

ТЎҚИМАЧИЛИК КОРХОНАЛАРИДА МАРКЕТИНГ ХИЗМАТИНИ ЭКСПОРТ ИМКОНИАТЛАРИГА ТАЪСИРИ

К.Х. Саидова

Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти

Аннотация. Ушбу мақолада тўқимачилик корхоналарида маркетинг хизматини экспорт имкониятларига таъсири ва тўқимачилик саноати корхоналарини модернизация қилиш ва қайтадан реконструкциялаш учун чет эл инвестицияларини жалб қилиш бу орқали корхоналарга янги замонавий дастгоҳларни ўрнатишнинг назарий асослари ёритиб берилган.

Abstract. In this article, the impact of marketing service in textile enterprises on export opportunities and attracting foreign investment for the modernization and reconstruction of textile industry enterprises, through this, the theoretical foundations of the installation of new modern machines were explained to the enterprises.

Калит сўзлар: иқтисодиёт, енгил саноат, тўқимачилик, маркетинг хизмати, тикув-трикотаж саноати, халқаро маркетинг, инновацион технологиялар.

Иқтисодиёт эркинлаштириш шароитида миллий бозорни сифатли, харидорбоп истеъмол маҳсулотлари билан таъминлаш, шу орқали аҳолининг турмуш фаровонлигини ошириш иқтисодий ислохотларнинг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади. Ушбу вазифаларни амалга оширишда енгил саноат тизими ва унинг тўқимачилик ва тикув-трикотаж, тикувчилик каби соҳаларида ишлаб чиқариш ҳажмларини ўстириш муҳим аҳамиятга эга.

Ҳозирги кунда республикада худудий ривожлантириш борасида ишлаб чиқиладиган бир қатор дастурларда ҳам тўқимачилик ва тикув-трикотаж соҳасини тараққий эттириш асосида жойларда маҳаллий ишлаб чиқариш кўламини ошириш, шу асосда ишсизлик даражасини пасайтириш бўйича сезиларли ишлар амалга оширилмоқда. Хусусан, 2019 йил 18 майдаги «BUYUK KELAJAK» ХННТ Ўзбекистоннинг 2035 йилгача узоқ муддатли ривожланиши Стратегиясининг концепцияси лойиҳаси бўйича, 2035 йилга қадар инвестицион лойиҳалар амалга оширилиши, уларнинг аксарияти хорижий инвестициялар ва кредитлар ҳисобидан молиялаштирилиши назарда тутилган. Лойиҳаларнинг умумий қиймати эса 2025 йилга қадар 3,7-4,5 млрд. долларни, 2035 йилгача 21,0-25,6 млрд. долларни ташкил этиши кутилмоқда. Шунингдек, ушбу концепцияга мувофиқ, 90 дан ортиқ замонавий, юқори унумли пахта тозалаш заводлари ташкил этилади. Бу эса, ўз навбатида, тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноатида мамлакат экспорт салоҳиятини 35 йилга келиб қарийиб 12 млрд долларгача кўпайтириш ҳамда мингдан ортиқ иш ўринлари яратиш имконини беради.

Бугунги кунда миллий тикув-трикотаж маҳсулотлари дунёнинг 50 дан ортиқ мамлакатларига экспорт қилинмоқда. Агар 2016 йилда тўқимачилик маҳсулотлари экспорти минтақада 1,1 миллиард долларни ташкил этган бўлса, 2021 йилга келиб у 2,1 миллиард доллар даражасига етди. Ўзбек тўқимачилик маҳсулотларининг асосий истеъмолчилари МДХ давлатлари, Хитой ва Туркия ҳисобланади.[2]

Фикримизча, бу борада амалга ошириладиган чора-тадбирлар тикув-трикотаж саноатининг янада жадал ривожланиши, рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш ассортименти кенгайишини таъминлайди. Шу билан бирга бундай ёндашув соҳага хорижий инвестицияларни кўпроқ жалб қилиш имконини беради.

Экспорт ҳолати, корхоналарни ташқи бозорга чиқиш йўллари ҳалқаро маркетинг тизимининг асосидир. Кўпгина корхоналар ички бозорга ишлашни маъқул кўрадилар, чунки унда иш олиб бориш осонроқ кечади. Бироқ баъзи омиларнинг таъсири корхоналарни ташқи бозорга етаклайдилар. Булар: ички бозор яхшироқ ёки арзонроқ маҳсулотлар таклиф қиладиган глобал компаниялар томонидан хужумга учраш хавфи; баъзи чет эл бозорлар юқорироқ даромад олишга имконлар яратиши; ишлаб чиқариш масштабларида иқтисод қилишга эриши учун корхона бозорини кенгайтирилиши; таваккалчиликни камайтириш мақсадида корхона бир бозорга боғланиб қолмаслигига ҳаракат қилиши; корхонанинг чегара орти мижозлари улардан миллий чегара ортида ҳам фаолият олиб боришлигини талаб қилиб қолиши.[1]

Шуни такидлаб утиш жоизки, агар 2000 йиллар бошларида инвестициялар асосан кредит воситалари ҳисобига киритилган бўлса, сунги йилларда инвестициялар хорижий хамкорларнинг уз маблағларини жалб қилиш асосида киритиш ҳоллари купайиб бормоқда. Шундай йул билан ташкил этилган қўшма корхоналар жумласига “Zelal Tekstil” МЧЖ, “Бахттекстиль” МЧЖ, “Сиркежи текстиль” КК ларини киритиш мумкин.

