3	9,7	9,6	10,6	127,7
5	"Томес" МЧЖ	тонна	1,3	1,5	2,4	2,7	207,7
6	"Косонсой ип-йигирув нотукима" МЧЖ	тонна	39,2	42,0	51,3	53,3	135,9
7	"Кушон инвест текс" ҚК	тонна	81,3	81,3	85,8	95,5	117,5
8	"Миришкор" ҚК	тонна		454,0	821,9	930,2	-
9	«Норинтекс» ҚК	тонна	258,4	331,6	1070, 0	1370, 9	5,3м
1 0	"Чорток Дайхан текстил" ҚК	тонна	500,0	366,7	1296, 0	1672, 8	3,3м
1 1	"Чорток саховат меҳр муравват" МЧЖ	тонна	25,0	24,0	28,9	31,4	125,6

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

Вилоятда ПҚ-234 қарор бўйича пахта ип мато ишлаб чиқарувчилар 2011йил 64 та корхонани ташкил қилган бўлса 2014 йилга келиб улар сони 93 тага етди. Улар томонидан 2014 йилда 17411,0 минг кв.метр пахта ип мато ишлаб чиқарилди 2011 йилга нисбатан 41,1фоизга ўсди. “Яннам текстиль”, “Тубо Текстиль”, “Файз УММ”, “Дегрез текс ЛТД” корхоналари 2014 йилда пахта ип мато ишлаб чиқариш хажми бўйича бошқа корхоналардан кўплиги билан ажралиб турибди. “Зухро юлдуз дизайн” корхонаси пахта ип мато ишлаб чиқариш қувати 50 минг кв.метрни ташкил қилади у 2011 йилда 1,6 минг кв.метр, 2014 йилга келиб эса 49 минг кв.метр (30,6м) мато ишлаб чиқариш

куватидан 99 фоизга фойдаланди. Пахта ип мато ишлаб чиқарувчи корхоналарни таҳлил қилганимизда калава ип ишлаб чиқарувчи корхоналарга нисбатан ишлаб чиқариш қуватидан 80-92 фоизга фойдаланаётганини кўришимиз мумкин. (2.1.4-жадвал)

2.1.4-жадвал

Вилоятда пахта ип мато ишлаб чиқарувчи корхоналар фаолияти

№	Корхоналар	Ўл.бир	2011 й	2012 й	2013 й	2014 й	2014 йилни 2011 йилга нисбати %
	<u>Жами: пахта ип мато</u>	минг.кв.м.	9638,4	11817,2	14574,0	17411,0	141,1
1.	"Дублирин" МЧЖ	минг.кв.м.	33,5	49,0	60,0	71,0	211,9
2.	"Чошгоҳ" МЧЖ	минг.кв.м.	166,7	168,1	200,0	218,3	130,9
3.	"Файз УММ" МЧЖ	минг.кв.м.	240,0	240,0	400,0	526,3	219,2
4.	"Тубо Текстиль" МЧЖ	минг.кв.м.	426,7	450,0	560,0	642,6	150,5
5.	"Гузал текстиль савдо" МЧЖ	минг.кв.м.	346,7	348,2	340,0	463,1	133,6
6.	"Саховат харир текс савдо" МЧЖ	минг.кв.м.	206,7	213,2	220,0	240,1	116,1
7.	"Аъзам текс савдо сервис" МЧЖ	минг.кв.м.	233,3	240,0	240,0	470,0	201,4
8.	"Наманган момик сочиклари" МЧЖ	минг.кв.м.	520,0	522,7	240,0	470,0	90,4
9.	"Зухро юлдуз дизайн" МЧЖ	минг.кв.м.	1,6	1,8	40,0	49,0	30,6м
10.	"Садарайхон Текстиль" МЧЖ	минг.кв.м.	106,7	112,8	140,0	177,1	165,9
11.	"Наманган укув ишлаб чиқариш корхонаси" МЧЖ	минг.кв.м.	30,9	20,6	30,0	36,7	118,8
12.	"Само алока мадад" МЧЖ	минг.кв.м.	10,5	11,1	80,0	92,2	8,8м
13.	"Дегрез текс ЛТД" МЧЖ	минг.кв.м.	719,9	702,0	700,0	860,4	119,5
14.	"Обод текстиль савдо" МЧЖ	минг.кв.м.	198,7	85,6	150,0	160,0	80,5
15.	"Яннам текстиль" МЧЖ	минг.кв.м.	2373,3	2400,0	2542,7		

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди

Вилоятда "Дегрез текс ЛТД" 2014 йилда 10,6 тонна трикотаж мато ишлаб чиқарган бўлса 2011 йилга нисбатан 2,7 тонна (34 фоиз) га кўп маҳсулот ишлаб чиқарди. "Супер парафин" (2014 йилда 33 тонна), "Рисликхон шарифжон

исмоилжон текстил” (53 тонна), "Зара Текстил" (42 тонна) корхонаси ишлаб чиқариш хажми бошқаларга нисбатан кўп. “Ёркатай Тукимачи” корхонаси 2012 йилда 2,2 тонна, 2013 йилда 6,8 тонна, 2014 йилда 7,8 тоннага 2012 йилга нисбатан эса 3,5 марта кўп маҳсулот ишлаб чиқарган. (2.1.5-жадвал)

2.1.5-жадвал

Вилоятда трикотаж мато ишлаб чиқарувчи корхоналар фаолияти

№	Корхоналар	Ўл.бир	2011 й	2012 й	2013 й	2014 й	2014 йилни 2011 йилга нисбати %
	<u>Жами: трикотаж мато</u>	тонна	7,9	52,4	141,4	174,4	22 м
1.	"Дегрез текс ЛТД"	тонна	7,9	10,2	6,8	10,6	134,1
2.	"Зара Текстил"	тонна	-	40,0	36,0	42,0	-
3.	"Ёркатай Тукимачи"	тонна	-	2,2	6,8	7,8	-
4.	"Супер парафин"	тонна	-	-	28,6	33,0	-
5.	"Рисликхон шарифжон исмоилжон текстил"	тонна	-	-	39,4	53,0	-
6.	"Маржона сернан савдо"	тонна	-	-	23,8	27,9	-

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди

Вилоятда ПҚ-234 қарор бўйича 2011 йилда трикотаж буюм ишлаб чиқарувчи корхоналар 21 тани ташкил қилган бўлса 2014 йилга келиб уларни сони 23та бўлди. 2014 йилда трикотаж маҳсулотларини “Бунёд текстиль” 357,8 минг дона 2011 йилга нисбатан 134,1 фоизни, “Янтекс” корхонаси эса 379,9 минг дона 167,5 фоизга ўсганини кўришимиз мумкин. "Фотима савдо сервис" ишлаб чиқариш хажмини 2011 йилга нисбатан 10 фоизга кам маҳсулот ишлаб чиқарган. 2014 йилда “Голден ринг” 1,6 минг дона 2011 йилга нисбатан 145,4 фоизни, “Юлдуз” 49,1 минг дона (2,3 марта), “Мухаммад билал текс сервис” 31 минг дона (2,3 марта), “Панама текстиль” 123 минг дона (3 марта) “Арма текстиль” 20,8 минг дона (130 фоиз)ни ташкил қилди. (2.1.6-жадвал)

2.1.6-жадвал

Вилоятда трикотаж буюмлари ишлаб чиқарувчи корхоналар фаолияти

№	Корхоналар	Ўл.бир	2011 й	2012 й	2013 й	2014 й	2014 йилни 2011 йилга нисбати %
	<u>Жами: трикотаж буюм</u>	Минг дона	1150,1	1575,5	3921,6	4499,4	3,9 м
1.	"Юлдуз"	Минг дона	21,3	25,0	30,0	49,1	2,3 м
2.	"Голден ринг"	Минг дона	1,1	1,1	1,1	1,6	145,4
3.	"Мухаммад билал текс сервис"	Минг дона	13,3	30,4	26,8	31,0	2,3 м
4.	"Мухаммадий текстиль"	Минг дона	6,7	30,5	19,8	33,6	5 м
5.	"Бунёд текстиль"	Минг дона	266,7	300,0	300	357,8	134,1
6.	"Панама текстиль"	Минг дона	40,0	50,0	50,0	123,0	3 м
7.	"Арма текстиль"	Минг дона	16,0	19,0	19,0	20,8	130
8.	"Алп замин текстиль"	Минг дона	5,3	84,4	65,6	85,2	16 м
9.	"Фотима савдо сервис"	Минг дона	1,0	0,7	0,7	0,9	90
10.	"Янтекс"	Минг дона	226,7	239,6	248,0	379,9	167,5

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди

2.1.7-жадвал

Вилоятда ипак матолар ишлаб чиқарувчи корхоналар фаолияти

№	Корхоналар	Ўл.бир	2011 й	2012 й	2013 й	2014 й	2014 йилни 2011 йилга нисбати %
	<u>Жами: ипак матолар</u>	минг.кв.м.	98,4	197,4	285,0	314,6	3,2м
1.	"Агросилк инвест сервис"	минг.кв.м.	9,5	10,0	24,4	26,1	2,7 м
2.	"Комилжон-АР"	минг.кв.м.	5,2	6,4	6,8	7,3	140,4
3.	"Исмоилжон Юнусхон текстиль"	минг.кв.м.	2,8	3,3	6,4	7,8	2,8 м
4.	"Рислихон Шарифжон Исмоилжон текстиль"	минг.кв.м.	9,7	10,5	10,8	11,6	119,6
5.	"Зиёдий инвест"	минг.кв.м.	0,4	0,8	0,8	1,2	3 м
6.	"Ойдинкул текс савдо сервис"	минг.кв.м.	7,1	8,0	88,0	93,6	13 м
7.	"Ал Азиз Мафтуна бону сервис"	минг.кв.м.	10,7	11,2	14,4	16,0	149,5
8.	"Уста Мажидхон"	минг.кв.м.	10,8	14,4	14,4	16,0	148,1
9.	"Еркатай тукимачи"	минг.кв.м.	21,2	26,4	18,0	29,4	138,6
10.	"Уйчи тонги"	минг.кв.м.	10,5	12,6	12,6	14,3	136,2

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди

2.1.7-жадвал маълумотларини таҳлил қилганимизда “Агросилк инвест сервис” корхонаси 2014 йилда 26,1 минг кв.метр ипак мато ишлаб чиқарди, 2011 йилга нисбатан эса 2,7 мартага кўпайди. “Комилжон-АР” 2014 йилда 7,3 минг кв.метр ипак мато ишлаб чиқариб, 2011 йилга нисбатан 140,4 фоизни, “Исмоилжон Юнусхон текстиль” 7,8 минг кв.метр 2.8 мартани,, “Уста Мажидхон” 16 минг кв.метр 148,1 фоизни, “Уйчи тонги” 14,3 минг кв.метр 136,2 фоизни, “ Ал Азиз Мафтуна бону сервис” 16 минг кв. метрни 149,5 фоизни ташкил қилди.

2.1.8-жадвал

Вилоятдаги тўқимачилик корхоналарнинг ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражаси таҳлили

№	Корхоналар	Ўл.бир	Ишлаб чиқариш қувват	2013 й	Қувват-дан фойдаланиш %	2014 й	Қувват-дан фойдаланиш %
1.	Калава ип	Тонна	7302	3335,9	45,6	4208	57,6
2.	Пахта ип мато	Минг кв.м	17309	14574	84,2	17411	100,6
3.	Трикотаж мато	тонна	230	141,4	61,5	174,4	75,8
4.	Ипак матолар	минг.кв.м.	425	285	67,1	314,6	74,0
5.	Трикотаж буюм	Минг дона	6229,5	3921,6	62,9	4499,4	72,3

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди

2.1.8 жадвал. Корхоналарнинг ишлаб чиқариш қувватдан фойдаланиш даражаларини таҳлил қилар эканмиз 2013 йилда калава ип ишлаб чиқарувчи корхоналар йиллик қуввати 7302 тоннани ташкил қилган бўлса ундан фойдаланиш даражаси 45,6 фоиз, 2014 йилга келиб бу кўрсаткич 57,6 фоизни ташкил қилди. Пахта ип мато ишлаб чиқарувчи корхоналарни мавжуд қувватдан фойдаланиш даражасини 2014 йилда 100,6 фоизни тақил қилди. бу эса мавжуд корхоналар ишлаб чиқаришни замонавий техника-технологиялар билан қуроллантириб 90-100 фоизга ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланаётганидан далолат беради.

2.2 Тўқимачилик маҳсулотларини сотиш кўрсаткичлари таҳлили

Наманган вилояти газламалар бозори чакана савдосини таҳлил қилганимизда пахта ип газламалар чакана савдоси 2010 йилда 4064,7 минг пог метрни ташкил қилган бўлса 2014 йилга келиб у 30,7 фоизга ошиб 5315,6 минг пог метрни ташкил қилди. Шунингдек 2014 йилда жун газламалар савдоси 221,7 минг пог метрни, ипак газламалар 3139,4 минг пог метрни, канопо газламаси эса 0,2 минг пог метрни 2010 йилга нисбатан мос равишда 164,1%, 132,2%, 200 фоизларни ташкил этди. (2.2.1-жадвал)

2.2.1- жадвал

Наманган вилояти газламалар бозори чакана савдо кўрсаткичлари таҳлили¹⁰

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил	2014 йил	2014 йилни 2010 йилга нисбати %
Пахта ип газламалар	минг.п.м	4064,7	5315,6	130,7
	Млн.сўм	10634,9	19453,6	182,9
Жун газламалар	минг.п.м	135,1	221,7	164,1
	Млн.сўм	1610,7	2916,1	181,0
Ипак газламалар	минг.п.м	2374,3	3139,4	132,2
	Млн.сўм	8051,4	10781,1	133,9
Канопо газламалар	минг.п.м	0,1	0,2	200
	Минг.сўм	776,0	1936,2	249,5

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

Вилоятимизда аҳоли жон бошига 2014 йилда 4708 сўм пахта ип газлама, 713 сўм жун газламалар, 3564 сўм ипак газламалар, 0,34 сўм канопо газламалар тўғри келди. 2010 йилга нисбатан 2014 йилда пахта ип газламалар 160,7 фоизни жун газламалар 160,0 фоизни, ипак газламалар 118,4 фоизни , канопо газламалар 220,6 фоизни ташкил қилди. (2.2.2-жадвал)

^{10,9} Наманган вилоятининг Статистик бошқармасининг 2010-2014 йиллардаги ҳисоботлари асосида тадқиқотчи томонидан жадвал тайёрланди

2.2.2- жадвал

Наманган вилояти газламалар бозори чакана савдосини ахоли жон бошига тўғри келадиган кўрсаткичларини таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил	2014 йил	2014 йилни 2010 йилга нисбати %
Пахта ип газламалар	сўм	4708	7617	161,7
Жун газламалар	сўм	713	1141	160,0
Ипак газламалар	сўм	3564	4221	118,4
Каноп газламалар	сўм	0,34	0,75	220,6

Манба: Наманган вилоят статистика бошқармаси маълумоти асосида тайёрланди.

