

O'ZBEKISTONDA YENGIL SANOAT KORXONALARI MARKETING FAOLIYATI HOLATI TAHLILI

Jumayeva Z.Q

Ilmiy rahbar: dots.

Kazimova M.Sh.

OXU, 2-kurs magistranti Osiyo xalqaro universiteti

O'zbekistonda sanoat tarmoqlarini barqaror rivojlantirishda davlatning roli, birinchi navbatda, makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash maqsadida milliy iqtisodiyot tarmoqlarini tartibga solish, sanoat tarmoqlariga ta'sir etuvchi tashqi salbiy omillarni bartaraf etish, eksportni rag'batlantirish, soliqqa tortishda imtiyozlar berish, moliya-kredit mexanizmlarini rivojlantirish masalalaridan iborat. Bu jarayonlar bevosita qonuniy-huquqiy jihatlar va institutsional o'zgarishlarga asoslangan holda davlat tomonidan tartibga solinishi lozim.

Iqtisodiyotning tarkibiy o'zgarishlari va rivojlanishning zamonaviy bosqichi yengil sanoat tarmoqlarini samarali boshqarishni alohida tadqiq qilishni talab qiladi. Zero xalqaro maydondagi yengil sanoat sohasida raqobatning ham keskinlashuviga, har bir mamlakatning xalqaro mehnat taqsimotidagi o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurashishning kuchayishiga ham ta'sir ko'rsatadi. Bu borada mamlakatimizda mazkur sohaga raqamlashtirishning tadbiriq etilishi, innovatsiyalarni keng jalb qilish, tadbirkorlarni moliyaviy rag'batlantirish va tartibga solish mexanizmini takomillashtirish, samarali boshqaruv orqali davlatning Yengil sanoat sohasini rivojlantirish bo'yicha amalga oshirayotgan chora-tadbirlarini takomillashtirishga yo'naltirilgan ilmiy izlanishlarga alohida e'tibor qaratilmoqda.

O'zbekistonda yengil sanoat iqtisodiyotning muhim tarmog'i sifatida, mehnat sig'imkorligi yuqoriligi bilan aholi bandligi muammosini hal etishda muhim ahamiyat kasb etadi. Mamlakatda to'qimachilik, tikuvchilik, ip yigirish, trikotaj, poyabzal, ipakchilik sohalarida 15 mingga yaqin yirik va kichik korxonalar, shuningdek, 400 dan ortiq qo'shma korxonalar faoliyat yuritmoqda. Tarmoqda 200 mingdan ortiq kishi band.

O'zbekiston yengil sanoati ko'p tarmoqli industrial majmua bo'lib, tarkibida 17 xil tarmoq, ya'ni to'qimachilik, trikotaj, tikuvchilik, ipakchilik, ko'n - poyabzal, chinnisozlik va boshqa tarmoqlar mavjud.

Jadval 1. Yengil sanoat korxonalarining asosiy ko'rsatkichlari (2019-2023)¹⁹

Ko'rsatkichlar	2019	2020	2021	2022	2023	O'sish, %
Ishlab chiqarish (trln so'm)	42.5	45.8	52.3	58.7	64.7	52.3
Eksport (mln \$)	1850	1920	2150	2420	2625	41.8
Yangi korxonalar soni	245	278	312	345	387	58.0
Bandlik (ming kishi)	485	512	545	573	598	23.3

So'nggi besh yil ichida yengil sanoatda sezilarli o'zgarishlar kuzatildi. 2019-2023-yillar oralig'ida ishlab chiqarish hajmi 52,3 foizga oshgan bo'lsa, eksport hajmi 41,8 foizga o'sgan. Bu davr mobaynida sanoatga 3,2 milliard AQSh dollari miqdorida investitsiya jalb qilinib, 34 mingga yangi ish o'rni yaratildi. Yangi korxonalar soni 245 tadan 387 tagacha oshdi, sohada band aholining soni esa 485 ming kishidan 598 ming kishiga yetdi.

