

ЕНГИЛ САНОАТ ТАРМОҒИНИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШДА ПАХТА-ТЎҚИМАЧИЛИК ВА МОДА ИНДУСТРИЯСИ ИМКОНИАТЛАРИ

Шохиста Давроновна Ҳайдарова
Термиз давлат университети магистранти

АННОТАЦИЯ

Ушбу мақолада енгил саноати ривожланишининг хос хусусиятлари, тармоқда фаолият юритаётган корхоналар рақобатбардошлигини ошириш бўйича маркетинг стратегиялари, иқтисодиёт тизимларида ривожланиш стратегияларини шакллантириш бўйича ёндашувлар, енгил саноатда рақобат омиллари, табиати ва уларнинг ишлаб чиқаришга таъсир даражаси, характери, бошқа тармоқларга нисбатан фарқлари ҳақида фикрлар баён этилган.

Калит сўзлар: енгил саноат, ривожланиш, корхоналар рақобатбардошлиги, маркетинг стратегиялари, ривожланиш стратегиялари, ёндашувлар, рақобат омиллари, ишлаб чиқаришга таъсир даражаси, характери.

ABSTRACT

This article describes the specifics of the development of light industry, marketing strategies to increase the competitiveness of enterprises in the industry, approaches to the formation of development strategies in economic systems, factors of competition in light industry, their nature and impact on production, nature, differences from other industries.

Keywords: light industry, development, enterprise competitiveness, marketing strategies, development strategies, approaches, competitive factors, level of impact on production, character.

КИРИШ

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегиясида «принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш, шу асосда ички ва ташқи бозорларда миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш» 5 бўйича муҳим вазифалар белгилаб берилган. Мазкур вазифаларнинг самарали



бажарилиши энгил саноат корхоналари рақобатбардошлигини маркетинг стратегиялари асосида ошириш борасидаги ишларни жадаллаштиришни талаб этади.

Иқтисодиётнинг инновацион ривожланиши ва унинг асосий локомативи сифатида бозор субъектларининг сўнгги юз йил давомидаги тараққиёти маркетинг билан боғлиқлиги маҳаллий ва жаҳон бозорларидаги муносабатларнинг фалсафий негизини белгилаб бермоқда. Чунки маркетинг нафақат ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш тармоқлари бозори, балки умуман иқтисодиёт ривожланишининг илмий асосини ташкил этади.

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

Энгил саноат корхоналари рақобатбардошлик хусусиятларини тадқиқ қилишнинг илмий-назарий жиҳатлари кўплаб хорижлик олимларнинг тадқиқот йўналишидир. Бу борада Mboya J, Cline W, Doeringer P, Crean, S. Dickerson K. G, Nordas H. K., Verma S, Xiajun.A, Juyoung Lee, Dorothe'e H., Mayukh D. кабиларнинг илмий ишлари классик ишларга айланган[1].

Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги мамлакатларида бу борада Е.Евгенивеч, А.Стацура, Ю.Филюков, И.Празян, Т.Фрадина, С.Генова сингари олимлар тадқиқотлар олиб борганлар.

Ўзбекистонда саноат корхоналари рақобатбардошлигини маркетинг стратегиялари асосида оширишнинг умумий жиҳатлари И.Искандаров, С.С.Фулломов, Б.Ю.Ходиев, Ё.А.Абдуллаев, А.Солиев, М.С.Қосимова, А.Ш.Бекмуродов, М.Р.Болтабаев, З.Д.Адилова ва бошқа олимларнинг илмий тадқиқот ишларида кўрсатиб берилган[1].

МУҲОКАМА ВА НАТИЖАЛАР

Ўзбекистонда амалга оширилаётган жадал иқтисодий ислохотларнинг ҳозирги босқичида энгил саноат корхоналари иқтисодий салоҳиятини ошириш механизмларини такомиллаштириш, жумладан, корхоналар иқтисодий салоҳияти даражасини доимий мониторинг қилиб бориш, дебитор қарздорлик айланишини тезлаштириш ва корхоналарни модернизация қилиш стратегиясини ишлаб чиқиш масаласини ҳал этиш долзарб аҳамият касб этмоқда.

