



II ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-АМАЛИЙ КОНФЕРЕНЦИЯ

**Ўзбекистон Республикаси ҳаракатлар
стратегияси: макроиқтисодий
барқарорлик, инвестицион фаоллик ва
инновацион ривожланиш истиқболлари**

**Илмий маъруза ва мақолалар
тўплами**

II ШУЎБА

2019 йил 27-28 май

• бўш турган пул маблағларини жамлаш ва уларни инвестицион фаолиятга жалб қилиш орқали инвестициялар билан боғлиқ талаб ва таклифни мувофиқлаштирадиган инвестицион бозорни шакллантиришда ўз ифодасини топади.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2018 йил 29 декабрь.
2. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси “Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий-иқтисодий ҳолати 2018 йил январь-декабрь” 2019 йил.
3. Игонина Л.Л. Инвестиции: учеб. пособие /Л.Л. Игонина; под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Слепова. - М.: Экономистъ, 2005. 35-36 бетлар.

ТОШКЕНТ ВИЛОЯТИ КОРХОНАЛАРИНИ Экспорт салоҳиятини ошириш бўйича маркетинг стратегиялари

Усмонова Диёра Махмуд Қизи¹

¹ТДИУ, “Маркетинг” кафедраси
таянч докторанти (PhD), e-mail: d.usmonova@tsue.uz

Ўзбекистонда Республикаси ва унинг ҳудудларини ривожлантириш, экспорт имкониятларини оширишга қаратилган маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш масаласини ҳал этиш ҳалигача долзарб муаммо сифатида қаралмоқда. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегиясида, «экспорт фаолиятини либераллаштириш ва соддалаштириш, экспорт таркибини ва географиясини диверсификация қилиш, иқтисодиёт тармоқлари ва ҳудудларнинг экспорт салоҳиятини кенгайтириш ва сафарбар этиш» [1-32] вазифалари белгиланган. Мазкур вазифаларнинг самарали ижросини таъминлаш республика ҳудудларида маҳсулотлар экспорт ҳажмини кўпайтиришнинг асосий йўналишларини ва стратегиялари ишлаб чиқиш ва жорий этишда муҳим масала бўлиб қолмоқда.

Анъанавий маркетинг назарияларида экспорт стратегиялари бутун мамлакат даражасида кўриб чиқилади, шунингдек, туризм ва инвестицион маркетингига бағишланган тадқиқот кўплаб олиб борилган. Бироқ, ҳудудларда маҳсулот экспорти бўйича маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш ва унинг ўзига хос бўлган жиҳатларини ўрганиш бўйича тадқиқотлар деярли кам олиб борилган.

Маркетингнинг ҳудудий ривожланишидаги ўрни, роли ва стратегиялари мазмунини англаш бўйича турли ёндашувлар мавжуд. Биринчи ёндашув, ҳудудий маркетингнинг "классик" ёндашуви ҳисобланиб, у мақсадли

бозорларда истеъмолчилар эҳтиёжларини қондиришга қаратилган жараёнларни лойиҳалаш муаммоларига асосланади. Маркетинг орқали аҳолини ўз яшаш жойларига муносабати, туризм имкониятлари, инвестицион жозибадорлик ва уларнинг қизиқишларини ошириш йўналишлари “классик” ёндашувнинг асосий йўналишлари ҳисобланади. Худуд салоҳиятини илгари суриш ва унинг ҳолатини тарғиб қилиш ҳам маркетингнинг асосий вазифалари сифатида қаралсада, иккинчи даражали аҳамият касб этади [2, 161]. Умуман олганда, худудда бозор салоҳияти ва имкониятларини ошириш бўйича ҳар қандай амалга ошириладиган мақсадли йўналишларни фикримизча, худудий ривожланишнинг маркетинг стратегияси сифатида талқин қилишимиз мумкин.

Иккинчи ёндашувга худуд ривожланишининг маркетинг стратегияси сифатида худуднинг ўзига хос бўлган товар ва хизматларини мақсадли бозорларга киритиш жараёнидаги муносабатлари мақсадларини ва ҳаракатларини киритиш лозим деб ҳисоблаймиз. Шунга кўра, ушбу ёндашув доирасида маркетинг стратегияси худудда ўзига хос бўлган маҳсулотларини ишлаб чиқиш стратегияси ёки Ф.Котлернинг фикрига кўра, худудни ривожлантириш бўйича умумий стратегик йўналишлар сифатида қуйидагиларни қабул қилиш мумкин [2, 290]:

- сайёҳлар ва ишбилармонларни жалб қилиш;
- бошқа худудлардан бизнесни жалб қилиш;
- мавжуд бизнесни сақлаш ва кенгайтириш;
- кичик бизнесни ривожлантириш, рағбатлантириш ва уларга ёрдам бериш;
- экспортни ва учинчи томон инвестициялари оқимини ошириш;
- аҳолини турмуш даражаси ва худудда яшовчилар сонини ошириш.