Мамлакатимизда енгил саноат тизими саноатнинг бошқа соҳаларига нисбатан мукамаллашиш ва ривожланишнинг узоқ йўлини босиб ўтган йўналишларидан бири ҳисобланади. Мазкур соҳани бошқариш ва тараққий эттириш бўйича изчил амалга оширилган ислохотлар енгил саноат маҳсулотларини нафақат миллий иқтисодиётда, балки жаҳон бозорлари ҳам иштирокини кенгайтириш имконини берди. Шу билан бирга, мустақиллик йилларида республикамиз иқтисодиётига хорижий инвестицияларнинг барқарор жалб этилиши ҳамда қулай ишбилармонлик муҳити шакллантирилганлиги енгил саноатнинг жадал ривожланишига туртки бўлди.[3]

Республикамиз тўқимачилик саноатида ҳам сўнгги йилларда мамлакатимизда ишлаб чиқарилаётган товарларга талаб ва таклифни ўрганиш

Бўйича маркетинг тадқиқотларини ўтказиш механизмини ишлаб чиқиш борасида талайгина ишлар амалга оширилди. Бу эса бизнинг давлатимизда ҳам маркетингнинг бозор қонун-қоидаларига мувофиқ хўжалик юритиш тизимининг асосий воситасига айланиш даври бошланганлигидан далолатдир. Шу нуқтаи-назардан, республикаимизда ҳам тўқимачилик маҳсулотлари маркетингини ривожлантириш, бу борада инфратузилмаларни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилмоқда. Хусусан, тўқимачилик маҳсулотларининг республика ва хориж бозорларидаги савдосини ривожлантиришни рағбатлантириш мақсадида «Ўзтўқимачиликсаноати» уюшмаси ҳузурида Тўқимачилик маҳсулотлари рекламаси ва маркетинги агентлиги ташкил этилди. Ушбу агентлик зиммасига қуйидаги вазифалар юклатилди:

– енгил саноат маҳсулотлари жаҳон бозорлари конъюнктурасини, маҳсулот экспорти йўналишлари бўйича тармоқ корхоналарининг таклифлари ва салоҳиятини чуқур ўрганишга йўналтирилган маркетинг фаолиятини олиб бориш, енгил саноат корхоналарига уларнинг маркетинг хизматлари фаолиятини такомиллаштиришда кўмаклашиш;

– хорижий истеъмолчилар билан алоқалар ўрнатишда, ўзаро фойдали контрактлар тузишда, республика корхоналарининг манфаатларини чет элда ҳимоя қилишда мамлакатимиз енгил саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларига кўмаклашиш;

– хўжалик юритувчи субъектларга экспорт қилинадиган маҳсулотга нарх белгилашга оид ахборотлар тақдим этиш, тармоқ корхоналари томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг экспорт нархларини ошириш мақсадида тармоқ корхоналари томонидан келишилган нарх сиёсати ўтказилиши бўйича тавсиялар бериш;

– корхоналар томонидан тайёр маҳсулотни экспорт қилиш юзасидан узоқ муддатли (3-5 йил) буюртмалар портфели шакллантирилишини таъминлашга, кўшилган қиймати юқори бўлган, жаҳон бозорида рақобатбардошли тайёр маҳсулот сотилишини рағбатлантиришга доир чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

– енгил саноат корхоналари ва ташкилотларига, шу жумладан ихтисосликка доир адабиётлар, буклетлар нашр этишда ва Интернет тармоғида ихтисослаштирилган веб-сайтлар яратилиши ва юритилишида ахборот хизматлари кўрсатиш.[4]

Тўқимачилик корхоналарида маркетинг хизмати ишлаб чиқаришни самарали ташкил қилиш, маҳсулотларни тўғри тақсимлаш ва уларни истеъмолчиларга тезкор сотишда муҳим аҳамият касб этади. Ўз навбатида, истеъмол бозорини ҳаракатлантирувчи муҳим воситалар маркетинг тизимида

мужассамлашади. Бу ҳолатлар эса, маркетинг тизимининг функцияларида намоён бўлади.