Har bir sanoat sohasi jadal globallashuv sharoitida barqaror rivojlanishni ta'minlash uchun samarali marketing tashkilotiga ehtiyoj sezadi. Ayniqsa, yengil sanoatda iste'mol mahsulotlarini yaratish va ularni bozorda ilgari surish bo'yicha marketing strategiyalarining ahamiyati kattadir.

Yengil sanoat mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalarning marketing tadqiqotini olib borish jarayonida e'tibor qaratishi lozim bo'lgan asosiy jihatlar quyidagilar: yengil sanoat mahsulotlari bozor kon'yunkturasidagi o'zgarishi; Yengil sanoat mahsulotlarining iste'mol xususiyati va iste'molchilarning o'zgarish tendensiyalari; maqsadli auditoriyaning segment xususiyatlari; bozorda shakllangan assortiment kengligi, sotish va reklamani tashkil qilish jarayonlari; Yengil sanoatlarga bo'lgan talab, taklif va narxning tebranishlar dinamikasi; raqobat muhiti va korxonaning bozordagi o'rni kabilar.

Marketing faoliyatining yo'nalishlari, albatta bozorning rivojlanganlik darajasi, undagi raqobat intensivligi, tegishli tovarlar va xizmatlar bilan mashg'ul bo'lgan firmalarning katta-kichikligi, marketing axborot tizimlarining shakllanishi va boshqa omillarga bevosita bog'liq. Marketing tadqiqotida asosan axborot katta rol o'ynaydi. Dastlab bozor, xaridor, raqobatchi va mahsulot xususidagi axborotlarni kerakli shaklga jamlash va axborotlarni tartibga solish, ulardan o'z o'rnida foydalanish va ularning yangilanib, boyib turishini ta'minlash muhim ahamiyatga ega.

Yuqorida bayon etilgan marketing konsepsiyalari va ularni amalga oshirish usullari, shakllari korxonalarning marketing strategiyasini to'g'ri va aniq shakllantirish uchun

¹⁹ Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси. Саноат статистикаси йиллик тўплами. 2023 й

muhim omil hisoblanadi. Yengil sanoat mahsulotlari bozorini tadqiq qilishning usul va shakllar sohaning o'ziga xos xususiyatlariga qarab qo'llaniladi.

Yengil sanoat mahsulotlari bozorida marketing tadqiqotlarini tashkil etishdagi elementlarning o'zaro bog'liqligidan kelib chiqib, mamlakatimiz Yengil sanoatlar bozori sub'ektlarining bozor faoliyati to'g'risidagi bilimlari zamonaviy marketingning muhim qoidalariga asoslanishi lozim. Buning uchun esa, marketing, marketing tadqiqotlarini o'tkazish uslubi to'g'risida chuqur tasavvurga ega bo'lish talab etiladi.

Yengil sanoat mahsulotlari assortimenti tarkibi, iste'molchilar ehtiyojlarini o'zgarishini aniqlash, urf-odatlar va yana boshqa ko'plab xislatlarini o'rganish va shu asosda ularni guruhlashtirish orqali aniq maqsadli bozor segmentlarini shakllantirish va rivojlantirish korxonalar uchun zarur jarayon hisoblanadi. Chunki iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish yo'llari marketing vositalari asosida bozorni segmentlarga ajratib o'rganish tamoyillariga tayanadi. Shuning uchun ham marketing tadqiqotlaridan foydalangan holda bozorni segmentlarga ajratib o'rganish tamoyillariga tayanish va shu orqali o'ziga jalb qiluvchi segmentlarni aniqlash va shakllantirish, iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishda aniq belgilangan strategiyalarga tayangan holda har bir segment uchun mahsulot ishlab chiqarish va sotish zaruriyatini tug'diradi.