Наманган вилояти газламалар бозорини тадқиқ қилганимизда мамлакатимизда ишлаб чиқарилган махсулотлар тор ассартиментдалиги ҳамда бозор улиши камлиги билан ажралиб турибди, энг катта бозор улиши 45 фоиздан кўп Хитойда ишлаб чиқарилган газламаларига тўғрикелди..

Тадқиқотлар шуни кўрсатадики Вилоятимизда нархи бўйича пахта ип газламларнинг 15 хил, шойи газламалар 22 хил , жун газламлар 7 хил, каноп газламлар эса 3 хилжа сотилмоқда. Дизайн бўйича пахта ип газламлар 540 хил, шойи газламлар 996 хил, жун газламлар 8 хил, каноп газламлар эса 17 хилда сотиляпганини тадқиқ қилдик (2.2.3-жадвал)

Бозорларимизда маҳаллий корхоналар томонидан ишлаб чиқарган атлас, вилвет, чит, парча, бахмал, балқут, беқасам газламалари сотилмоқда. Бозорларимизда чит газламанинг чойшоблик туридан 85 хили, кийимлик туридан 56 хили, шойи газламасидан 100 дан ортиқ хилдагиси тадқиқотлар натижасида аниқланди. Бу албатта бизнинг ютиғимиз лекин аксарият газламалар бозори сегментининг 95 фоизидан ошиғи аёллар ташкил қилгани учун уларга мос ассартиментдаги “кийимлик” газламал мамлакат корхоналаримиз томонидан жуда оз миқдорда бозорларимизга ишлаб чиқазилмоқди. Хитой, Жанубий Корея, Туркия ва бошқа давлатлар бу борада биздан анча илгарилаб кетган ва бозордаги улушлари ҳам шунга мос ва кенг ассартиментлидир.

2.2.3-жадвал

Наманган шаҳар газламалар бозори таҳлили

№	газлама ассартимент гурухи	нарх и бўйи ча хили сони	диза йни бўйи ча хили сони	Ўзбекистон			Хитой			Жанубий Корея			Бошқа давлатлар (эрон, Хиндистон, Дубай, Туркия)		
				нархи бўйича хили	дизайни бўйича хили	Ўртача нархи (м/сўм)	нархи бўйича хили	дизайни бўйича хили	Ўртача нархи (м/сўм)	нархи бўйича хили	дизайни бўйича хили	Ўртача нархи (м/сўм)	нархи бўйича хили	дизай ни бўйич а хили	Ўртача нархи (м/сўм)
1	Пахта ип газламалар	15	540	9	190	6500	3	45	7500	3	210	11000	4	150	17000
	<i>бозор улуши %</i>			42,8	31,9		14,2	7,5		23,8	35,2		19,0	25,2	
2	Шойи газламалар	22	996	5	110	11000	8	350	30000	9	446	55000	10	310	50000
	<i>бозор улуши %</i>			15,6	9,0		25,0	28,7		28,1	36,6		31,2	25,4	
3	Жун газламалар	7	80	3	20	11000	5	22	13000	3	25	20000	3	28	17500
	<i>бозор улуши %</i>			21,4	21,1		35,7	23,1		21,4	26,3		21,4	29,4	
4	каноп газламалар	3	17	2	4	10000							3	20	15000
	<i>бозор улуши %</i>			40	16,7								6,0	83,3	

Манба: Талаба томонидан олиб борилган Наманган шаҳар газламлар бозори тадқиқоти натижаси

Вилоят тўқимачилик маҳсулотлар бозорини ўрганиш жараёнида ишлаб чиқарувчи корхоналар ва савдо шахобчалари мутахассислари фикр – мулоҳазалари махсус ўрганилиб таҳлил қилинганда қуйидаги ечимини кутаётган масалалар борлиги аниқланди:

1. Янги техника ва технологияларни ўрнатиш ва ишга тушириш, ишлатиш жараёнларини биладиган юқори даражадаги мутахассис кераклиги.

2. Махсус дизайн ва бозорлар тадқиқотини амалга оширувчи консалтинг марказларини кўмаги.

Газлама ишлаб чиқарувчиларга малакали дизайн ва мода хизмати кўрсатувчилар йўқлиги, мутахассисларни ҳам камлиги, бозор – маркетинг тадқиқотлари ўтказиш бўйича махсус консалтинг фирмаси зарурлиги таъкидланди. Шу сабабли ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг ички ва ташқи бозорларда рақобатбардошлиги юқори эмас.

3. Енгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг инновацион фаолиятларини янада ривожлантириш, маркетинг тадқиқотларини олиб бориш, янги товар ишлаб чиқариш, уни бозорга киритиш, янги технологияни ўзлаштириш, Халқаро сифатни бошқариш тизимини жорий этиш масалаларини хал қилиш улар олдида турган долзарб масаладир.

3.1 Тўқимачилик корхоналарини модернизация ва диверсификация қилиш натижалари самарадорлигини ошириш

Республика саноатини барқарор, жадал ривожлантириш, тўқимачилик корхоналарини диверсификация қилишга ва экспорт салоҳиятини ўстиришга йўналтирилган таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, тўқимачилик тармоқлари, комплекслари ва корхоналарини модернизация қилиш, ишлаб чиқаришни техник ва технологик янгилаш асосида уларнинг самарадорлиги ҳамда рақобатдошлигини янада ошириш долзарб масалалардан биридир.

Президентимиз Ислом Каримовнинг 2010-йил 15-декабрда қабул қилинган “2011-2015-йилларда Ўзбекистон Республикаси саноатини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари тўғрисида”ги қарори соҳани жадал тараққий эттиришда дастуриламал бўлмоқда. Мазкур ҳужжат билан тасдиқланган дастур доирасида 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 инновация технологияларини жадал татбиқ этиш, саноат учун юқори малакали кадрлар тайёрлашни кенгайтириш кўзда тутилган.

Ўзбекистон иқтисодиётини ислоҳ этиш, эркинлаштириш ва модернизация қилиш, унинг таркибий тузилмаларини диверсификация қилиш ҳамда Ўзбекистонда ижтимоий ҳимояланган бозор иқтисодиётига ўтишни «Ўзбек модели»ни жорий этиш борасида амалга оширилаётган, ҳар томонлама асосли ва чуқур ўйланган сиёсат, иқтисодиётда инқирозларни бошқа таҳдидларнинг салбий таъсиридан ҳимоя қиладиган мустаҳкам ва ишончли воситасини яратган.

Ишлаб чиқаришни такомиллаштириш, уни модернизация ва диверсификация қилиш натижасида аҳолининг моддий фаравонлигини юксалтиришга, яъни ижтимоий самарани оширишга, давлат томонидан олиб борилаётган ижтимоий сиёсати — минимал иш ҳақини ошириш, ижтимоий

фондлардан имтиёзлар бериш, ўсиб келаётган ёшларни тарбиялаш, кадрлар тайёрлаш, соғлиқни сақлаш, экологияни яхшилаш, жисмоний тарбияга йўналтирилган харажатлар охир натижада меҳнат унумдорлигини оширишга, ЯИМни кўпайтиришга, яъни иқтисодий самарани оширишга олиб келади.

“Модернизациялаш” тушунчаси кенг қамровли тушунча ҳисобланиб, унинг ўзаги - “модерн” сўзининг турли маънолари орасидан (франсузча *moderne* - янгиланган, замонавий) “замонавий”, “урфга кирган” деган талқинларини ажратиб кўрсатиш мумкин. Шунингдек, XIX асрнинг охири ва XX асрнинг бошларида тасвирий санъатда қўлланилган, ўзида ўтмиш билан замонавий давр элементларининг карама-карши уйғунлигини ифодаловчи модерн услубий йўналиши ҳам мавжуд бўлган. “Модернизациялаш” тушунчаси замонавий талабларга жавоб берувчи янгиланган ватакомиллашган жихозлар, технологик жараёнларни англатади.

Модернизация - анъанавий жамиятнинг илғор, индустриал жихатдан тараққий этган жамиятга айланишини таъминловчи ижтимоий-тарихий жараён. Модернизация жараёнлари мамлакат иқтисодий кудратини ошириш, ички ва ташқи бозорларда миллий маҳсулотлар улушини кўпайтириш, экспорт ҳажмини барқарор ўстириш ишмкониятларини янги босқичга кўтариш омили ҳисобланади.

Модернизациялашнинг иқтисодиёт тармоқ ва соҳаларига таъсири қуйидаги йўналишларда амалга оширилиши мумкин:

- модернизациялаш туфайли иқтисодиётда мутлақо янги ишлаб чиқариш ёки тармоқнинг пайдо бўлиши;
- тармоқ ишлаб чиқаришига янги замонавий техника ва технологияларни жорий этиш ҳисобига ундаги ишлаб чиқариш қувватларининг кенгайи
- тармоқ ёки соҳа ишлаб чиқаришининг техник жиҳатдан такомиллаштирилиши натижасида ундаги меҳнат сарфининг қисқариши;
- тармоқ ишлаб чиқаришида бутунлай янги йўналиш ва янги тех-

-нологияларнинг пайдо бўлиши натижасида эски ишлаб чиқаришнинг қисқариши ёки умуман барҳам топиши ва ҳ.к.

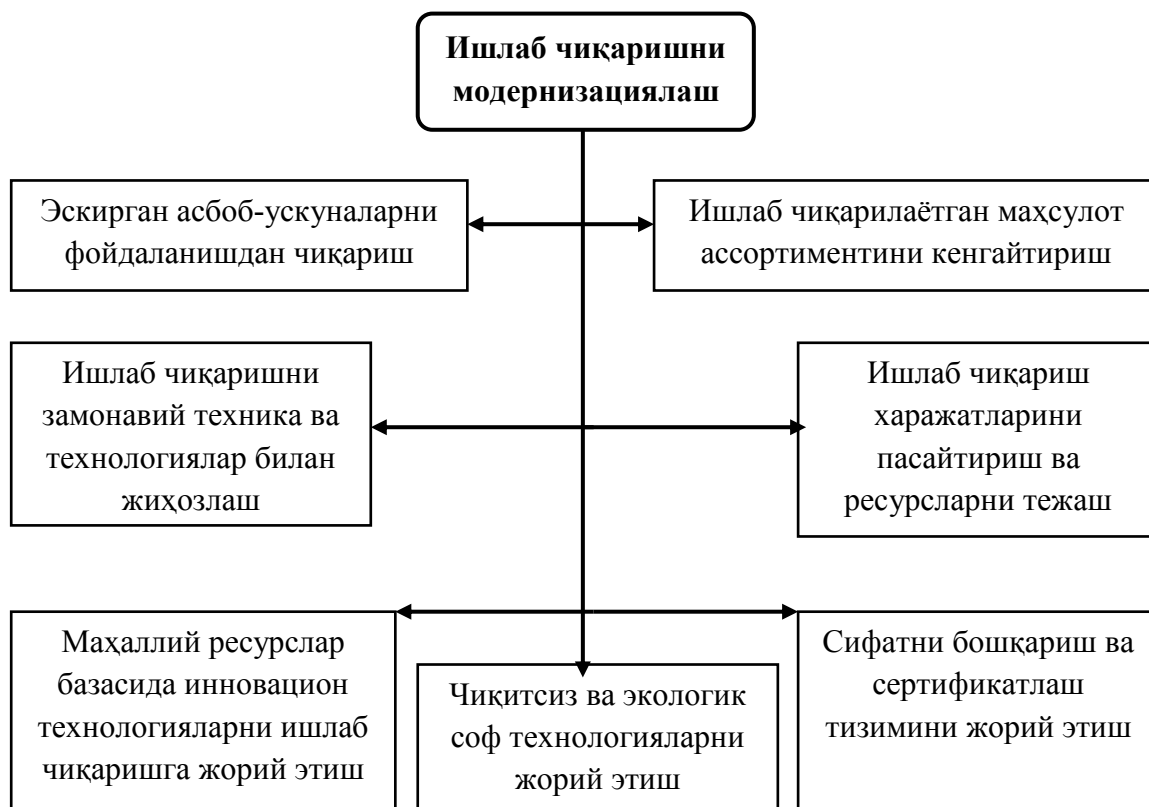
“Диверсификация” эса - маркетинг стратегияси бўлиб, корхоналар ишлаб чиқариш маҳсулотлари турларининг кўпайиши ва фаолиятининг кенгайиши билан боғлиқ капитал концентрациялашувининг шакли. Баъзи ҳолларда диверсификация ихтисослаштирилган фирмаларнинг(саноат, транспорт, қурилиш, молия ва ҳ.к) бошқа тармоқларга кириб бориши ва кенгайишини билдиради. Диверсификация натижасида кўп тармоқли компаниялар вужудга келади ва турли-туман товарлар ишлаб чиқарилади ва хизматлар бажаради. Шунингдек, илмий қулатишлар олиб боради ва тадқиқотлар ўтказди¹¹.

Диверсификация стратегияси шунчаки товарларни табақалаштириш эмас, балки мутлақо янги ва соҳа фирмаси фаолиятининг асосий турларига боғлиқ бўлмаган тадбиркорлик фаолиятининг ривожланишини ҳам ҳисобга олганда янги товарлар ишлаб чиқариш ва янги бозорларни ўзлаштириш жараёнларини ўзида ифодалайди.

Ишлаб чиқаришни диверсификациялашда - капитал бир-бирига боғлиқ бўлмаган турли янги соҳаларга жойлаштирилади ва бозордаги талабга мувофиқ товарлар ҳамда хизматлар ишлаб чиқаришга йўналтирилади.

Диверсификация турли шаклларда амалга оширилиши мумкин: бир пайтда турли кўринишдаги товарлар ишлаб чиқариш ва турли ҳилдаги истеъмолчиларни жалб этишни ёки савдо ва сотишнинг турли шаклларидан фойдаланиш ёки маблағларни ғоят турли иқтисодиёт тармоқларига йўналтириш.