Фикримизча, ушбу стратегияларнинг ҳар бири учун тегишли йўналишни ва унинг вакиллари ташқи бозорларга олиб чиқишни таъминлайдиган маркетинг стратегиясини яратиш лозим. Одатда А.П. Панкрухин [3, 416] томонидан худудий маркетинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишини янада жадаллаштириш, аҳолининг турмуш даражасини ошириш ва инновацион иқтисодиётни шакллантириш жараёнида энг муҳим омил сифатида қаралган.

Худудлар аҳолиси эҳтиёжларини самарали қондириш тамойиллари ва ижтимоий-иқтисодий ривожланиш жараёнларининг тамойиллари, худуднинг маркетинг имкониятларини шакллантириш йўналиши бўйича Целых Т.Н. тадқиқот олиб борган бўлиб, худуднинг маркетинг салоҳиятини ошириш алгоритми таклиф этилган [4,20].

Ибрагимхалилова Т.В. тадқиқотлари худудий маркетинг сиёсатининг асосий йўналишлари тадқиқ этилган ва унинг мақсадли дастурини умумлаштирилган модели таклиф этилган. Асосий илмий янгилик сифатида худуд брендини шакллантириш орқали ижтимоий-иқтисодий самарадорликни ошириш йўналишлари таклиф этилган [5, 22].

Маҳсулотларни ташқи бозорларга чиқариш учун худудий органларнинг экспорт салоҳиятини оширишда маҳаллий корхоналарга ёрдам бериши мумкин бўлган кооперация алоқаларининг аҳамиятини ошириш бўйича қуйидаги вазифаларни ҳал этиш зарур:

1. Маълумот етказиб берувчилар - экспорт қилувчи компанияларга экспорт бозорларидаги маълумотни етказиб бериш.
 2. Брокерлар - кичик корхоналар учун пудратчи ва дистрибьюторларни излаш.
 3. Воситачи - маҳаллий ишлаб чиқарувчиларни чет эл ваколатхоналари ва савдо кўргазмаларига иштирокини рағбатлантириш.
 4. Маслахатчи - семинар ва конференциялар, тренинглар ўтказиш.
 5. Молиячилар - кредитлаш, имтиёзлар, кафолатлар.
 6. Қабул қилувчилар - кўргазма ва ярмаркаларни ташкил этиш, хорижий ишбилармонларни қабул қилиш.
 7. Мақсадли ишбилармон гуруҳлари - ҳудуднинг етакчи кластерларини тарғиб қилиш учун мақсадли йўналишлар белгиловчилар.
 8. Промотерлар – маркетинг ва савдо вакиллари.
 9. Логистлар – савдо муносабатларидаги транспорт муаммоларни ечиш ва ривожлантириш.
 10. Янги технологиялар ишлаб чиқувчи – ҳудудий синов – лаборатория марказлари, янги технологияларни синовдан ўтказиш марказлари.
- Бироқ ҳудудларда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни экспорт салоҳиятини ошириш бўйича маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишда бизнес фаолият иштирокчиларнинг самарали фаолият юритишлари учун ҳудуднинг ўзига хос жиҳатларидан келиб чиққан ҳолда яна бир қатор вазифаларга эътиборни қаратиш лозим.
- Ҳудудда жойлашган маҳаллий корхоналар ўзининг бизнес фаолияти бўйича барча маркетинг тадбирларига юқори эътибор қаратишади. Шунинг билан бирга маркетинг ташаббускорлардан бири - бу маҳаллий ҳокимиятдир, аммо улар бозорга ўз маҳсулотларини таклиф қилмайди, чунки улар маҳсулот ишлаб чиқарувчилар эмас. Шу муносабат билан маҳсулотни ташқи бозорга чиқариш жараёнида ҳокимият ва маҳаллий бизнеснинг ҳамкорлиги, унинг даражаси муҳим аҳамиятга эга.
- Республикамиз вилоят ҳокимликлари томонидан маҳсулотлар экспортини ривожлантиришга қаратилган турли йўналишларда йиллик дастурлар ва стратегик аҳамиятга молик лойиҳалар амалга оширилмоқда, экспорт қилувчиларни рағбатлантириш, ташқи ҳамкорлар топиш, жаҳон мамлакатларида ўтказилаётган халқаро ярмаркаларда тадбиркорлик субъектларнинг иштирокини таъминлаш бўйича вазифаларни бажармоқда. Юқоридагилар билан бир қаторда ҳудудда маҳсулотлар экспорт стратегияси вилоятнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишини назарда тутувчи ва экспорт маркетинг стратегиясининг асосий йўналишлари ҳисобланган ҳудуд имижини, экспорт фаолияти инфратузилмасини маркетингини, ўзаро муносабатлар маркетингини, туризм маркетингини кабилар билан мутаносибликни таъминланиши лозим (1-расм).