Президентимиз Шавкат Мирзиёев ташаббуси билан қабул қилинган 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор



йўналиш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида мамлакат иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш мақсадида белгиланган устувор йўналишларда шу жиҳат алоҳида аҳамият касб этган. Бирламчи қайта ишлаш саноатида кейинги йилларда соҳада амалга оширилган модернизация самарасида ютуқлар кўлами кенгайиб бормоқда[2].

Интеграциялашувнинг кичик даражаси мамлакатлар иқтисодиётида янги хўжалик юритиш тизимини шакллантириш йўли ҳисобланиб, ўзаро пировард маҳсулот ишлаб чиқарадиган ва географик яқин бўлган корхона ва ташкилотларни ўз ичига олган “Кластер”лар яратишдир. Ривожланган мамлакатларда инновацион иқтисодиётни шакллантириш ва бошқаришда кластерлардан фойдаланиш бўйича маълум тажриба тўпланган.

Кластерларни шакллантиришдан мақсад – шаҳар, туман ва вилоят ичида жойлашган бир хил соҳа кохоналарини ва улар билан ягона технологик занжирда бўлган таълим, илмий, инжиниринг, консалтинг, стандартлаштириш, сертификатлаштириш, ва бошқа хизматларни уйғунлаштириш-инновацион ишлаб чиқаришни ташкил этишасосида рақобатбардош товарлар яратишга йўналтиришдан иборатдир.

Кластер тузилмалари Швейсария, Австрия, Италия, Дания, Ҳиндистон, Корея, Покистон, Хитой, ва Туркия давлатлари енгил саноатида, Германияда кимё ва машинасозлик, Франсияда озиқ-овқат ва косметика саноатларида муваффақиятли ишламоқда. Кластерларни шакллантириш жараёни Жануби-Шарқий Осиё, Хитой, Сингапур, Япония, ва бошқа мамлакатларда фаоллашиб бормоқда. Япон моделида «сифат тизимини янгилаш» асосий омил сифатида қаралса, французлар «маркетинг фаолияти»ни самарали ташкил этиш даражасига кўра баҳолаш кенг тарқалган. Америкача услубда кўпроқ «бозорда етакчилик»ни таъминлаш ёки «бозор улушини аниқлаш» усулларидан фойдаланилади. Япон моделининг асосий хусусияти маҳсулотнинг истеъмол талабига мувофиқлигини ўрганишга асосланса, француз модели «маркетинг бўйича рақобат», яъни ишлаб чиқариш корxonанинг маркетинг фаолиятига қай даражада мослиги текширилади[3].

Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2016 йил 21 декабрда ПҚ2687 сонли “Тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноатини ривожлантиришнинг 2017- 2021–йилларга мўлжалланган чора-тадбирлар дастури тўғрисида”ги қарори соҳадаги мавжуд имкониятларни тўла очиш, салоҳиятлардан оқилона ва унумли фойдаланиш мақсадида қабул қилинган эди.

“Пахта-тўқимачилик кластери” – улкан лойиҳа иқтисодий тараққиётнинг шартларидан бири. У билан яқиндан танишиш, моҳиятини чуқурроқ англаш нафақат соҳа ходимлари, мутахассислари, иқтисодчилар учун, балки кенг омма учун аҳамиятлидур. Пахтамик ранги, толасининг узунлиги, пишиқлиги ва микронеер кўрсаткичлари билан халқаро стандартларга тўла жавоб беради.

Пахта – тўқимачилик кластери нафақат енгил саноатни, балки ўз йўлида қишлоқ хўжалиги, озиқ–овқат саноати, фармацевтика, қурилиш маҳсулотлари ишлаб чиқариш каби ўнлаб тармоқларни ҳам қамраб олади. Пахта хомашёсини ишлаб чиқаришнинг самарадор усуллари излаш зарурати яна шу билан изоҳланадики, Ўзбекистон шароитида эрнинг маҳсулдорлиги имкониятларидан тўлиқ фойдаланмаган Ўзбекистон ва ривожланган хорижий мамлакатларнинг қишлоқ хўжалигидаги айрим кўрсаткичлар таққосланса, бу яна бир бор ўз тасдиғини топади.