¹¹А.Солиев. Маркетинг. “Арт-флекс” Т.: 2008 йил 208-б



3.1.1-Расм. Ишлаб чиқаришни модернизациялашни амалга оширишнинг асосий йўналишлари ва воситалари¹²

Ишлаб чиқаришни модернизациялаш ижтимоий-иқтисодий ҳаётнинг бошқа соҳаларидаги ўзгаришларга чамбарчас боғлиқ. Яъни, барча соҳа ва жабҳалар ўртасида жадал ислоҳ этиш ва модернизациялаш жараёнларининг амалга оширилишида изчиллик ва мантиқий мувозанатни таъминлашга ҳаракат қилиш лозим. Шу ўринда, модернизациялаш жараёнининг жамият ҳар бир аъзосининг онглилиги ва мустақиллигини оширишдаги ўрнига алоҳида эътибор қаратиш лозим деб ҳисоблаймиз. Чунки, иқтисодиёт ҳамда мамлакат ҳаётининг бошқа соҳаларини модернизациялаш энг аввало, ушбу жараёнларда иштирок этувчи, уларни амалга оширувчи ва доимий равишда такомиллаштириб боровчи жамият аъзолари дунёқараши, тафаккурининг ўзгариши, уларнинг демократик ва туб ислоҳот жараёнларидаги фаоллиги ошишига бевосита боғлиқдир.(3.1.1-расм)

¹² Манба: Саидова Г.Модернизация, техническое обновление и диверсификация производства, широкое внедрение инновационных технологий – необходимое условие выхода Узбекистана на новые рубежи мирового рынка / «Жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари» мавзусидаги Республика илмий-амалий анжуманидаги тақдимот материаллари. – Т., ТДИУ, 2009 йил 5 май.

Иқтисодиётни модернизациялаш жараёни истеъмол товарлари бозорига бевосита таъсир кўрсатиб унинг ривожланишини белгилаб беради шунингдек, товарлар бозоридаги конъюнктура ўзгаришларига ўз таъсирини кўрсатади.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 15 мартдаги 72-сонли—Йирик корхоналар ва ишлаб чиқаришларда технологик асбоб-ускуналар ва технологияларнинг техник аудитини ўтказиш чора-тадбирлари тўғрисидаги қарори қабул қилинди.

Қарорга мувофиқ, йирик корхоналар ва ишлаб чиқаришларда техник аудит ўтказиш бўйича махсус дастурда қуйидагилар белгилаб берилди:

- асосий ишлаб чиқариш фондларининг замонавий талабларга мувофиқлигини хатловдан ўтказиш ва унинг асосида фойдаланишдан босқичма-босқич чиқарилиши керак бўлган эскирган ва энергияни кўп талаб қиладиган технологик асбоб-ускуналар, маънавий эскирган технологияларнинг аниқ рўйхатини аниқлаш;

- фойдаланадиган технологик асбоб-ускуналарнинг норматив-техник ҳужжатларини тармоқни ривожлантиришнинг узоқ муддатли концепциясини ҳисобга олган ҳолда замонавий рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш имконияти бўйича ўрганиш;

- тармоқ ишчи гуруҳларига экспертиза ўтказиш ва энг мақбул қарорлар ишлаб чиқиш учун корхоналар ва хўжалик бирлашмалари маблағлари ҳисобига ихтисослаштирилган лойиҳа институтлари, инжиниринг ва консалтинг компаниялари, асбоб-ускуналар, технологиялар, жиҳозлар ва воситалар ишлаб чиқарувчи заводларнинг мутахассислари ва экспертларини жалб этиш.

Тўқимачилик корхоналарни модернизациялаш йўналишлари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин деб ҳисоблаймиз:

- ишлаб чиқаришни модернизациялаш, янги прогрессив техника ва технологияларни жорий қилиниши бўйича махсус дастур тайёрлаш ва унда биринчи навбатда бозор тадқиқотларига асосланиш;

-вилоятда пахта етиштириш ва уни қайта ишлаш, сақлаш, ундан истеъмол товаралир ишлаб чиқариш хажмларини истикбол режаларини саноатнинг ўсиш кўрсаткичлари ва унинг меъзонлари билан боғлаган ҳолда аниқлаш;

-ишлаб чиқариш жараёнини такомиллаштириш орқали маҳсулот ассортименти кенгайтириш, янги бозорларни ўзлаштириш, маҳсулот сифатини ҳалқаро стандарт талабларига мослаш;

- корхонада фаолият юритувчи кадрларни самарадорлигини ошириш, уларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, малакасини ошириш, замонавий технологиялардан фойдаланиш кўникмаларини шакллантириш;

- замонавий технологияларга асосланган лаборатория фаолиятини йўлга қўйиш. Лабораторияда маҳсулотларни янги турларини яратиш, пахтани ингичка толалали ва жахонда экспортбоб маҳсулотлари ишлаб чиқарилувчи янги навларини яратиш орқали унинг рақобатбардошлигини таъминлаш;

- Корхонада ҳалқаро сифат менежменти тизимини жорий этиш.

Тўқимачилик корхоналарни модернизациялаш дастурлари унинг ишлаб чиқариш жараёни ва технологияларини янгилаш билан чекланиб қолмасдан, замонавий илмий лаборатория ва ҳалқаро стандартларга мос хизматларни ҳам кўрсатиш тизимларини шакллантиришга қаратилиши лозим. (3.1.2-расм)



3.1.2-расм. Тўқимачилик корхоналарининг модернизациялаш жараёни ва тизими¹³

¹³ Талаба томонидан тайёрланди

Ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш, хўжалик юретишнинг бозор тизими ҳамда ҳар қандай даврнинг муҳим талабидир. Самарадорлик исталган корхонанинг иқтисодий барқарорлиги ва фаолият юретиш қобилиятини акс эттиради. Ҳар қандай ишда, жумладан, корхоналар фаолиятида самарадорликнинг, ижобий натижаларнинг мавжуд бўлмаслигини, образли қилиб айтганда, оворагарчилик, вақт, куч ва ресурсларни йўқотиш билан изоҳлаш мумкин.

Амалиётда фан-техника тараққиётининг, жумладан, унинг таркибий қисмларининг аҳамияти ва ролини инкор қилувчи ёки тушунмовчи корхонани топиш амримаҳол. Бироқ ушбу омилни амалга ошириш учун фақатгина ҳоҳиш ва ицакларнинг ўзигина этарли эмас. Бунинг учун **биринчидан**, фан-техника тараққиётининг айни пайтда зарур бўлган йўналишларини излаш ва аниқлаш, **иккинчидан**, пул маблағларини ва бошқа зарур бўлган ресурслар (инвецитсиялар) излаб топиш, **учинчидан**, замонавий илмий-техникавий ишламаларга ихтисослашган илмий-тадқиқот инцитутлари, концрукторлик, технологик ва бошқа илмий муассасалар билан керакли алоқаларни “боғлаш”, **тўртинчидан**, ўз илмий-техникавий мақсадларининг самаралилигини ҳисоблаб чиқиш талаб қилинади.

Фан-техника тараққиёти сўнгги пайтларгача эволютсион равишда ривожланиб келмоқда эди. Асосий эътибор амалдаги технологияларни такомиллаштириш, машина ва ускуналарни қисман замонавийлаштиришга қаратилган эди. Бундай чора-тадбирлар маълум бир чекланган натижаларга олиб келарди.

“Корҳсонсой тўқимачи” МЧЖ фоолиятини тахлил қилганимизда, корхона модернизация натижасида янги 23 та иш ўрин ва 3 та янги технология олиб келинди ва меҳнат унумдорлиги киши бошига 11,9 млн сўмни ташкил қилган. (3.1.1-жадвал)

3.1.1-жадвал

Наманган вилоятида 2013-2014 йилларда Тўқимачилик корхоналарни модернизация ва диверсификация қилиш натижалари самарадорлиги тахлили

№	Корхона номи	Лойиха қиймати (минг долл)	Модернизация натижаси			Ишлаб чиқариш ҳажми ўзгариши			Ходимлар сони	Меҳнат унумдорлиги	
			Ассарти-мент ўзгариши	Технологик ускуна сони	Яратилган иш ўрни	2013 йил (млн сўм)	2014 йил (млн сўм)	2014 йилни 2013 йилга нисбати %		Модернизациядан аввал (млн сўм)	Модернизациядан кейин (млн сўм)
1.	“Косонсой тўқимачи”М ЧЖ	96,0	Синтетик калава ип	2	15	-	1751,0	-	223	2,34	11,9
			Адйол мато	1	8	298,4	730	244,6			
			Байка (синтепон) мато	-	-	224,7	174,2	77,5			

Манба: Корхона маълумотлари асосида тайёрланди.

Бозор муносабатлари шакилланаётган ҳозирги шароитларда, чуқур сифат ўзгаришлари, тамойиллари янги технологиялар ва сўнгги авлод техникасига ўтиш, иқтисодиётнинг барча тармоқларини фан ва техниканинг энг янги ютуқлари асосида қайта қуроллантириш зарур. Шу билан бир қаторда олимлар, конструкторлар, муҳандис ва ишчиларнинг ижодий руҳда меҳнат қилишлари учун иқтисодий ва ижтимоий манфаатдорликни яратиш муҳим аҳамият касб этади. Масалан, Япония корхона ва фирмаларида ижодий гуруҳлар, сифат гуруҳлари ташкил қилинган, яъни фан-техника тараққиёти билан узвий боғлиқ бўлмиш университетлар, илмий марказ ва лабораториялар билан алоқалар ривожлантирилмоқда. Япониянинг бугунги кунда роботлар ҳамда замонавий техника ва технологияларнинг бошқа турларини яратишда биринчи ўринларда туриши ҳам бежиз эмас.

Корхоналар ишлаб чиқариш фаолиятининг самарадорлигини оширишнинг муҳим омилларидан яна бири сифатида мавжуд ишлаб чиқариш салоҳияти - асосий ва айланма фондлар, ишчи кучидан тежамкорлик асосида, иложи борича унумлироқ фойдаланишни кўрсатиш мумкин. Бундан ташқари уларга буюмлашган меҳнат сарфланганлиги, яъни корхонанинг бугунги эгаларидан ташқари аввалги авлод вакиллариининг ҳам меҳнати мавжудлиги билан изоҳлаш мумкин.

Корхона фаолиятининг самарали бўлишида *ишлаб чиқаришни интенсивлаштириш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг тури ва сифатини ошириш ҳамда жаҳон стандартлари даражасига этказиш, корхонанинг ишлаб чиқариш тузилмасини яхшилаш* каби омиллар ҳам муҳим ўринни эгаллайди. Бунга эса замонавий машина ва асбоб-ускуналар, замонавий технологиялар, ишлаб чиқариш ва меҳнатни ташкил қилишнинг илғор усулларида фойдаланиш орқали эришилади.

3.2 Корхоналарда товарларни сотиш ва рағбатлантириш усулларини такомиллаштириш

Республикамизда тўқимачилик соҳасида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар асосий истеъмол товарлари ҳисобланиши сабабли, улар савдосини рағбатлантириш механизмини такомиллаштириш нафақат ички истеъмол бозорини тўлдириш, балки ишлаб чиқариш жараёнини ҳам жадаллаштиришга кўмаклашади.

Тўқимачилик маҳсулотлари савдосида олиб борилаётган иқтисодий ислохотларнинг асосий йўналишларидан бири аҳолининг кенг қатламини турли хил истеъмол товарлари ва бошқа хизматларга бўлган эҳтиёжини юқори даражада, сифатли қондириш ҳисобланади.

Савдо тизими маҳсулотларни товарга айланишини таъминлаб беради, шу билан бирга, савдо жараёни ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларга бўлган сифат, ташқи кўриниш ва истеъмол талабларини шакллантирувчи асосий омил ҳисобланади. Ушбу ҳолат маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнини замонавий бозор талаблари билан ўзаро мувофиқлаштиришга имкон беради.

Сотишни рағбатлантириш тизими асосини харидорларни қизиқтириш бўйича қисқа муддатли чора-тадбирлар, тезкор хизматлар ташкил этади.

Маҳсулотлар савдосида сотишни рағбатлантириш маркетинг фаолиятининг муҳим таркибий қисмларидан ҳисобланиб, харидорларни маҳсулотларни сотиб олишга рағбатлантириш борасидаги тадбирларни ўз ичига олади. Ушбу жараёнда бош масала харидорларни товарга қизиқтириш, уларни маҳсулотни катта тўпламларда сотиб олишига эришишдир. Сотишни рағбатлантириш корхона қошида кўргазма залларини ташкил этиш, янги товарлар тақдимоти, махсус ярмаркалар ва сотилаётган товарларнинг нархларини пасайтириш каби тадбирлар орқали амалга оширилади.

Маркетинг амалиётида маҳсулотлар савдосида талабни шакллантириш тизими узоқ муддатли стратегик мақсадларни кўзласа, сотишни рағбатлантириш тизимида кўпроқ тезкор стратегик мақсадлар кўзланади. Шу сабабли, иккала тизимни ўзаро боғлиқликда қўлланилиши сотиш жараёни самарадорлигини таъминлайди. Хусусан,

талабни шакллантириш тизимининг асосий унсури ҳисобланган реклама ўз навбатида сотиш ҳажмини оширишда ҳам муҳим ўрин тутади.