1-расм. Худуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш стратегияси билан боғлиқ бўлган маҳсулот экспортининг маркетинг стратегияси.

Вилоятнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш стратегияларига мутаносиб равишда амалга ошириладиган экспорт маркетинги ҳудуд имижини яратишга қаратилган барча тадбирларда ҳам ўз аксини топиши ўзаро муносабатлар маркетинги стратегияларидан фойланишда ҳудудларга жалб қилинадиган инвестициялар салмоғини, ҳамкор давлатлар билан амалга ошириладиган лойиҳаларни кенгайтириш орқали амалга ошириш лозим.

Тошкент вилояти мамлакатимизнинг бошқа ҳудудларига нисбатан экспорт салоҳияти жиҳатидан энг юқори ўринлардан бирини (иккинчи) эгаллайди. Экспорт салмоғининг аксарият қисмини саноат маҳсулотлари ва пахта толаси ташкил қилади. Тошкент вилоятининг 2018 йил ташқи савдо айланмаси 4118,6 млн. АҚШ долларини ташкил этиб, 2015 йилга нисбатан ўсиш суръати 130,0 фоиз, жумладан, экспорт операциялари эса МДҲ давлатларидаги экспортнинг камайиши ҳисобига 95,1 фоизни, импортнинг ўсиши эса қарийб 2 мартани ташкил этган.

1-жадвал

Тошкент вилоятининг ташқи савдо айланмаси (млн АҚШ доллари)

Кўрсаткичлар	2015 йил	2016 йил	2017 йил	2018 йил	2018 йилда 2015 йилга нисбатан, %
Ташқи савдо айланмаси	3167,7	2912,2	3 207,60	4 118,60	130,0
шу жумладан:					
МДХ давлатлари	1264,6	1156,8	1 120,70	1 676,40	132,6
бошқа давлатлар	1903,1	1755,4	2 087,00	2 442,10	128,3
Экспорт	1677,4	1229,8	1 406,00	1 595,60	95,1
шу жумладан:					
МДХ давлатлари	646,3	422,5	379,1	436,6	67,6
бошқа давлатлар	1031,1	807,3	1 026,80	1 159,00	112,4
Импорт	1490,3	1682,4	1 801,60	2 523,00	169,3
шу жумладан:					
МДХ давлатлари	618,4	734,3	741,5	1 239,90	200,5
бошқа давлатлар	871,9	948,1	1 060,10	1 283,10	147,2

Тошкент вилоятида жами 316 та корхона экспортёр корхоналар ҳисобланиб, уларнинг 240 таси саноат маҳсулотлари, 76 таси мева-сабзавот маҳсулотларини экспорт қилувчилар ҳисобланади. 2018 йилда вилоятда жами корхоналар томонидан 4118,6 млн АҚШ долларилик экспорт амалиётида озиқ-овқат маҳсулотлари 10,8 фоизни, қора ва рангли металллар 67,4 фоизни, пахта толаси 3,7 фоизни ташкил этган (1-расм).

Экспорт қилинаётган товар ва хизматларнинг асосий қисми Туркия ва Хитой Халқ Республикаси ҳиссасига тўғри келмоқда. Бу эса умумий экспорт ҳажмининг 47,8 % ини ташкил қилади. Туркия ва Хитой Халқ Республикасига экспорт қилинаётган товарлар таркибига назар ташласак, асосан энергия манбалари ва нефт маҳсулотлари, кимё маҳсулотлари ва ундан тайёрланган буюмлар ҳамда озиқ-овқат маҳсулотлари гуруҳларидан иборат эканлигини кўришимиз мумкин.