Маркетинг хизматининг асосий мақсади тўқимачилик маҳсулотларига талабни шакллантириш ва рағбатлантириш, шунингдек, маҳсулот ишлаб чиқариш, янги маҳсулот яратиш борасида қабул қилинадиган қарорларни асослаб бериш, шу орқали сотиш ҳажмини, бозор ҳиссасини ва фойдани оширилишини таъминлашдир. Айниқса, тўқимачилик соҳасида маркетинг хизмати товарлар хилма-хиллигини таъминлаш ва истеъмолчига кенг танлов имконини яратишда муҳим ўрин тутди. Бунда маркетинг хизмати истеъмолчига ўз дидига кўпроқ мос келадиган товарларни топа олишига кўмаклашиши лозим.

Бугунги кунда миллий ва халқаро бозорлардаги вазиятни жадаллик билан ўзгариб бораётганлиги, шунингдек, рақобат муҳитининг кескинлашиши маркетинг тизимининг дифференциялашувига ҳамда таъсир доирасини кенгайтирмоқда. Ушбу ўзгаришлар корхоналар амалиётида ишлаб чиқариш, савдо, истеъмол, халқаро маркетинг каби маркетинг йўналишларининг аҳамиятини ортишига олиб келмоқда.

Енгил саноатнинг стратегик вазифаси нафақат ярим тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқариш, балки экспортга мўлжалланган тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш, инвестицион дастурларни амалга ошириш, янги қувватларни ишга туширишда ҳудудларнинг талабини ҳисобга олишдир.

Расмий маълумотларга кўра, 2022 йил 1 январ ҳолатига енгил саноат тармоғи корхоналари томонидан 48097,6 млрд. сўмлик маҳсулотлар ишлаб чиқарилди. Бунда ўтган йилнинг мос даврига нисбатан ўсиш суръати 118,1% ни ташкил [этди](#). Шунингдек, тармоқнинг жами саноат ҳажмидаги улуши 9,8% ни ташкил қилди. Бундан ташқари, 2022 йил 1 январь ҳолатига ўтган йилнинг шу даврига таққослаганда, тўқимачилик ва тикув-трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқариш – 122,4%, тайёр кийим ишлаб чиқариш – 112,9%, тери ва унга тегишли маҳсулотлар ишлаб чиқариш – 106,2% миқдорида маҳаллий маҳсулотлар ишлаб чиқарилди.[2]

Янги инновацион технологияларни жорий қилган корхоналарда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотдан нархи эски ускуналардагига қараганда анча арзон шу билан бирга сифатли. Бундай ускуналарда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар корхона экспорт салоҳиятига ҳам ижобий таъсир ўтказмай қолмайди. Uztex қўшма корхонаси Англиянинг Waytex фирмаси ва маҳаллий сармоядорлар томонидан ташкил қилинган бўлиб Асака банкдан 14,8 млн АҚШ доллари миқдорида кредит олинган. Uztex қўшма корхонаси ўрнатилган 31488 дона урчукда лойиха бўйича йилига 6,5 минг тонна иплик номери Ne 20 дан Ne 40 гача бўлган халқали йиғириш усулида ҳамда қайта тараш усулида олинган калава ип ишлаб чиқариш қуватига эга. Uztex Марказий Осиёда биринчилардан бўлиб

ишлаб чиқараётган калава иплари учун УСТЕРИЗЕД мақомини олди. Бугунги кунда бундай сифат кўрсаткичи билан фақатгина 47 та корхона маҳсулот ишлаб чиқармоқда.[2]

Юқорида келтирилганларни инобатга олган холда шундай хулосага келиш мумкинки, тўқимачилик саноати корхоналарини модернизация қилиш ва қайтадан реконструкциялаш учун чет эл инвестицияларини жалб қилиш бу орқали корхоналарга янги замонавий дастгоҳларни ўрнатиш лозим. Чунки, янги турдаги дастгоҳларда ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифати жаҳон стандартларига жавоб берибгина қолмай, ишчи кучи ва ортикча энергияларни кам сарф бўлиши ҳисобига ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг таннарҳини камайишига олиб келади. Бу эса ўз навбатида маҳсулот рақобатбардошлигини ошириб, экспорт салоҳиятини юксалтиради.

Демак тўқимачилик корхоналарига маркетинг хизмати имкониятларини кенгайтириш нафақат корхонанинг самарали ишлашига, балки бутун тармоқнинг ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади.

АДАБИЁТЛАР:

1. Тилляходжаев А.А. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида тўқимачилик саноати корхоналари рақобатбардошлигини ошириш ва соҳада маркетинг фаолияти самарали ташкил этиш йўллари. / Электрон илмий журнал “BIZNES-ЭКСПЕРТ” – Т.: 27.02.2017. №1(109)-2017
2. <https://uzts.uz/gsp-dlya-tekstilnoy-industrii-uzbekistana/>
3. Иватов И. Савдода маркетинг фаолияти. –Т.: ТДИУ, 2004. б.10.
4. Бекмуродов А. Маркетинг: основа современного бизнеса.-Т.: Мехнат, 1992.с.57