3.2.2-жадвал

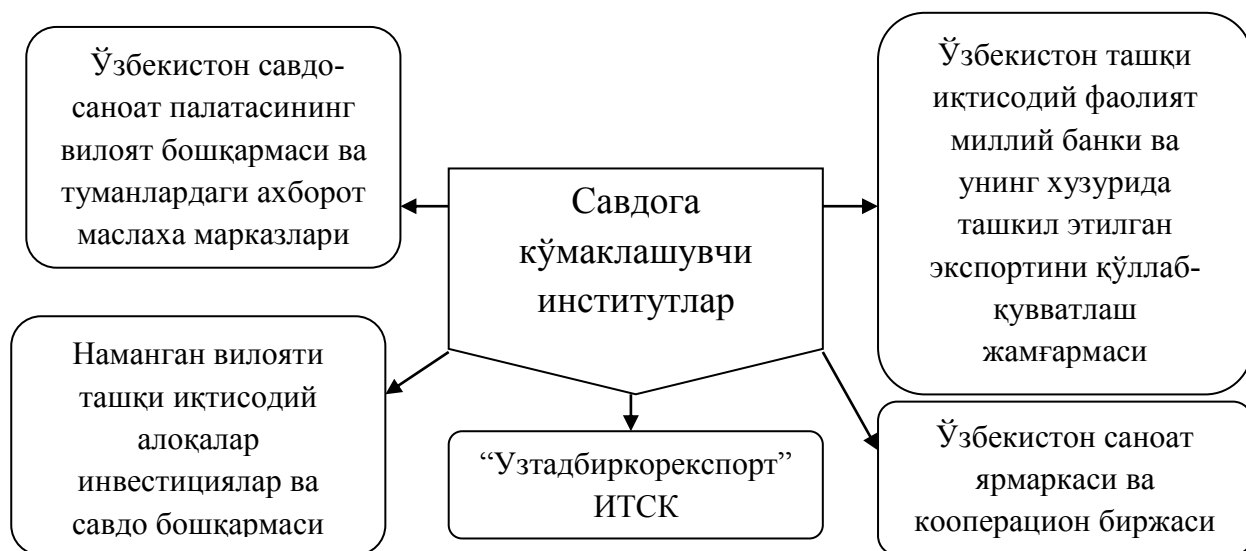
Корхонанинг реклама воситалари ва жамоатчилик фикрини шакллантиш усуллари

Ташриф қоғозлари	- Сифатли ва профессионал тайёрланган бўлиши лозим. - Компаниянгиз ҳақида она тилингизда, инглиз тилида ёки бошқа чет тилида батафсил алоқа маълумотлари бериши керак. - Барча ходимлар ягона услубда тайёрланган ташриф қоғозларига эга бўлиши зарур.
Брошюра ва каталоглар	- Сифатли тайёрланган бўлиши лозим. - Қисқа, информатив ва кўриниши чиройли бўлиши керак.
Харидор ва мижозларнинг гувоҳликлари	- Товар ва хизматларингизни ишонч билан тавсия қилишлари лозим. - Сизнинг энг зўр ва содиқ харидор ва мижозларингиз томонидан, яхшиси, улар раҳбариятининг олий звеноси томонидан айтилиши керак. - Бу гувоҳликлар сизнинг реклама брошюраларингизга киритилиши зарур.
Журнал ва газеталарда мақолалар	- Компаниянгизни бозорнинг етакчи иштирокчиси сифатида яққол тасвирлаши керак. - Брошюраларингизга цитаталар келтирилиши лозим. - Офисингизда илиб қўйилиши лозим. - Салоҳиятли харидор ва мижозларингизга жўнатилиши лозим.
Видео материаллар	- Профессионал олинган бўлиши керак. - Қизиқарли, информатив ва топиш осон бўлиши лозим. - Товар ва хизматларингизнинг энг яхши сифатларини кўрсатиши керак. - Қисқа бўлиши, аниқ ва манзилли реклама ғоясига эга бўлиши керак.
Веб-сайт	- Мазмун жиҳатидан чуқур ва ахборотга бой, кўриниши дарҳол кўзга ташланадиган, эътиборни тортадиган бўлиши керак. - Профессионал тайёрланган бўлиши ва мунтазам янгиланиб туриши лозим. - Электрон савол-жавоб алмашиш имконияти мавжуд бўлиши керак. - Зарур бўлса, он-лайн режимида буюртма бериш ва харид қилиш имкониятини бериши лозим.

Манба: талаба ишланмаси

Хозирги рақобат шароитида вилоятдаги енгил саноат корхоналари сотиш бозорлари тадқиқотлари ва мижозларни жалб этишдаги маркетинг воситаларидан кам фойдаланмоқда, аниқроғи хали уларда бундай жараёнларга эҳтиёж мавжуд эмас. Сабаби ип йигирувчи корхоналарнинг асосий маҳсулоти хом-ашё бўлганлиги

сабабли унинг харидорлари аниқ. Бироқ тикувчилик ва трикотаж корхоналарида эса аллқачон нафақат ташқи бозорларга чиқиш балки ички бозорни маҳсулот сотишда ҳам жуда кучли ҳаракатлар мажмуаси зарирлигини бозор номоён этмоқда. Шунинг учун мамлакатимизда корхоналарнинг бозор фаолиятига кўмаклашувчи махсус инфратузилмалар шаклланди ва уларнинг фаолияти ривожлантирилмоқда. **Савдога кўмаклашувчи институтлар** ички ва ташқи бозорларда маҳсулотларни улгуржи ва чакана сотиш йўналишларини аниқ белгилаш, янги бозорларни ўзлаштириш, чет элда савдо уйлари ташкил этиш, логистик хизмат кўрсатиш, шартномалар имзолаш, ички кооперация алоқаларини мустаҳкамлаш ва электрон савдоларни ташкил этиш ва ривожлантириш масалаларини ечишда корхоналарга кўмак бериб келмоқда.



3.2.1-расм. Вилоятда енгил саноат маҳсулотларини сотишга кўмаклашувчи институтлар¹⁴

Тўқимачилик корхоналарнинг савдо фаолиятини рағбатлантиришда Савдо саноат палатаси ўрни катта. Савдо саноат палатаси томонидан хорижий кўргазма ва ярмаркаларда тадбиркорлик субъектлари иштирокини таъминлаш борасида 2014 йил давомида АҚШ, Германия, Полша, Туркия, Хитой, Жанубий Корея, ва Дубайда ўтказилган 12 та Халқаро кўргазма ва ярмаркаларда вилоятдаги 40 нафар тадбиркорлик субъектлари иштирок этиб, замонавий минитехнологияларни харид қилиш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни экспортга йўналтириш, қўшма

¹⁴ Талаба томонидан тайёрланди

корхоналар ташкил этиш бўйича 30 та шартнома ва келишув баённомалари имзоланган.

Савдо-саноат Палатаси Наманган вилоят ҳудудий бошқармаси ва Хитой Халқ Республикаси “Shannxi Northwest Central Asia Business Co.Ltd” компанияси ўртасида имзоланган меморандумга асосан 2014 йилнинг 25-30 ноябрь кунлари вилоятдан 8 нафар делегация аъзолари ХХРнинг Шанхай ва Тайжоу шаҳарларида Бизнес-форумда иштирок этди.

Ташиф доирасида Led лампалари ва тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш йўналишида 2 та қўшма корхона ташкил этиш, бутловчи қисмлар ва қраска ишлаб чиқаришга зарур компонентларни арзон нархларда харид қилиш бўйича шартнома ва келишув баённомалари имзоланди.

Корхоналар савдосини рағбатлантириш борасида Вилоятимизда ҳар йили Вилоят ҳокимлиги ҳамда “Савдо Саноат палатаси” вилоят бошқармаси ҳамкоролигида саноат ярмаркалари ташкиллаштирилиб келинмоқда. Вилоятимизда Саноат ярмаркасини юксак савияда ўтказиш яхши анъанага айланди. Бу ерда мамлакатимизнинг турли вилоятларидан ва жаҳон мамалакатларидан пахта ва тўқимачилик саноати вакиллари, пахта толаси ва ундан тайёрланган маҳсулотларни етказиб бериш бўйича бевосита шартномалар тузиш имконига эга бўлмоқда. Бу йилги “Саноат ярмаркаси-2015”да мамлакатимизнинг 230 дан ортиқ корхоналари 900дан ортиқ товарлари билан иштирок этишди. Ярмаркада жами 5,6 млрд. сўмдан ортиқ 126 та шартнома имзоланди.

**Вилоятида ўтказилган “Саноат ярмаркаси-2015” корхоналар савдолари
натижалари таҳлили**

№	Сотиб олувчи корхона номи	Ишлаб чиқарувчи корхона	Маҳсулот номи	Тузилган шартнома суммаси (млн.сўм)
1	"Синнам" ҚК	"Поп фен" ҚК	Калава ип	73,4
2	"Соф текс" ҚК	"Поп фен" ҚК	Калава ип	65,0
3	"Фаррух" ХК	"Косонсой туқимачи" МЧЖ	туқимачилик маҳсулотлари	55,0
4	"Чоршох" МЧЖ	"Чортоқ дакхан текстил" МЧЖ	Калава ип	32,6

Манба: Вилоят иқтисодиёт бошқармаси маълумотлар асосида таёрланди.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2014 йил 25 ноябридаги “Тадбиркорлик субъектларини Интернет тармоғи орқали давлат рўйхатидан ўтказиш механизмини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 312-сонли Қарорига асосан 2014 йилнинг 1 январидан бошлаб Ягона интерактив давлат хизматлари портали (my.gov.uz)да электрон тарзда тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатдан ўтказиш хизмати ишга туширилган. Қарорга мувофиқ, ушбу хизмат мониторингини таъминлаш юзасидан Ўзбекистон Савдо-саноат палатаси ва бошқа масъул вазирлик, ташкилотлар масъул этиб белгиланган.

Тадбиркорлик субъектлари учун ахборот алмашиш борасида “Савдо- Саноат палатаси” томонидан қуйидаги имкониятлар яратиб берилган:

- Call-center 150-60-06 ва ҳудудларда жойлашган 14 та ИНФОКИОСК орқали тадбиркорликка оид барча саволларга талбиркорлар бепул жавоблар олиши мумкин;
- ИНФОКИОСК орқали ўз маҳсулотларини ва хизматларини рекламаларини бепул жойлаштириши мумкин.
- Корхоналар ўз маҳсулотларини ва хизматларини Палатанинг www.chamber.uz (вилоят бошқармаси www.uzbusiness.org) веб-сайтида бепул жойлайтириши мумкин
- Палата томонидан UZSAT дастури яратилган бўлиб тадбиркорлик субъеклари орасида бепул тариқасида тарқатилмоқда. Унда тадбиркорларга банклар томонидан

барча ажратилаётган кредитлар тўғрисида маълумотлар мунтазаам равишда янгиланиб боришмоқда.

Бундай имкониятлар тўқимачилик корхоналарнинг электрон савдосини ривожланишида катта ёрдам бермоқда.



3.2.2-расм. Енгил саноат маҳсулотларини сотиш йўналишлари¹⁵

Тўқимачилик ва енгил саноат корхоналарининг бозор фаолиятини ривожлантириш уларнинг сотиш каналларини кўпайтириш ва улгуржи савдосини ташкил этиш механизмларини ривожлантириш масаласига алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Улгуржи савдо ташкilotлари ишлаб чиқариш корхоналарига нисбатан маҳаллий ва хорижий бозорларда сотилаётган маҳсулотларнинг маркетингини олиб бориш учун кўпроқ кўникма ҳамда каттароқ айланма маблағга эгадир. Корхоналар эса, ўз ихтисослашуви таркибига кирмаган фаолият турлари бўйича харажатларни қисқартириш ҳисобига маблағни тежайдилар. Шунингдек, улгуржи савдо

¹⁵ Талаба томонидан тайёрланди

корхоналари энгил саноат корхоналари томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни айланиш тезлигини оширишга ҳамда уларни омборлардаги захираларини қисқартиришга ёрдам беради. Вилоятда экспорт қилувчи ишлаб чиқариш корхоналарига жуда катта имкониятлар мавжуд. Айниқса экспорт амалиётидаги солиқлар ва божхона тўловлари тўловлари бўйича жуда кўплаб имкониятлар мавжуд. Бироқ улгуржи савдо корхоналарида бундай имтиёзларнинг кўпи чекланган. Улгуржи савдо корхоналаринга ҳам ишлаб чиқарувчи корхоналар каби тенг имкониятлар яратилса вилоятда энгил саноат товарлари экспортини янада ривожланиши учун яна бир имконият яратилади.

Улгуржи савдони товар ишлаб чиқарувчилари учун аҳамияти:

1. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик билан товар ишлаб чиқарувчилар молиявий жихатдан чегараланганлиги учун товарини сотишга молиявий имкониятлари етишмайди.

2. Агарда уларнинг молиявий имконияти бўлса ҳам маблағни кўпроқ ишлаб чиқаришни ривожлантиришга сарфлайдилар.

3. Энг муҳим, товар ишлаб чиқарувчиларни кўпчилиги савдо тартиб-қоидаларини яхши ўзлаштириб олмаганлар.

Шунинг учун махсус улгуржи савдо фирмаси товар ишлаб чиқарувчиларига қуйидаги хизматларни таклиф этади:

- Товар ишлаб чиқарувчиларни кўп хил ташвишлар-сотиш жараёнини ташкил этиш, истеъмолчилар талабларини ўрганиш, кўп сонли чакана савдо тармоқлари ўрнига фақат 1-2 улгуржи харидорларга хужжатлаштириш.
- Улгуржи савдогар бир неча ойлар илгари буюртма беради ва ишлаб чиқарувчи бемалол хавотирсиз ўз иши билан шуғулланади;
- Хавф-хатар камаяди, ишлаб чиқарувчи товарни фирма омборидан тўғри улгуржи савдо базасига ёки уни буюртмаси билан чакана савдога юборади;
- Улгуржи савдогар товарга вақтида ёки олдиндан пул ўтказиши, натижада ишлаб чиқарувчига молиявий танглик бўлмайди.

Улгуржи савдони махсус фирмалар (мулк шаклидан қатъий назар) ташкил этади. Шу билан бирга хусусий тадбиркорлар (диллер, агент) ҳам улгуржи савдо билан шуғулланадилар.

Улгуржи савдони энг мухим вазифаларидан бири-баҳолар ўзгариши билан боғлиқ бўладиган хавф-хатарларни керакли товар захираларини шакллантириш орқали олдини олишдан иборат. Шунинг учун мавсумий ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган айниқса қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари сақланадиган омборлар совуткичлар уларда, қайта ишлаш шаҳобчалари маҳсулотларини сақлашни ташкил этиш орқали ҳам бозордаги талаб-таклиф мутоносиблигига имкониятлар яратилади.

Чакана савдо аҳолига тўғридан-тўғри товар сотиш ва хизмат килиш билан боғлиқ бўлган тадбиркорлик фаолиятини ўз ичига олади. Чакана савдо товарлар ассортиментининг шаклланишида қатнашади, харидорларга товарлар сифат курсаткичлари тўғрисида ахборотлар беради, товарларни сақлаш, қўшимча ишлаш, баҳоларини ўрнатиш ва бошқа вазифаларни бажаради. Натижада товарларнинг охириги истеъмолчилари билан олди-сотди шартномасини бажаради. Чакана савдонинг моддий-техника асосини дуконлар, универмаглар, махсуслашган дуконлар, супермаркетлар, ошхоналар ва кўпчилик майда шохобчалар ташкил этади.