Вилоятда мавжуд саноат корхоналарига нисбатан экспорт қилувчи корхоналар салмоғи бўйича Бекобод ш. (3,3 %), Чирчиқ ш. (5,1 %), Оҳангарон ш. (3,2 %), Бекобод (3,1 %), Зангиота (4,1 %), Қибрай (3,3 %) устун турсада, умумий натижага нисбатан пастдир.



**1-расм. Тошкент вилояти товар ва хизматлар экспорти таркиби
(млн.АҚШ доллари)**

Тошкент вилоятида иқтисодий тармоғи бўлмиш саноат соҳаси юқори даражада ривожлангани сир эмас. Бугунги кунда вилоятнинг мамлакатимиз саноатидаги улуши 14,7 фоизни ташкил этиши катта ишлаб чиқариш салоҳиятига эга эканлигини кўрсатиб турибди.

Вилоятда электроэнергетика, автомобилсозлик, металлургия, ёқилғи-энергетика мажмуаси, кимё ва нефть-кимё, қурилиш индустрияси, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш бўйича иқтисодий тармоқни локомотиви бўлган йирик ишлаб чиқариш корхоналари фаолият юритмоқда.

Тошкент вилоятининг таянч саноат корхоналари жойлашган йирик шаҳарлари республиканинг ҳам муҳим индустриал марказлари ҳисобланиб, ҳудудларнинг мувозанатли ривожланишини таъминлашда муҳим омилдир. Бу ерда республика саноат маҳсулотининг 8,2 фоизи ёки мамлакатимиз йирик шаҳарларида (25 тасида) яратилаётган маҳсулот ҳажмининг 27,3 фоизи ишлаб чиқарилади. Чирчиқ ва Олмалик шаҳарларида жон бошига тўғри келадиган ишлаб чиқариш ҳажми республика ўртача кўрсаткичидан мос равишда 2,5 ва 8 мартага ортиқ бўлиб, улар моношаҳарлар ҳисобланади.

Шу билан бирга, ишлаб чиқариш салоҳияти ва аҳолининг тадбиркорлик фаоллигини иноватга олиб, вилоятда иқтисодий омиллардан оптимал фойдаланишга ва экспортига ёрдам берувчи янги шакллари жорий қилинмоқда. Вилоятнинг табиий-иқтисодий салоҳияти негизида "Ангрен" махсус индустриал зонасининг (2012 йилда Ангрен шаҳри ва Оҳангарон туманининг бир қисмида) ташкил этилиши юқори қўшилган қийматга эга юксак технологияли маҳсулотлар ишлаб чиқаришни ўзлаштиришга ва минтақанинг экспорт салоҳиятини оширишга имкон бермоқда.

Шунингдек, Тошкент вилоятида тармоқнинг таянч секторлари ривожланган автомобилсозлик, кимё ва нефть-кимё машинасозлиги

йўналишлари билан ажралиб туради. Шу билан бирга, минтақа буғ ва юқори босимли қозонлар, электризоляцияли конструкциялар, оптик ва оптик-механикали асбоблар, механизация ва автоматизация учун асбоблар, қурилиш саноати ва мелиорация ишлари учун жиҳозлар ва ҳ.к. ишлаб чиқариш бўйича республикада етакчи ўринни эгаллайди.

Юқоридаги таҳлил натижаларидан маълум бўлмоқдаки, Тошкент вилоятининг экспорт имкониятлари ва инвестицияларни жалб қилиш кўлами бошқа ҳудудларга нисбатан юқори бўлиб, товарлар экспорти маркетинги стратегиясини ишлаб чиқиш каби муҳим вазифаларни амалга ошириши лозим.

Тошкент вилоятини ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш Стратегиясини самарали амалга ошириш ҳудудда кечаётган ижтимоий-иқтисодий жараёнларни бошқаришнинг ташкилий ва функционал асосларини такомиллаштиришни талаб этади. Бу борада белгиланган устувор йўналишлар билан амалда мавжуд иқтисодий имкониятлар ҳамда ҳудудий экспорт қилувчи корхоналар ва маҳаллий бошқарув жараёнлари ўртасидаги мувофиқликни таъминлаш муҳимдир. Шу ўринда, стратегияда узок муддатга белгиланган мақсад ва йўналишларнинг маҳаллий бошқарув органларининг ижтимоий-иқтисодий жараёнларни мувофиқлаштиришдаги жорий вазифалари билан уйғунлаштириш муҳим аҳамиятга эга.