Соҳага жалб қилинаётган инвестиция ва замонавий технологиялар маҳсулот сифтини ошириб, рақобатбардошлигини таъминлайди, экспорт салоҳияти юксалишига хизмат қилади. Ички бозорни мамлакатимизда ишлаб чиқарилган органик озиқ–овқат маҳсулотлари билан тўлдириш–Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг энг муҳим йўналишларидан биридир.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 26 январдаги 53-сонли “Пахта тўқимачилик ишлаб чиқаришини ташкил этишнинг замонавий шакллари жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори қабул қилинди. Бу қарорда фермер хўжаликлари, бошқа қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчилари ва тўқимачилик саноати корхоналари ўртасида бозор муносабатларини шакллантириш, пахта-тўқимачилик ишлаб чиқаришини ташкил этишнинг замонавий шакллари жорий этиш асосида юқори кўшилган қийматга эга рақобатбардошли маҳсулотлар ишлаб чиқаришни таъминлаш мақсадида тўқимачилик саноати корхоналари, шунингдек, Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши ва вилоятлар ҳокимликларининг 2018 йил пахта хом ашёси ҳосили доирасида синаб кўришни ҳисобга олган ҳолда мувофиқ ҳудудларда 13 та пахта-тўқимачилик ишлаб чиқаришини ташкил этиш белгиланди. Бунда ушбу ишлаб чиқаришни тўқимачилик саноати корхоналари ҳамда фермер хўжаликлари ўртасида пахта хом ашёсини этиштириш ва этказиб бериш юзасидан тўғридан-тўғри контракция шартномасини тузиш асосида ташкил этиш кўрсатиб берилди.

Пахта хом ашёсини дастлабки қайта ишлаш маҳсулотини қайтариш асосида пахта тозалаш корхонасида



ёхуд пахта-тўқимачилик ишлаб чиқариши ташкилотчиларининг ўз корхонасида ёки улар томонидан ижарага олинган пахта тозалаш корхонасида амалга оширилиши ҳам белгилаб кўйилди. Қарорда пахта-тўқимачилик ишлаб чиқариши ҳудудида жойлашган пахта тозалаш корхоналарини ва пахта тайёрлаш пунктларининг техник ва молиявий ҳолатини баҳолаш асосида улардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш юзасидан уларни пахта-тўқимачилик ишлаб чиқариши ташкилотчиларига ижарага бериш, тўловни бўлиб-бўлиб тўлаган ҳолда ёки инвестиция мажбуриятлари остида «нол» харид қиймати бўйича сотишни ёхуд қувватлардан маҳсулотини қайтариш шарти билан фойдаланиш ҳам белгиланган.

Пахта-тўқимачилик ишлаб чиқариши ташкилотчилари томонидан ўз эҳтиёжлари учун олиб келинадиган, божхона тўловлари тўлашдан 2020 йил 1 январгача бўлган муддатга озод қилинадиган имтиёзлар ҳам белгилаб берилди. Айтиш жоизки ушбу қарор асосида бу жараёнда кенг кўламли ишлар амалга ошириляётир. Энг муҳими, Бухорода, Сирдарёда ва Навоий вилоятида бошланган “кластер” тажрибаси юртимиз бўйлаб кенг тарқалмоқда. Хусусан, Самарқанд, Тошкент, Сурхандарё, Жиззах, Қашқадарё, ва бошқа вилоятларда ҳам “кластер” тизимида ишлаб чиқариш объектлари барпо этишга киришилди.

Мамлакатда модалар маркетингини самарали йўлга қўйиш энгил саноат товарлари савдосини ривожлантириш ҳамда корхоналар рақобатбардошлигини таъминлашда муҳим омил ҳисобланади. Мода индустрияси ривожланишида жаҳон модалар маркази ҳисобланган Франция, бешинчи йирик кийим бозори ҳисобланган Бразилия, шунингдек, модалар бозори энг тез ривожланаётган – Россия, мода бозорида иккинчи ўринни эгаллаган Италия, «кўча модаси» услубини илмий асослаган Япония, халқаро вертикал интеграция ва инновациялар асосида кийим саноатини ривожлантирган Германия, электрон савдо тизими орқали сотиш йўналиши ривожлантираётган Ҳиндистон, миллий брендлар нуфузини ошириш бўйича «Turquality» дастури билан дунёда бешинчи мода марказига айланган Туркия, дунё кийимлар бозорида етакчиликни сақлаб келаётган Хитой каби мамлакатлар тажрибасидан самарали фойдаланиш лозим[4].