Вилоятда электрон савдони ривожлантириш мухим масалалардан бири ҳисобланади. Кўплаб корхоналар ўзларининг ВЕБ сайтларига эга ва унда маҳсулотлар намоишларини каталогларини жойлаштирилган. Шунингдек, Ўзбекистон ССПнинг вилоят бошқармаси томонидан вилоятда ишлаб чиқарилаётган саноат маҳсулотларига нисбатан жаҳон бозоридаги эҳтиёжни қондириш ва экспортга йўналтиришга кўмаклашиш мақсадида бошқарманинг **www.uzbusiness.org** веб-сайтининг on-line ярмаркаси бўлими орқали маҳсулотларнинг кенг миқёсда реклама қилиш ва экспортга йўналтиришга эришилмоқда. Электрон савдо борасида Наманганда ярмарка савдолари – «ДОИМИЙ ФАОЛИЯТ КўРСАТУВЧИ НАМАНГАН ЯРМАРКАСИ» масъулияти чекланган жамиятининг Ўзбекистон Республикаси uz домен ҳудудида патуа (маъноси : Наманган ярмаркаси) домен номи билан руйхатга

олинган, UZINFOCOM компанияси хостинги тизимида жойлаштирилган **www.namya.uz** домен номи билан руйхатга олинган, интернет тизимида ўз ўрнига эга булган веб сайтида белгиланган тартибда ва муайян вақт давомида ошкора ва оммавийлик асосида жисмоний ва ҳукукий шахслар иштирокида ярмарка савдоларига қўйилган махсулотларни қурилиши, сифати, нархи ва бошқа хусусиятларига асосан танлаш имкони яратилган ҳолда утказиладиган савдолардан иборат. Ярмарка савдолари қатнашчилари сифатида – уз истагига биноан, веб сайтда тегишли тартибда руйхатдан утган ва савдоларда ихтиёрий равишда қатнашиш истагини билдирган ҳукукий ва жисмоний шахслар ҳамда савдоларга ташриф буюрган резидент ва норезидентлар саналади.

Замонавий қорхоналар савдо фаолияти бевосита интернет, қўрғазма, ярмаркалар савдолари орқали ривожланиб келмоқда. Шундай замонавий қорхоналар ичида “Чортоқ даехан текстиль” қўшма қорхонаси ҳам шу йўл орқали савдо ва харид фаолиятини амалга ошириб келмоқда. Қорхона бугунги кунгача 73 та қорхона билан товар олди-сотди шартномалар бўйича ҳамкорликда иш олиб бормоқда. Улар ичида интернет тармоғи орқали ҳам ашё ресурслар хариди 15 та (20%), ярмарка савдоларида қатнашиш орқали 5 та (7%), махсус савдога қўмаклашиш институтлар орқали 53 та (73 %) қорхоналар билан ҳамкорлик шартномалари имзолаган. Товар сотиш бўйича шартномаларнинг 48 фоизи интернет тармоғи орқали топиб имзоланган, савдога қўмаклашиш институтлар орқали 23 та (31 %), ярмарка савдолари орқали 15 та (21 %) қорхона билан товарларини сотиш бўйича шартномалар имзолаган.(3.2.1-, 3.2.2-диаграммалар)



3.2.1-диаграмма. Корхонанинг хом ашё хариди бўйича ҳамкорлар топиш натижалари



3.2.2-диаграмма. Корхонанинг товар сотиш бўйича ҳамкорлар топиш натижалари

Маҳсулотнинг сотилишини рағбатлантириш жорий этишда мазкур тизимга эҳтиёж мавжуд бозор сегментларини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга, акс ҳолда корхона томонидан сарфланган моддий ва молиявий ресурслар ўзини оқламайди. Фикримизча, маҳсулотнинг сотилишини рағбатлантиришни бозорга бир хил истеъмол хусусиятига эга рақобат қилувчи кўп товарлар тақдим қилинганида, бозорга янги маҳсулот турлари чиқарилганида қўллаш мақсадга мувофиқ бўлади. Шунингдек, сотишни рағбатлантириш тизими қисқа муддатларга корхонанинг

сотиш сегментидаги улушини ошириш, товар ассортименти бўйича харидорларнинг билиш даражасини ошириш, сотиш стратегиясини татбиқ этиш жараёнида қўлланиладиган усулларни ўзаро мувофиқлаштириш ижобий самара беради.

Сотишни рағбатлантириш тизими маркетинг коммуникациясини ташкил этишнинг асосий унсурларидан бири ҳисобланиб, сотиш ҳажмини ошириш борасидаги чора-тадбирлар мажмуини ифодалайди (3.2.3 -жадвал):

3.2.3-жадвал

Савдо маркетингида сотишни рағбатлантириш тизимини жорий этиш услуги

Босқичлар мазмуни	Стратегик мақсад	Амалга ошириш воситалари
Сотишни рағбатлантириш тизимини қўллаш учун зарур бозор сегментини танлаш	Тизимни қўллаш эҳтиёжи мавжуд ҳудудларни аниқлаш	Маркетинг тадқиқотлари ўтказиш
Сегментда тизимни жорий этиш функцияларини аниқлаш	Тизимни асосий мақсади ва вазифаларини белгилаш	
Тизимни жорий этиш усулларини танлаш ва уларни қўллаш имкониятларини таҳлил этиш	Тизимни қайси унсурларидан фойдаланиш зарурлигини аниқлаб олиш	Маркетинг таҳлилин ташкил этиш
		Маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш
Тизимни жорий этиш бўйича зарур харажатлар бюджетини шакллантириш	Тизимни жорий этишга бўлган молиявий талабларни аниқлаш	Маркетинг таҳлилин ташкил этиш
Тизимни жорий этиш ва жараёни назорат қилиб бориш	Тизимни афзалликлари ва камчиликларини аниқлаш	Маркетинг назоратини ташкил этиш

Манба: Наргиза Мўминова “Тўқимачилик маҳсулотларини сотишни жорий этиш усуллари” “Бизнес-эксперт” 2013

Маркетинг харажатлари таркибида сотишни рағбатлантириш тизимини жорий этиш бўйича харажатлар юқори улушни эгаллайди. Шу сабабли, сотишни рағбатлантириш тизими бюджетини шакллантиришда пухта маркетинг таҳлили зарур бўлади. Бунда асосий талаб – бюджетни қопланиш даражасини самарали тахминлаш ҳисобланади.

Сотишни рағбатлантириш тизими бюджети асосан қуйидаги харажатлардан иборат бўлади:

-тизимни дастлабки шакллантириш билан боғлиқ харажатлар (маркетинг тадқиқотлар ўтказиш, матнни, плакатларни яратиш, уларга ишлов бериш хизматларидан фойдаланиш, зарур ҳужжатларни расмийлаштириш кабилар);

-режалаштирилган тадбирларни ўтказиш (тадбир залини безатиш, ижарага олиш, бепул товарлар (совғалар) тарқатиш ва ҳ.к.).

Сотишни рағбатлантиришда савдо жараёни билан шуғулланувчи ходимларни қўллаб-қувватлаш улар фаолияти самарадорлигини оширишга замин яратади. Бунда моддий рағбатлантириш, мусобақа ва конкурслар ўтказиш, меҳнат фаолияти натижалари бўйича эсдалик совғалари ва фахрий ёрликлар бериш каби усуллардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Фикримизча, тўқимачилик маҳсулотлари савдосида сотишни рағбатлантириш тизимини қуйидаги мақсадлар учун қўллаш мақсадга мувофиқдир:

– бозорга киритилган янги товар турига истеъмолчиларнинг сотиб олиш иштиёқини шакллантириш;

– харидорларни такрор ва кўп марта товар сотиб олишга ундаш;

– савдо жараёнига мижозларнинг янги сегментини жалб қилиш;

– савдоси паст ёки ноликвид товарларни сотиш жараёнини тезлаштиришга кўмаклашиш;

– мавсумий товарларни мавсум якунланишига қадар сотилиш чораларини амалга ошириш ва ҳ.к.

Сотишни рағбатлантириш тизимида харидорларни баҳовий рағбатлантириш кенг қўлланилади ва доимий харидорлар гуруҳини шакллантиришнинг муҳим омили ҳисобланади. Мазкур ҳолатда баҳоларни тўғридан-тўғри пасайтириш, чегирма карталари тарқатиш ҳамда мавсумий ёки оралиқ чегирмалар эълон қилиш каби усуллардан фойдаланилади.

Товарларни баҳосини тўғридан-тўғри пасайтириш усулини бозор конъюнктурасидан келиб чиққан ҳолда қўллаш мақсадга мувофиқдир. Бу усул бозорга янги товарлар гуруҳи киритилганида ёки рақобат муҳити кучайганда товарлар ҳаракатини қисқа муддатларда тезлаштириш имкониятини яратади.

Чегирма карталар тарқатиш усули эса, харидорларнинг товарларни сотиб олиш миқдорига қараб муайян товар турларига маълум фоизда чегирма ўрнатиш орқали амалга оширилади.

Харидорларни товарлар нархини пасайтириш (чегирмалар бериш) орқали рағбатлантиришда товарларнинг чакана нархларини қисқа муддатларда пасайтириш (чегирмалар акцияси эълон қилиш, чегирмалар бўйича рекламаларни кенгайтириш) стратегияси жорий қилинади.

Таҳлил натижаларининг кўрсатишича, маркетинг жараёнида сотишни рағбатлантириш усуллари қўлланилиши бири қатор хусусиятларга эга. Шу сабабли, мазкур тизимни жорий этишда танланган сотиш сегментидаги вазият, харидорлар гуруҳининг хусусиятлари, товарлар ҳаракатини чуқур маркетинг таҳлилидан ўтказиш мақсадга мувофиқдир.

Сотишни рағбатлантириш тизими жорий этилишини назорат қилиш ва самарадорлигини баҳолашда тестлаш, сўровномалар ўтказиш каби усуллардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Тизим самарадорлигини баҳолаш натижалари сотувдаги товар турларини кўпайтириш, реклама дастурини ишлаб чиқиш, хизмат кўрсатиш услубини ўзгартириш бўйича маркетинг қарорлари қабул қилишга асос бўлади.

Тўқимачилик маҳсулотлари савдосида сотишни рағбатлантириш тизимини қўллаш сотиш ҳажмини ошириш, корхонанинг бозор сегментидаги ўрнини мустаҳкамлаш имконини беради.

3.3 Уйчи-Чортоқ туманларида тўқимачилик корхоналарининг ташкил этиш истиқболлари

Мамлакатимизнинг кўп асрлик тарихи ва мустақиллик давридаги тараққиётида Наманган вилояти ўзининг енгил саноат ва тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш учун муҳим стратегик жой бўлиб келган. Вилоятимиз хунармандлари қадим-қадимдан пахтага, ипакга қайта ишлов бериб ундан тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқарганлар.

Вилоят таркибига унинг маркази Наманган шаҳри, ҳамда 11 та туман, 7 та туманга бўйсунувчи шаҳар, 120 та шаҳар типидagi посёлкалар, 99 та қишлоқ фуқаролар йиғини, 403 та қишлоқ аҳоли пунктлари ва 773 та маҳаллалар киради. Вилоятда Чортоқ ва Уйчи туманларининг географик жойлашув енгил саноат тармоқлари учун қулай ҳудуд ҳисобланади.

Уйчи тумани. Умумий майдони 309,8 кв км. 2014 йилда аҳолиси 211 минг 946 нафарни ташкил қилди. Туман маркази Уйчи шаҳарчаси бўлиб, у Наманган-Учқўрғон автомагистрал йўлида жойлашган. Туман географик жойлашиши бўйича шарқдан Учқўрғон тумани билан, жанубдан Норин ва Наманган туманлари билан, ғарбдан Наманган шаҳри билан, шимолдан Чортоқ тумани билан ҳамда шимолий-шарқ томондан 14,2 км масофада Қирғизистон Республикаси билан чегараланади.

Туман ҳудудида 7 та қишлоқ 3 та шаҳарча бўлиб, қишлоқларда 130,6 минг, шаҳарчаларда эса 53,4 минг киши яшаб келмоқда. Аҳолининг асосий қисмини ўзбеклар ташкил этади. 1 кв. кмга 570 киши тўғри келмоқда.

Туманнинг асосий тармоғи қишлоқ хўжалигидир. Пахтачилик, ғаллачилик етакчи ўринда. Саноат корхоналаридан "Ипакчи", "Йигирувтўкув", "Нотўқима мато" корхоналари, "Пахта тозалаш" АОЖ, "АлЖаҳон" Ўзбекистон—Хитой чой қадоклаш кўшма корхонаси мавжуд. 900 дан зиёд кичик корхона бор. Туманда ирригатсия ўрмон хўжалиги, давлат ўрмон хўжалиги, Боғдорчилик, тоқчилик ва виночилик . институца филиали, кўчат етиштириш хўжалиги мавжуд. Туман ҳудудидаги 256 км йўлдан 78 км вилоят ва республика аҳамиятига эга бўлган

транспорт йўллариدير. Тошкент—Андижон темир йўли. ҳам туман ҳудудидан ўтган.

Чортоқ тумани. Туманнинг умумий майдони 377,8 кв.км, доимий аҳолиси 2014 йилда 182,4 мингтани, шундан шаҳарда 130,1 минг киши, қишлоқда 52,3 минг киши истиқомат қилмоқда.Туман маркази Чортоқ шаҳри бўлиб, унда аҳоли сони 59,1 минг кишини ташкил этади. Туманда 14 миллат вакилларидан иборат, шулардан 98 фоизини ўзбеклар, колганини эса бошқа миллат вакиллари ташкил этади.

Чортоқ тумани асосан суғориладиган деҳқончилик ва боғдорчилик регионидир. Унинг ҳудудидан катта Наманган ва Шимолий Фарғона каналлари ўтади. Қулай иқлим иктисодиётнинг аграр тармоғини ҳамда соғломлаштириш муассасаларининг ҳамда саёҳатчиликни ривожлантиришга кенг имкониятларни яратади. Экологик жиҳатдан сифатли қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш ва қайта ишлаш саноатини ривожлантириш имкони мавжуд.

Туман ҳудудидан катта Андижон-Наманган темир йўли шу ҳудуддан ўтади. Бу еса туман саноатининг ривожланишида катта аҳамият касб этади. Асосий ишлаб чиқариш тармоклари пахтачилик, ғаллачилик, чорвачилик, сабзавотчилик, узумчилик, боғдорчилик ва пиллачиликдан иборат. Бугунги кунда енгил саноат тармоқларидан тўқимачилик ва тикувчилик йўналишларининг ривожланишида тумун ҳокимлиги томонидан тадбиркорлар учун кенг имкониятлар ва шарт-шароитлар яратилиб берилмоқда.