Стратегияда белгиланган мақсад ва вазифалар тизимли ва комплекс хусусиятга эга эканлигидан келиб чиқиб, Стратегияни амалга оширишнинг ҳаракат дастурида экспорт қилувчи маҳаллий корхоналарни ҳудудни ривожлантиришнинг комплекс дастурларини ишлаб чиқишга кўпроқ эътиборини қаратиш лозим. Бундан ташқари ушбу комплекс ривожлантириш дастурлари кўпроқ маҳаллий ташаббусга таянган ҳолда амалга оширилиши белгиланган лойиҳаларни ўз ичига олган бўлиши керак. Бу эса, маҳаллий ҳокимият органларига ҳудудни ривожлантиришнинг устувор йўналишларини ва узок муддатга мўлжалланган истиқболларини белгилашда уларнинг мустақиллигини оширишни талаб этади. Бу масала, энг аввало, кўплаб ваколатларни маҳаллий тадбиркорларнинг стратегик мақсадларига мутаносиб бўлишини тақозо этади.

Юқордагилардан келиб чиққан ҳолда маҳаллий бошқарув органларининг функционал вазифалари ва ҳудудий маркетинг стратегиялари, аввало, ҳудуд имижини оширишга, ишбилармонлик муҳитини яхшилаш ва инвестицион фаолликни кучайтиришга, ижтимоий ривожлантириш масалалари ва инфратузилмани ривожлантириш жараёнлари ҳам маҳсулот экспорт маркетинги стратегиялари билан узвий боғланган бўлиши лозим. Бунинг учун амалдаги бошқарувни мувофиқлаштириш, тартибга солиш ва назорат ишларини юқорида келтирилган вазифалар билан функционал жиҳатдан мувофиқлаштириш ва уйғунлигини таъминлаш талаб этилади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли фармони //Халқ сўзи, 2017 йил 8 февраль. Ўзбекистон Республикаси қонуни ҳужжатлар тўплами, 2017 йил. 6 (766-сон), 32-б.
2. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. и др. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Издво «Стокгольмская школа экономики», 2005. – 376 с.
3. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. 2 е изд., дополн. - СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
4. Целых Т.Н. Формирование маркетингового потенциала территории. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. ФУПРФ. Москва – 2018. ст-26
5. Ибрагимхалилова Т.В. Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. ДНУ. Донецк – 2018. стр-50.

Туризмни ривожлантиришда хорижий давлатлар тажрибаси

Хайдаров Низамиддин Хамраевич¹

*¹и.ф.д., проф. Кадрларни қайта тайёрлаш ва
статистика тадқиқотлари маркази директори
ўринбосари*

Мамлакатимиз мустақилликни қўлга киритган дастлабки кунлардан бошлаб, миллий иқтисодиётни географик жойлашувига мос ва менталитетга хос равишда ташкил этиш ҳамда ислохотларни давр талабига мос равишда ривожлантиришга киришилди. Ислохотлар дастлаб ишлаб чиқариш соҳасида давом эттирилган бўлса, сўнггра хизмат кўрсатиш соҳасига жорий этила бошланди. Шуни алоҳида қайд этиш жоизки, хизмат кўрсатиш соҳаларида банк тизими, суғурта тизими, савдо ва маркетинг соҳасида, маълум маънода таълим соҳасида жадал олиб борилди. Тижорат банкларига берилган имтиёзлар яъни улар бир неча йиллар давомида асосий солиқлардан озод этилди. Пировардида, уларга моддий-техника базасини замонавийлаштириб олишга қулай имконият туғилди. Бундай ютуқларни инкор этиб бўлмайди, албатта. Лекин, шуни алоҳида қайд этиш жоизки, миллий иқтисодиётда туризм соҳаси мавжуд бўлиб, бу соҳага кам харажат сарфлайсиз-у бироқ, юқори даромад олиш имкониятига эга бўласиз.

Марказий Осиё давлатлари ичида мамлакатимиз туризмни ташкил этиш ва ривожлантириш борасида бемалол етакчилик қилиш имкониятига эга. Шу бугунги кунгача аждодларимиз қуриб ўз авлодларига қолдириб кетган бино, иншоот ва тарихий асори-антиқалар жуда кўп. Буни қуйидаги иқтибос ҳам