ADABIYOTLAR:

1. Жумаева, З. К. (2024). Инвестиционная Активность Как Основной Элемент Организационно-Экономического Механизма Маркетинга Территории. *Miasto Przyszłości*, 55, 1411-1417.
2. Жумаева, З. К. (2024). Мобильный Маркетинг Как Эффективное Средство Стимулирования Сбыта Товаров И Услуг. *Miasto Przyszłości*, 54, 697-702.
3. Жумаева, З. К. (2024). РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ КАК ФАКТОР РОСТА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ОБЗОР ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН.
4. Джумаева, З. (2025). РОЛЬ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ. *Международный журнал искусственного интеллекта*, 1 (1), 483-488.
5. Джумаева, З.К., и Гулямова, Н.Г. (2025). О 'ZBEKISTONDA MINTAQANI KOMPLEKS RIVOJLANTIRISHNI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISH. *ТЕОРИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ВСЕГО МИРА*, 1 (5), 152-159.
6. Жумаева, З. К., & Ахмедова, Ф. Р. (2025). РОЛЬ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ. *MODERN EDUCATIONAL SYSTEM*

AND INNOVATIVE TEACHING SOLUTIONS, 1(7), 323-330.

7. Jumayeva, Z. Q., & Matkarimov, G. (2025). MINTAQADA FAOL INVESTITSIYA SIYOSATINI IQTISODIYOT TARMOQLARINI O'ZISHIGA TA'SIRI. *ANALYSIS OF MODERN SCIENCE AND INNOVATION*, 1(6), 205-212.

8. Джумаева, ZQ (2017). ТЕОРИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛЬНОСТИ НА РЫНКАХ ТРУДА РАЗВИТЫХ СТРАН. *Инновационное развитие*, (4), 64-66.

9. Akbarovna, N. N. (2025). PROBLEMS OF INCREASING INVESTMENT ACTIVITY IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION. *SHOKH LIBRARY*.

10. Akbarovna, N. N. (2024). DAVLAT BOSHQARUV ORGANLARI-MA'MURIY HUQUQ OBYEKTI SIFATIDA. *Gospodarka i Innowacje*, 47, 371-377.

11. Supiyevna, B. M. (2025). G'AZNACHILIK-DAVLAT MOLIYASINING ENG MUHIM BO'LAGI. *THEORY OF SCIENTIFIC RESEARCHES OF WHOLE WORLD*, 1(5), 117-123.

12. Supiyevna, B. M. (2025). BUDGETING IN THE PUBLIC SECTOR. *ANALYSIS OF MODERN SCIENCE AND INNOVATION*, 1(6), 90-95.

13. Supiyevna, B. M. (2025). PRINCIPLES OF TAXATION. *MODERN PROBLEMS IN*

14. Bostonovna, D. Z. (2023). CONCEPTUAL BASIS OF IMPROVEMENT OF BANK AUDIT IN COMMERCIAL BANKS. *IMRAS*, 6(6), 118-124.

15. Bustonovna, J. Z. (2023). INVESTMENTS IN HUMAN CAPITAL AND PECULIARITIES OF THIS PROCESS IN UZBEKISTAN. (*No Title*).

16. Bobojonova, M. J., & Toshev, M. H. (2025). YASHIL IQTISODIYOTI RIVOJLANISH TARIXI VA SHAKLLANISHI. *ANALYSIS OF MODERN SCIENCE AND INNOVATION*, 1(5), 154-159.

17. Жумаева, З. К. (2024). РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ КАК ФАКТОР РОСТА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ОБЗОР ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН.

18. Ibragimov, A. (2025). PROSPECTIVE WAYS OF ATTRACTING FOREIGN INVESTMENT TO THE NATIONAL ECONOMY. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(1), 137-143.

19. To'rayevich, I. A., & AD, S. (2025). O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA MOLIYA TIZIMI VA UNING IQTISODIYOTIDA TUTGAN O'RNI. *MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS*, 1(5), 64-75.