Уйчи-Чортоқ туманлари 2014 йилда вилоят саноат маҳсулотларининг 7,3 фоизи, ялпи қишлоқ маҳсулотларини 15,9 фоизи, халқ истеъмоли молларининг ишлаб чиқариш 9,3 фоизи, капитал қўйилмаларнинг 0,9 фоизи,чакана савдо айланмасининг 7,2 фоизи, пуллик хизматларнинг 12,7 фоизи, қурилиш ишларининг 18,3 фоизи, экспортнинг 7 фоизи ва импортнинг 9,6 фоизи тўғри келади (3.3.1-жадвал).

3.3.1-жадвал

Уйчи-Чортоқ тумунларининг 2010-2014 йиллардаги асосий иқтисодий кўрсаткичлари таҳлили

№	Кўрсатгичлар	Ўлчов бирлиги	2010-йил				Чорток
			Чорток	Уйчи	Вилоятдаги улуши %		
					Чорток	Уйчи	
1	Ялпи қишлоқ хўжалик маҳсулотлари	Млрд.сўм	91,1	85,2	7,8	7,3	254,0
2	Саноат маҳсулотлари и/ч	Млрд.сўм	11,3	45,2	1,5	6,0	29,9
3	Халқ истемол моллари и/ч	Млрд.сўм	15,1	15,9	3,4	3,6	29,9
4	Чакана савдо айланмаси	Млрд.сўм	51,7	78,2	3,9	5,9	129,6
5	Жами хизматлар	Млрд.сўм	59,1	68,1	4,9	5,7	206,8
	Пуллик хизматлар	Млрд.Сўм	16,8	12,9	3,8	2,9	83,3
	Маиший хизматлар	Млрд.Сўм	2,3	2,5	2,6	2,8	12,7
8	Қурилиш ишлари	Млрд.сўм	25,9	30,5	7,4	8,7	86,7
9	Экспорт	минг АҚШ долл	1048,4	6620,6	0,9	5,5	2269,5
10	Импорт	минг АҚШ долл	1267,6	1634,7	1,2	1,6	2310,7
11	Аҳоли сони	минг киши	163,4	192,6	7,1	8,4	182,4
12	Капитал қўйилмалар	Млрд.сўм	20,3	25,7	4,3	5,6	67,3

Манба: Вилоят статистика бошқармаси маълумотлари асосида талаба томонидан ишлаб чиқилган.

Уйчи-Чортоқ туманларида асосан қишлоқ хўжалик маҳсулотларини аҳоли жон бошига ишлаб чиқариш вилоятизга нисбатан эканлиги аниқланди. 2010 йилда ялпи қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш аҳоли жон бошига Уйчи туманида 442,3 минг сўмни, Чортоқ туманида 557,5 минг сумни, Вилоятда эса 505,8 минг сўмни ташкилган бўлса 2014-йилга келиб бу кўрсаткичлар Уйчида 967,9 минг сўмни, Чортоқда 1392,5 минг сўмни Вилоятда 1126,5 минг сўмни ташкил қилди. Чортоқ туманида вилоятимизга нисбатан 2014 йилда қишлоқ хўжалик маҳсулотларини аҳоли жон бошига ишлаб чиқариш 276,0 минг сўмга кўплигини аниқлашимиз мумкин.

Иқтисодиётини ҳаракатга келтириб турувчи куч бу саноат ишлаб чиқариш бўлиб 2010-йилда аҳоли жон бошига Уйчи туманида 234,6 минг сўмни, Чортоқ туманида 69,1 минг сумни, Вилоятда эса 325,7 минг сўмни ташкилган бўлса 2014-йилда 2010-йилга нисбатан кўрсаткичлар Уйчида 306,2 минг сўмга, Чортоқда 94,8 минг сўмга, Вилоятимизда эса 443,7 минг сўмга ошганини кўришимиз мумкин. Таҳлиллар шуни кўрсатадики Чортоқ туманида саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш Вилоятимизга ва бошқа туманларга нисбатан 3-5 маротабалаб оз ишлаб чиқарилаётгани ва аҳоли жон бошига хиоблаганимизда ҳам жуда оз суммани ташкил қилаётгани бундан далолат бермоқда. Лекин шундоқ бўлса ҳам туман иқтисодиётининг бошқа тармоқларида ўсиш кўрсаткичларини кўришимиз мумкин Уйчи-Чортоқ туманларида 2014-йил 2010-йилга нисбатан аҳоли жон бошига Халқ истеъмол моллари ишлаб чиқариш 1,5 маротага, Чакана савдо айланмаси 2 мартага, Жами хизматлар 2,5 маротага, Экспорт эса 1,2 маротабага ошганини кўришимиз мумкин.

Вилоятда 2014 йилда рўйхатдан ўтган саноат корхоналари сони 3127 та, Уйчида 173 та (йирик корхоналар 2 та, кичик корхоналар 15, микро фирмалар 156 та), Чортоқда 123 та (кичик корхоналар 7, микро фирмалар 116 та)ни ташкил қилиди (3.3.2-жадвал).

**Уйчи-Чортоқ туманларининг мавжуд корхона ва ташкилотларни
умумий таснифи**

0.1,0.1,2015 ҳолатига

	Жами		шундан					
	Уйчи	Чортоқ	Йирик		Уйчи		Чортоқ	
			Уйчи	Чортоқ	кичик	микро-фирма	кичик	микро-фирма
Жами	978	895	266	238	68	634	89	558
Тармоқлар								
Саноат	173	123	2		15	156	7	116
Қишлоқ ва ўрмон хўжалиги	107	80	17	12	5	85	5	62
Транспорт ва алоқа	45	21		1	10	32	4	16
Қурилиш	124	94	3	1	8	112	13	79
Савдо ва умумий овқатланиш	200	242	3	7	20	177	34	200
Бошқа соҳаларда	329	335	241	217	10	72	26	85

Манба: Уйчи-Чортоқ туманларининг статистика маълумотлари асосида талаба томонидан ишлаб чиқилган.

Саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмининг кейинги йилларда сезиларли ортганлигига енгил ва озиқ-овқат саноатидаги эришилган ижобий ўзгаришлар сабаб бўлмоқда.

Туманларида саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш 2014 йилда Уйчи туманининг Вилоятдаги улуши 7,4 фоизни ташкил етди бу 2013 йилга нисбатан 0,4 фоизга камайган, Чортоқ туманининг Вилоятдаги улуши 1,5 фоизни ташкил етди бу 2013 йилга нисбатан 0,1 фоизга кўпайди. Халқ истеъмол моллари ишлаб чиқариш 2014 йилда Уйчи туманининг Вилоятдаги улуши 6,9 ни ташкил етди бу 2013 йилга нисбатан 3,8 фоизга кўпайди, Чортоқ туманининг Вилоятдаги улуши эса 2,4 фоизни ташкил етди бу 2013 йилга нисбатан 0,7 фоизга камайди. 2014-йилда ноозиқ-овқат товарлари ишлаб чиқариш Уйчида 40 млрд. сўмни тайкил қилган бўлса 2013-йилга нисбатан 26,3 млрд.сўм кўп, шундан енгил саноат товарлари ишлаб чиқариш 19 млрд. сўмни 2013 йилга нисбатан 3 марта кўп, озиқ овқат товарларини ишлаб чиқариш 39,8 млрд.сўмни 2013-йилда бу кўрсаткич 16,2 млрд сўмни ташкил қилган еди. Таҳлиллар шуни кўрсатадики Уйчи туманида 2013 йилда

Озиқ овқат товарлари ноозиқ-овқат товарларини ишлаб чиқариш 21,8 фоизга кўп бўлган бўлса 2014 йилда еса ноозиқ-овқат товарларини ишлаб чиқаришга нисбатан 0,2 фоизга камлигини кўришимиз мумкин. Буни албатта ижобий натижа деб биламиз.

3.3.3-жадвал

Уйчи-Чортоқ туманларининг 2012-2014 йиллардаги саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўрсаткичлари таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2012 йил		2013 йил		2014 йил	
		Уйчи	Чортоқ	Уйчи	Чортоқ	Уйчи	Чортоқ
Саноат маҳсулоти	млрд. сўм	86,1	22,5	121,8	22,2	144,6	29,9
Ўтган йилга нисбатан ўсиш суръати	%	117,9	155,7	133,4	95,7	123,4	126,1
Вилоятдаги улуши	%	6,7	1,6	7,8	1,4	7,4	1,5
Аҳоли жон бошига	минг сўм	424,0	120,9	588,2	128,1	690,1	165,4
Худудий саноат корхоналари ҳажми	млрд. сўм	29,2	13,7	33,3	16,6	41,9	21,1
Жами саноат ҳажмидаги улуши	%	2,3	1,1	2,1	1,1	2,1	1,1
Фаолият кўрсатаётган саноат корхоналари	бирлик	156	110	158	112	173	123
Кичик бизнеснинг саноатдаги улуши	%	48,9	63,0	62,2	91,6	71,4	92,9
Корхоналар сони	бирлик	180	116	183	118	190	128
шундан: йирик корхоналар	бирлик	3	-	3	-	2	-
Халқ истеъмол моллари ишлаб чиқариш кўрсаткичлари	млрд. сўм	31,6	15,8	31,0	20,7	83,5	29,1
Ўтган йилга нисбатан ўсиш суръати	%	104,9	126,2	111,7	130,7	157,1	140,8
Вилоятдаги улуши	%	3,9	1,9	3,1	2,0	6,9	2,4
Аҳоли жон бошига	минг сўм	155,5	87,4	149,9	116,6	398,6	161,2
Озиқ-овқат маҳсулоти	млрд. сўм	19,2	9,3	16,2	10,8	39,8	13,9
Ноозиқ-овқат моллари	млрд. сўм	10,8	5,2	13,3	8,9	40,0	14,0
шу жумладан енгил саноат моллари	млрд. сўм	4,8	2,3	5,9	3,9	19,0	6,6

Манба: Уйчи-Чортоқ туманларининг статистика маълумотлари асосида талаба томонидан ишлаб чиқилган.

2014-йилда ноозиқ-овқат товарлари ишлаб чиқариш Чортоқ туманида 14,0 млрд.сўмни ташкил қилган бўлса 2013-йилда 13,3 млрд.сўм (5 фоизга кўр), шундан енгил саноат товарлари ишлаб чиқариш 6,6 млрд. сўмни 2013 йилга нисбатан 11,8 фоизга кўпайди.Озиқ овқат товарларини ишлаб чиқариш 2014-йилда 13,9 млрд.сўмни 2013- йилда 16,2 млрд сўмни ташкил қилган эди. Таҳлиллар шуни кўрсатадики Чортоқ туманида 2013 йилда Озиқ овқат товарлари ноозиқ-овқат товарларидан 1,8 млрд.сўмлик кўп махсулот ишлаб чиқарилган бўлса 2014 йилга келиб ноозиқ-овқат товарлар озиқ-овқат товарларга нисбатан 0,1 млрд.сўмлик кўпайганини аниқлашимиз мумкин (3.3.3-жадвал).

2014 йилда Уйчи туманида 211,9 минг киши (вилоят аҳолисининг 8,4 фоизи), Чортоқ туманида 182,4 минг киши (вилоят аҳолисининг 7,1 фоизи) истиқомат қилмоқда. (3.3.4 -жадвал)

3.3.4-жадвал

Уйчи-Чортоқ туманларидаги шаҳар ва ҚФЙлар бўйича доимий аҳоли сони

2015 йил 1 январ ҳолатига

Уйчи туманнинг аҳар ва қишлоқлар номи	Аҳоли сони	Чортоқ туманнинг аҳар ва қишлоқлар номи	Аҳоли сони
Уйчи. ШФЙ	40576	Чортоқ шаҳри	55028
Ёрқўрғон ҚФЙ	18444	МУЧУМ Қ.Ф.Й.	5630
Ёркатай ҚФЙ	19668	КОРОСКОН Қ.Ф.Й.	19668
Жийда қапа	21045	Айқирон Қ.Ф.Й.	7541
Ўнхаёт. ШФЙ	19453	АЛИХОН Қ.Ф.Й.	8895
Ғайрат ҚФЙ	19465	БОҒИСТОН Қ.Ф.Й.	11005
Машад ҚФЙ	22451	ГУЛШАН Қ.Ф.Й.	11922
Бирлашган ҚФЙ	16475	ПЕШҚЎРҒОН Қ.Ф.Й.	11661
Ровот ҚФЙ	9134	ХАЗРАТИШОХ Қ.Ф.Й.	6949
		САРОЙ Қ.Ф.Й.	7756

Манба: Уйчи-Чортоқ туманларининг статистика маълумотлари асосида талаба томонидан ишлаб чиқилган

Минтақа иқтисодиётига жалб этилган асосий капиталга инвестицияларнинг 9,1 фоизи, чет эл инвестицияларининг 5,2 фоизи Уйчи-Чортоқ туманларига тўғри келади ва инвестицион фаоллик даражасига кўра вилоят туманлари ичида енг қуйи ўринларда туради. Бу эса икки туманнинг иқтисодиётига ўз таъсирини кўрсатмоқда инвестициянинг катта қисми Наманган шаҳрига тўғри келади. Шу ўринда Уйчи-

Чортоқ туманларида инвестицион фаоллик даражасини ошириш учун кенг имкониятлар мавжуд.

3.3.5-жадвал

Уйчи-Чортоқ туманларининг меҳнат ресурслари, меҳнат бозори ва иш билан бандлик маълумоти

2014 йил

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	Уйчи	Чортоқ	Вилоятдаги улуши %	
				Уйчи	Чортоқ
Меҳнатга лаёқатли ёшдаги меҳнатга лаёқатли аҳоли сони	минг киши	117,6	104,5	7,8	7,0
Иқтисодий фаол аҳоли сони	минг киши	75,5	61,4	7,6	6,2
Иш билан банд аҳоли ўртача сони	минг киши	71,3	57,4	7,6	6,1
<i>шу жумладан:</i>					
кишлоқ хўжалигида	минг киши	17,8	14,3	7,6	6,1
саноатда	минг киши	8,7	7,0	7,6	6,1
қурилишда	минг киши	5,9	4,8	7,6	6,2
транспортда	минг киши	1,9	1,5	7,8	6,1
алоқада	минг киши	0,8	0,6	8,0	6,0
савдо, умумий овқатланиш моддий таъминот, тайёрлов корхоналарида	минг киши	8,3	6,7	7,6	6,1
уй-жой коммунал хўжалиги, маиший хизмат	минг киши	2,2	1,8	7,6	6,2
соғлиқни сақлаш, жисмоний тарбия ва ижтимоий таъминот	минг киши	5,2	4,2	7,5	6,1
халқ таълимида	минг киши	6,9	5,6	7,6	6,2
маданият ва саънат	минг киши	1,2	0,9	7,7	5,8
суғурта, молия, ва нафақа жами	минг киши	0,8	0,6	7,7	5,8
бошқарув органларида	минг киши	1,2	1,0	7,4	6,2
бошқа соҳа ва тармоқларда	минг киши	10,4	8,4	7,6	6,1
Расмий секторларда бандлар сони	минг киши	41,5	37,1	8,2	7,3
Норасмий секторларда бандлар сони	минг киши	24,6	26,0	7,0	7,4
Кичик тадбиркорлик субъектларида банд аҳоли сони	минг киши	17,1	14,3	2,3	2,0
Жами ишсизлар сони	киши	4204	3669	8,0	7,0
Ишсизлик даражаси	%	5,5	5,1	103,7	96,2
Ўртача ойлик иш ҳақи*	Минг сўм	103,8	103,8	100	100

Манба: Уйчи-Чортоқ туманларининг статистика маълумотлари асосида талаба
томонидан ишлаб чиқилган

Уйчи ва Чортоқ туманларининг ёшларни иш билан таъминлаш масаласи борган сари энг долзарб муаммолардан бирига айланмоқда. Ёшлар меҳнат бозорида иш изловчилар сони асосан олий, ўрта-махсус касб-хунар билим юртлари битирувчилари (шунингдек, аввал битирганлар) ҳисобига ортиб бормоқда.