Мода индустриясини ривожлантиришда корхоналарга мода-дизайн хизматларини самарали ташкил этиш, дизайнерларнинг инновацион товарлари учун доимий рағбатлантириб бориш механизмларини жорий этиш муҳим аҳамият касб этади. Дизайн ва мода марказлари фаолияти бевосита 20 истеъмол бозори билан саноат

корхоналарини боғловчи асосий занжир сифатида шакллантирилиши лозим[5].

Ўзбекистон мода индустриясини халқаро ривожланиш даражасига мувофиқ интеграциясини таъминлаш енгил саноат рақобатбардошлигини оширишнинг асосий омили ҳисобланади. Ишлаб чиқарилаётган тайёр кийимлар ва текстиль маҳсулотлари модели ва дизайнини жаҳон оммавий ассортиментига мослаша олиш даражасида шакллантириш орқали рақобатбардошликка эришилади. Белгиланган стратегик мақсадларнинг амалга оширилиши Ўзбекистоннинг «Шарқ мода маркази»га айланиши учун зарур шароитлар яратиб беради ва миллий брендлар нуфузини янада оширишни таъминлайди. Албатта, бу жараён енгил саноатда ишлаб чиқариш ва уларга дизайн, мода, маркетинг ва бошқа хизматларни кўрсатувчи тармоқларнинг самарали интеграциясини таъминловчи кластерларни шакллантиришни тақозо этади.

ХУЛОСА

Мамлакатимиз тараққиётининг бугунги босқичида пахта-тўқимачилик кластерларини фаолиятини янада кенгроқ ва самаралироқ ташкил этиш лойиҳаларни амалга ошириш ҳисобига, юртимизни рақобат топтириш ва халқимизни фаровонлигини ошириш бўйича янги-янги ютуқларга эришишимиз мумкин. Енгил саноат корхоналари рақобатбардошлигини оширишнинг фундаментал асоси уларнинг маркетинг стратегияларидан қай даражада фойдаланишига бевосита боғлиқ. Корхоналарнинг маркетинг стратегиялари уларнинг бозордаги мақсадларига мувофиқлигини таъминлашни тақозо этади. Корхона бозордаги рақобат муҳити ва ҳолатига кўра маркетинг стратегияларини шакллантириш орқали иқтисодий самарадорликка эришади.

Енгил саноат соҳасидаги илғор хорижий мамлакатлар тажрибасига таянган ҳолда Ўзбекистонда мода индустриясини ривожлантиришнинг концептуал йўналишлари белгилаб халқаро мода бозорида миллий брендлар нуфузини ошириш, жаҳондаги оммавий дизайнга тезкор мослашиш, инновацион кийимлар коллекцияларини экспортга йўналтириш, ноу-хау ва дизайнерлик ишланмаларини кенг жорий этиш асосида корхоналар рақобатбардошлигини оширишга эришилади.

REFERENCES

1. Хақимов З.А. Енгил саноат корхоналари рақобатбардошлигини маркетинг стратегиялари асосида ошириш. 08.00.11–Маркетинг. иқтисодиёт фанлари бўйича



фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Тошкент – 2018 йил.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 15 мартдаги “Ишлаб чиқаришни модернизациялаш, техник ва технологик қайта жиҳозлашни рағбатлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-3544-сонли Фармони.

3. Бабабекова Д.Ш, Турсунов.Б.О. Корхона иқтисодиёти ва инновация-ларни бошқариш. Услубий қўлланма.-Т.:«ВнешИнвестПром». 2017.- 32 б

4. Болтабаев М.Р. Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси: И.ф.д. дисс. автореф. – Тошкент: ТДИУ, 2005.–35

5. Стацура А.И. Формирование и развитие конкурентоспособности предпринимательской структуры на рынке текстильной продукции. Дис. на соис. уч. степ. к.э.н. – СПб. 2009, 186 с