Меҳнатга лаёқатли аҳоли таркибида 16-30 ёшдаги йигит-қизлар улушининг ортиб бораётганлиги, бундан ташқари, ўрта-махсус касб-хунар коллежлари

битирувчилари оммавий тарзда меҳнат бозорига кириб келаётганлиги туфайли иш билан таъминлашда бир катор муаммолар келиб чиқмоқда. Уларнинг бири бўлган ёшлар меҳнат бозорида ишчи кучи таклифи ва унга бўлган талабнинг номуносиблигини қарайдиган бўлсак, бу ҳолат касб-хунар коллежларида тайёрланаётган мутахассисликларга талабни олдиндан тўғри баҳоламаслик туфайли юз бераётганлигини кўришимиз мумкин. Жумладан, Уйчи ва Чортоқ туманларида тегишли мутахассислар билан ўтказилган сўровномалар натижаларига кўра, ҳудудларда тайёрланган иқтисодчилар, кичик тиббиёт ва муханджис-технолог ходимлар уларга бўлган таклифдан бир неча марта ортиқчалиги аниқланган. Натижада ушбу йўналишдаги касб-хунар коллежлари битирувчиларининг аксарияти ўз мутахассисликларидан бошқа соҳаларда иш қидиришга мажбур бўлмоқда. Ушбу ҳолатнинг тасдиғини бандликка кўмаклашиш ва аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш марказларида расман ишсиз сифатида рўйхатдан ўтганлар орасида ишламаётган ва ўқимаётган ёшлар улуши ортиб бораётганлигида ҳам кўришимиз мумкин.

Юқоридаги таҳлиллардан қуйидаги хулосаларни чиқариш мумкин:

1. Вилоятимизнинг бошқа туманларига нисбатан Уйчи ва Чортоқ туманларининг аҳолиси тез суръатларда ўсиб борапти ва бундай демографик жараённинг давом этиши кўпгина ижтимоий жиҳатдан долзарб вазифаларни келтириб чиқармоқда;

2. Минтақа меҳнат бозоридаги энг долзарб муаммо – бу, аҳолини, айниқса, ёшларни иш билан таъминлаш масаласидир. Шу жиҳатдан меҳнат бозорида талаб билан таклиф ўртасидаги мувозанатни ўрнатишда бу масалага кенг қамровли ёндашиш талаб этилади;

3. Бу икки туманнинг банд аҳолиси таркибида моддий ишлаб чиқариш соҳаларида ишловчиларнинг улушига нисбатан ноишлаб чиқариш соҳаларидаги бандлар улуши тез суръатларда ортиб бораётганлигини

-саноатда ривожланиш кўпроқ арзон ишчи кучига таяниб қолаётганлиги туфайли меҳнат унумдорлигининг пастлиги, экзоген омиллар самараси яқинроқ бўлгани ҳолда модернизация ва диверсификация масалалари иккинчи даражали бўлиб қолиши ва ҳақозо.

Уйчи ва Чортоқ туманларида саноатни ривожлантириш истиқболлари

Уйчи ва Чортоқ туманларнинг салоҳияти	Саноатни ривожлантириш истиқболлари
Ихтисослашув: озиқ-овқат, енгил саноат, Ишлаб чиқариш базаси ва ресурслар: - енгил саноат (тайёр кийим-бошлари, пойабзаллар, сочиқ ва бошқалар) йўналиши бўйича тадбиркорлик фаолиятининг салоҳияти қониқарли эканлиги; - маҳаллий озиқ-овқат маҳсулотларни Россия ва Қозоғистон каби мамлакатларга экспорт қилишга йўналтирилганлиги; - фаолият кўрсатмаётган ва шаклланган инфратузилмага эга бўлган корхоналар ўрнида технопарк ташкил этиш бўйича дастлаб ишларнинг амалга оширилгани; - қулай географик жойлашувга эга эканлиги, транспорт логистикаси учун қулайлиги —қишлоқ хўжалик хом ашёларига бойлиги, шунингдек темир йўл тизимининг мавжудлиги.	1. Модернизация жараёнларини кучайтириш орқали мавжуд ишлаб чиқариш салоҳиятидан фойдаланиш даражасини ошириш. 2. Енгил ва озиқ-овқат соҳалари мавжуд ишлаб чиқариш базасидан қўшимча соҳаларни ривожлантиришда ўсиш нуқтаси сифатида фойдаланиш. 3. Қишлоқ хўжалик хом ашёларини чуқур қайта ишлаш ҳисобига маҳаллий озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни кўпайтириш. 4. Ҳунармандчилик (ипак маҳсулотлари, гилам, сўзана, ёғочга ишлов бериш ва бошқалар) асосида маҳаллий тадбиркорликни кенг ривожлантириш.

Манба: Талаба томонидан тайёрланди

Мавжуд ишлаб чиқариш салоҳиятидан тўлиқ фойдаланиш, шунингдек, импорт ўрнини босувчи ва экспортга йўналтирилган маҳсулотлар ишлаб чиқаришни ташкил этиш ҳисобига енгил саноат соҳасини ривожлантириш кўзда тутилади. Бу ишчи кучини кўп талаб қиладиган соҳада қўшилган қиймат яратишнинг хом ашёни қабул қилишдан бошлаб тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш ва уни истеъмолчиларга етказиб беришгача бўлган ягона ишлаб чиқариш технологик занжирини яратиш муҳим аҳамиятга эга бўлади. Текстил маҳсулотларининг тўқимачилик, газлама, пайпок, болалар ва катта уст кийимлари, спорт кийимлари, сочиқ маҳсулотлари, шунингдек автомобиллар учун ғилофлар каби турларини ишлаб чиқариш устувор аҳамиятга эга бўлади

Бозорга янги киритилаётган ёки янги ишлаб чиқарилаётган товарларнинг зарарсизлик нуқтаси яъни бозорда фойдага эришиш, имконияти ўз харажатлари ва даромадлари бўладиган нуқта. Бунда ишлаб чиқариш, бозорга киритиш ва сотиш билан боғлиқ харажатлар, бозордаги таваккалчилик ва фойдани баҳолаш билан боғлиқ. Шунинг учун зарарсизлик тахлили услуби қўлланиб, таварни сотишдан

олинган даромад унга килинган харажатларига тенг бўлувчи ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар минимал хажмини тавсифловчи зарарсизлик нуқтасини белгилашга имкон яратади. (3.3.1-расм)

Зарарсизлик нуқтаси қуйдаги формула ёрдамида аниқланади.

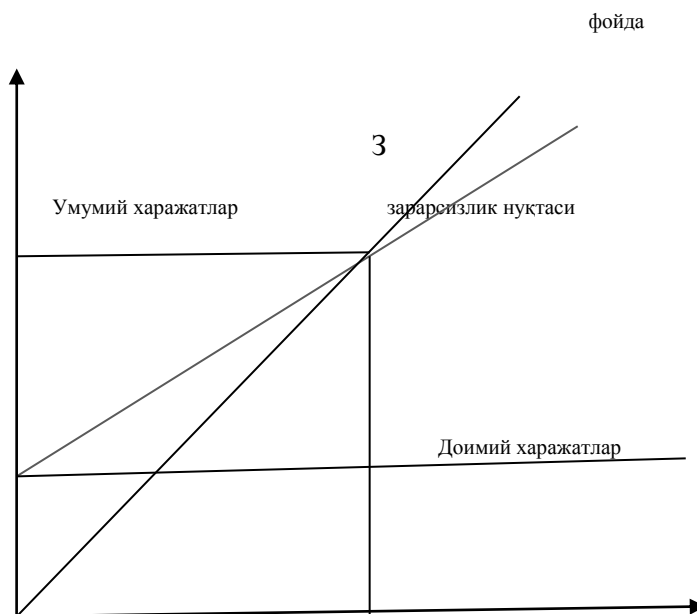
$$z = \frac{X_{доим}}{n - X_{ўзг}}$$

бу ерда:

$X_{доим}$ - жами ишлаб чиқариш хажмига сарфланувчи доимий харажатлар;

$X_{ўзг}$ - жами ўзгарувчан харажатлар;

n - янги товар бирлиги нархи;



3.3.1- расм Зарарсизлик таҳлил қилиш услубининг график ёрдамида акс эттирилиши

Бу муносабатлар шунингдек, белгиланган зарарсизлик нуқтасига эга бўлган ҳолда товарни сотишнинг минимал нархи ва максимал нархи харажатлар суммасини аниқлашга имкон беради.

Юқоридагилардан хулоса қилган ҳолда, Уйчи ва Чортоқ туманларининг қуйидаги устунликларга эга эканини кўрамиз:

- енгил ва озиқ-овқат саноатини, айниқса, маҳаллий тадбиркорлар ва аҳоли ўртасида ривожлантириш салоҳиятининг юқорилиги;

- маҳаллийлаштирилган маҳсулотлар ишлаб чиқаришни юқори технология, шунингдек аҳолида билим ва янгиликларни ишлаб чиқаришга қисқа муддатларда жорий қилиш қобилятининг юқорилиги;
- бу икки туманда тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш учун хом-ашё ресурслари етарлилиги;
- маҳаллий маҳсулотларнинг Россия ва Қозоғистон каби МДХ мамлакатларига экспорт қилишга йўналтирилганлиги;
- фаолият кўрсатмаётган ва шаклланган инфратузилмага эга бўлган корхона ўрнида технопарк ташкил этиш ишлари амалга оширилаётганлиги;
- қулай географик жойлашувга эга эканлиги –қишлоқ хўжалик хом ашёларига бойлиги, автомобил транспорт тармоғининг шаклланганлиги, шунингдек темир йўл тизимининг мавжудлиги.

Шу билан биргаликда, Уйчи ва Чортоқ туманлари саноатининг ривожланишига тўсқинлик қилувчи омиллар ҳам мавжуд бўлиб, у қуйидагилардан иборат:

- эски асбоб-ускуналардан фойдаланиб келинаётганлиги ва уларнинг имкониятларидан тўлиқ фойдаланиш имкониятини бермаслиги, хом ашё ва асбоб-ускуналарга ўз вақтида эга бўлишда муаммоларнинг мавжудлиги;
- электр энергиясидаги узилишларнинг кўплиги, етказиб берилаётган электр энергияси ва табиий газнинг ҳақиқий талабдан бир неча бор камлиги, трансформатор ва қувурларнинг эскирганлиги сабабли етказиб берилаётган кам миқдордаги ресурслардан ҳам самарали фойдаланиш имкониятининг йўқлиги ва бунинг натижасида бу икки туманга бўлган инвесторларни эътибори камайишига олиб келмоқда;
- ҳудудий ишлаб чиқаришнинг етарли даражада ривожланмаганлиги;
- ишлаб чиқариш салоҳиятининг етишмаслиги ҳамда мавжудларидан ҳам тўлиқ фойдаланиш имкониятининг йўқлиги, корхоналарда ISO халқаро сифат тизимини жорий қилмаганлиги экспорт фаолиятининг ривожланишига тўсқинлик қилаётганлиги;

- технолог, дизайнер, маркетинг, муҳандис-механик каби йўлишларда юқори салоҳиятли мутахассисларнинг етишмаслиги маҳсулотлар сифатига салбий таъсир кўрсатиб, қўшни ҳудудларга нисбатан рақобатбардошликнинг пасайишига олиб келаётганлиги;

Бу муаммоларни ҳал этиш келажакда саноат ишлаб чиқаришнинг ўсиш заҳира бўлиб, қуйидагилар муҳим аҳамият касб этади:

- аҳолининг тўқимачилик маҳсулотларига бўлган талаби ўсиб бораётганлигини эътиборга олган ҳолда мавжуд пахта хом-ашёсини чуқур қайта ишлаган ҳолда талабни тўлиқ қондиришга йўналтирилган ишлаб чиқариш салоҳиятини кенгайтириш;

- фаолият кўрсатмаётган корхоналар бино ва майдонларидан самарали фойдаланиш мақсадида улар ўрнида юқори технологияга асосланган ва экологик хавфсиз кичик саноат ҳудудларини ташкил этиш;

- маҳаллий ишлаб чиқаришни (имтиёзлар бериш, хом ашё, асбоб-ускуна ва валюта ресурслари билан боғлиқ муаммоларни ҳал этиш орқали) қўллаб-қувватлаш;

- ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар таннархининг пасайишини таъминлаш мақсадида электр энергиясини тежовчи ва сув ресурсларидан самарали фойдаланишга асосланган технологияни ишлаб чиқаришга жорий этиш орқали амалга ошириш мумкун.

Хулоса ва таклифлар

Наманган вилояти кейинги йилларда Президентимиз И.А.Каримовнинг фармонлари, Вазирлар маҳкамасининг қарорларида белгилаган йўналишлар асосида ривожланиб келмоқда. Бизнинг тадқиқотларимиз кўрсатишича Наманган вилоятида 2014 йилда 2010 йилга нисбатан ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажмининг ўсиш суръати 154,0 фоизга, саноат ишлаб чиқариш ҳажми 135,5 фоизга, қишлоқ хўжалиги 147,4 фоизга, Асосий капиталга киритилган инвестициялар 192,4 фоизга, қурилиш ишлари 172,3 фоизга, чакана савдо айланмаси 165,8 фоизга ва пуллик хизмат кўрсатиш ҳажми 219,4 фоизга ўсди.

Вилоятнинг Республика ЯИМдаги улуши 2010 йилда 3,8 фоизни, 2014 йилга келиб бу кўрсаткич 4,2 фоизга етиб 2010 йилга нисбатан 10,5 фоизга ўсди. Саноат маҳсулотларини ишлаб чиқаришда улуши 2014 йил 2010 йилга нисбатан 8,3 фоизга ўсди. Истеъмол товарлар ишлаб чиқариш Республикадаги улуши 2010 йилга келиб 3,7 фоизни, 2014 йилда эса 4,0 фоизни ташкил қилди.

Вилоятимизнинг иқтисодий ривожланишдаги энг катта камчилиги ялпи ҳудудий маҳсулотдаги саноатнинг улуши ҳамон паст яни 11 фоизни ташкил қилмоқда. Бунинг асосий сабабларидан бири йирик корхоналарнинг бозор муносабатларига мослаша олмаганлиги ва мутахассислар малакасини етишмаслиги, уларни модернизация ва диверсификация қилиш даражаси қониқарсиз олиб борилаётгани, айниқса бозор муносабатларига асосланган маҳсулотларни сотиш усулларида фойдаланишга аҳамият берилмаётганидир.

Вилоятимиз газламалар бозорида олиб борган маркетинг тадқиқотларимиз кўрсатишича, ҳозир бизнинг корхоналаримиз асосан пахта ипидан энг оддий ассортиментдаги читлар, сатинлар, суруп, марли, медеполам, бязлар ва бошқа ўта тор оммавий ассортиментли газламалар ишлаб чиқараётганлари аниқланди. Нима учун Наманганда ипакдан атласнинг машҳур ассортиментлари “Хон атлас”, “Яхудий”, “Тукқиз тепки”, “Вилка”, “Баҳри”, “Сариғ атлас” ва “Карам” адрасларнинг юзлаб хилма-хил дизайндаларни бир неча йиллардан бери ишлаб

чиқарилаётган уста-устазодалар авлодлари пахта ипидан Хитой, Россия, Туркия ва бошқа давлатлар даражасида газлама ишлаб чиқаришга ожиз бўлиб қолдилар.

Шунинг учун Вилоятимиз тўқимачилик саноатини ривожлантиришнинг бош муаммоси-уларнинг бозор фаолиятини ривожлантириш ва уларнинг замонавий маркетинг тамойилларидан фойдаланишга йўналтириш мақсадида тавсиялар ишлаб чиқдик

Газлама барча тикув махсулотлар учун асосий хом ашё ҳисобланади. Тадқиқотларимиз кўрсатишича кийимбоп газламани ўзимизда ишлаб чиқаришни ташкил этиш орқали 25 % гача тайёр кийимларни таннархини пасайтириш мумкинлигини этиборга олиб қуйдаги муҳим масала ечимини топиш керак деб ҳисоблаймиз:

1. Газлама ишлаб чиқаришни кўпайтириш учун малакавий дизайнер, ўта мураккаб компютерлашган технологияларни бошқара оладиган инженер техник ходимлар етишмаётганини ҳисобга олиб институт кафедра қошида махсус малака ошириш курсларини ташкил этишдир. Бунинг учун корхоналар талаби ўрганилди ва йил давомида бештадан икки хил мутахассислик бўйича академик гуруҳ (25 тадан)ни малакасини оширишга талаб мавжудлиги ва мазкур масалада ўзимизни рпофессор ўқитувчилврни ҳам малакасини ошириш ҳам талаб этилади.
2. Газламалар ишлаб чиқариш бўйича шаҳар ва вилоятдаги хусусий корхоналар, оилавий ишлаб чиқариш бўйича шуғилланаётган уста-устазода тадбиркорларни енгил саноат корхоналар учун касб-хунар коллежларида тайёрланаётган мутахассисларни “уста-шоғирд” анъанаси шаклида ишга жалб қилиш ва уларни қимматли тажрибасидан фойдаланиш.
3. Вилоят ҳокимининг 2015 йил 13 февралдаги “Кластер” тўғрисидаги қарорида белгиланган дизайн марказини институт олтинчи биносида шакиллантириш ва унга чет эл мамлакатлар дизайн марказлари мутахассисларини жалб қилиш масалаларига ечимини ўз вақтида хал қилиш.
4. Газламалар ишлаб чиқаришда энг қийин масала-матоларни бўйаш учун бўёқлар ўзимизда ишлаб чиқарилаётганлар сифати пастлиги, чет элдан олиб келиш жуда қимматлигини этиборга олиб “Савдо саноат” палатаси раҳбарлигида газламалар

бўёғини ишлаб чиқариш ва бўяшни ривожлантириш ва чет эл мамлакатларига корхоналар мутахасисларини малака оширишга юбориш масаласини хал қилиш.

5. Бизни тадқиқотларимиз натижасида газламалар бўёғини ишлаб чиқаришга асосий компонент бўлган “Биндер” ва махсус пигмент моддаларни Туркия давлати ва эвропа давлатларида ишлаб чиқараётганлигини ва уларни олиш қиммат ва қийин эканлиги сабабли ўзимизда “Навоийазот” хиссдорлик жамиятида ишлаб чиқаришни таклиф этилганлиги сабабли Вилоят ҳокимияти, ҳудудий “Савдо саноат” палатаси томонидан Намангандаги кимё воситалари ишлаб чиқарувчи корхоналарда ҳам ишлаб чиқариш имкониятини кўриб чиқишни таклиф этамиз.
6. Пахта ипидан тўқиладиган газламалар пишиқлигини ва истеъмол қийматини яхшилаш учун сунний толалар кўшилиши шартлигини ва уларни асосан импорт қилинаётганлиги сабабли Навоий ва Тошкентда ишлаб чиқарилайтган сунний толалардан фойдаланиш бўйича корхоналарга услубий ёрдам етишмаётган услубий тавсияларни “Савдо саноат ” палатасига таклиф этамиз.
7. Наманганнинг тарихий брендлари дегенда Ахсикент ёдгорлиглари, Бобораҳим Машраб юрти эканлиги, Чуст дўпписи ва пичоғи, Наманган олмаси, Наманган гуллар шаҳри тушунча ва иборалардан ташқари Наманган атласи деган бренди бор эди. Наманганда ишлаб чиқарилаётган газлама тикув тайёр кийимлар брендини яратиш масаласи ўта муҳим деб ҳиссобилаймиз.

Шунинг учун Наманганда ишлаб чиқарилаётган газламалар брендини шакилланишини илмий услубий асослари ва амалий жараён бўлиб “Сав саноат” палатаси мутахасисларини ҳудудий бошқармаси институт ҳудудий кафедралари ҳамда корхоналарни тажрибали маркетелоглар ўзаро ҳамкорлигини кучайтиришни талаб этади.

Ўтказилган тадқиқотлар шуни кўрсатадики, маҳаллий иқтисодчи олимлар аксарият асарларида бренд яратиш механизмини этарли даражада тўлиқ кўриб чиқилмаган, хорижий тадқиқотчиларнинг бренд шакиллантириш технологиялари эса кўпинча маҳаллий бозор хусусиятларини ҳисобга олмайди. Бироқ айнан бренд

яратиш услубияти масалари бугунги кунда саноат товарлари бозорида фаолият кўрсатаётган ва ҳали ўз брендига эга бўлмаган кўпчилик маҳаллий корхоналар учун долзарб масала бўлиб қолмоқда. Бренд шакиллантириш механизмининг асосини истемолчи учун сотувга таклиф этиладиган ва инновацияга билдирилган функционал эҳтиёжларга жавоб берадиган бренднинг моддий таркибий қисмини ташкил қилади. Бўлажак бренднинг истемолчилар онгида, келгусида узок муддатда сақланиб қолиши, товарни ишлаб чиқарилган корхона бренди ҳам шу асосида шаклланиши қонуний жараёндир.

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. Ўзбекистон республикасининг “Истеъмолчилар ҳуқуқларини химо қилиш тўғрисида”ги қонуни. 1996 йил.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш тўғрисидаги ” қонуни. 1991 йил
6. Ўзбекистон Республикасининг «Товар белгилари, хизмат белгилари ва товарни келиб чиқиш жойи номи тўғрисида”ги қонуни, 1996 йил
7. Ўзбекистон Республикасининг «Маҳсулотлар ва хизматлар сертификацияси тўғрисида”ги қонуни, 1998 йил
8. Ўзбекистон Республикасининг «Стандартлаштириш тўғрисида”ги қонуни 1994 йил

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

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Монополиядан чиқариш, рақобат ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил қилиш тўғрисида” фармони, 2005 йил 2 май, ПҚ-66-сон
10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони, 2008 йил 18 ноябрь, ПФ-4053-сон
11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Бозорларнинг фаолиятини ташкил этишни ва аҳолига хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” Фармони
12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида, 2008 йил 18 ноябрь, ПФ-4053-сон
13. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг 1994 йил 26 февральдаги “Савдони эркинлаштириш ва истеъмол бозорини товарлар билан тўлдиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори

III. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари

- 14.Каримов.И.А “Ўзбекистон: миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат, мафкура.” Том 1. Тошкент,”Ўзбекистон “,1996 , 54,185,198
- 15.Каримов.И.А “Бунёдкорлик йўлидан” Том 4 Тошкент,”Ўзбекистон”. 1996 , 152
- 16.Каримов.И.А” Янгича фикрлаш ва ишлаш - давр талаби” Том 5. Тошкент,”Ўзбекистон”. 1997 ,8
- 17.И.А.Каримов. Ўзбекистоннинг ўз истиқлол ва тараққиёт йўли. “Ўзбекистон”,1992, 43-44-бетлар
- 18.И.А.Каримов “Ўзбекистон бозор муносабатларига ўтишнинг ўзига хос йўли”. Тошкент, «Ўзбекистон», 1993 йил
- 19.Каримов И.К. Келажакни жасоратли одамлар куради. Т.7.Т. «Ўзбекистон» 1999, 321.
- 20.Каримов И.К. Мамлакатимиз тараққиёти ва халқимизнинг ҳаёт даражасини юксалтириш-барча демократик янгиланиш ва иқтисодий ислохотларимизнинг пировард мақсадидир. Т.Ўзбекистон. 2007, 41
- 21.И.А.Каримов Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, мамлакатимизни модернизация ва ислох этишдир. Т.; Ўзбекистон, 2005,76 б.
- 22.Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. -Президентимиз Ислон Каримовнинг 2014 йилнинг асосий яқунлари ва 2015 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устивор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. “Халқ сўзи”, 2015 йил 20 январ.
- 23.Каримов И.А. Ўзбекистон ХХІ асрга интилоқда. Тошкент: “Ўзбекистон”, 1999й. 12-бет
- 24.И.А.Каримов Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, мамлакатимизни модернизация ва ислох этишдир. Т.; Ўзбекистон, 2005,76 б.
- 25.И.А.Каримов. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси. www.gov.uz
- 26.Каримов И. А. Мамлакатимиз тараққиёти ва халқимизнинг ҳаёт даражасини юксалтириш – барча демократик янгиланиш ва иқтисодий ислохотларимизнинг пировард мақсадидир. Тошкент, Ўзбекистон, 2007, 28-бет

IV. Дарслик ва ўқув қўлланмалар

- 27.А.Солиев. “Маркетинг”. Тошкент. “Иқтисод-молия” – 2010 йил 7 б

- 28.А.Раззақов, Ш.Тошматов. “Иқтисодий таълимотлар тарихи”. “Молия”, Т.: 42 б
- 29.Ўзбекистон миллий энциклопедияси. www.ziyouz.com кутубхонаси. Б-ҳарфи. 457 б.т
- 30.М.Расулов. Бозор иқтисодиёти асослари. Т.Ўзбекистон. 1999 й 17 б
- 31.Ф.Котлер, “Основы маркетинга”. Пер.с английского В. Б. Боброва. М.Прогрес.1991 г.56 ст. www.hobos.ru
- 32.Ўзбекистон миллий энциклопедияси. «Ўзбекистон миллий энциклопедияси» Т. 7 т. 468 бет.
- 33.Д.Тожибоев. “Иқтисодиёт назарияси”. Ўқув қўлланма. ТДИУ.Т:2005. 5 б.
- 34.А.Ўлмасов, А.Вахобов. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. “Шарқ”, Т.2016 85 б
- 35.Мустақиллик. Изохли илмий – оммабоб луғат. “Шарқ” Т:,2009 й.55 б.
- 36.Б.Абдукаримов. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик. “Иқтисод--молия” Т.:2010 33 б
- 37.Ўзбек тилининг изохли луғати.-+Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. 663-664-б.
- 38.А.Солиев. Маркетинг. “Арт-флекс” Т:, 2008 йил 208-б
- 39.Ш.Ш.Шодмонов, У.В.Ғафуров. Иқтисодиёт назарияси: Дарслик. – Т.: 2009, 241 бет
- 40.Э.Х.Махсудов. Корхона иқтисодиёти. “Адабиёт жамғармаси”. Т:, 2004 йил.

V. Илмий журналлардаги мақолалар

41. Проф.А.Солиев “Саноат маркетинги: моҳияти ва ўзига хос жиҳатлари”/Иқтисодиёт ва таълим/2011,6-сон
- 42.Проф.М.Болтабаев ,тад Х,Ғафарова”Тўқимачилик саноати корхонанинг рақобатбардошлигини баҳолаш услубини такомиллаштириш” Иқтисодиёт ва таълим/2011,6-сон
- 43.Тад.С.Юсупов “Тўқимачилик корхоналарнинг ривожланиши ва уларнинг рақобат стратегиялари” / Биржа-Эксперт/2012,7-8-сон
44. Тад.О.Давронов “Ўзбекистонда тўқимачилик корхоналарнинг иқтисодий салоҳиятини ошириш йўллари” /бизнес-эксперт/ 10-11 сон,45-бет
- 45.Тад.М.Камолов “Корхоналарнинг модернизация қилиш: муамолар ва истиқболлар” /Молия/ 2011,3-сон

VI. Интернет сайтлари

- 46.www.gov.uz—O‘zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali
- 47.www.UzA.Uz—O‘zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti

48. www.cer.uz – Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti
49. www.lex.uz - Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси
50. www.bdm.uz – бизнес эксперт журналининг расмий сайти
51. www.iqtisodiyot.uz - “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали
52. www.cooper.uz – Ўзбекистон Республикаси саноат ярмаркаси ва кооперацион биржасининг расмий сайти
53. www.chamber.uz – Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаининг расмий сайти.
54. www.uzbusiness.org – электрон ярмарка.