



## Бизнес-режа

Табиий тери маҳсулотларидан  
сумка ва рюкзаклар  
ишлаб чиқариш

МУҚАДДИМА

Ҳозирги замонда мода ва аксессуарлар бозори тез суръатлар билан ривожланмоқда. Харидорлар оддий маҳсулотлардан кўра, ўзгача тарихга эга бўлган ва шахсий услубни акс эттирадиган маҳсулотларни танламоқда. Бундай шароитда қўлда ясалган табиий тери маҳсулотлари алоҳида устунликка эга бўлади. Бу маҳсулотлар нафақат маиший буюм, балки маданий мерос ва услубнинг бир қисмига айланмоқда.

Нима учун айнан табиий тери маҳсулотлари?

- ☒ Табиий материаллар трендда: синтетик материалларга қараганда, ҳақиқий терига бўлган талаб ортаяпти.
- ☒ Қўл меҳнати билан ясалган маҳсулотлар қадрли: истеъмолчилар эксклюзив маҳсулотлар учун кўпроқ тўлашга тайёр.
- ☒ Этно-услуга қизиқиш: Марказий Осиё нақшлари Европа, АҚШ, Россия ва Яқин Шарқда талаб юқори.
- ☒ Юқори фойдалилик: сарф-харажатлар паст, нарх белгилаш имконияти катта.

Ушбу лойиҳа ўз ишини бошлашни хоҳлаган тадбиркорлар учун мўлжалланган. Кам сармоя билан юқори сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва мақсадли бозорга чиқиш имконияти мавжуд.

ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШ ПЕРСПЕКТИВАЛАРИ ВА РАҚОБАТ МУҲИТИ

1. Ўзбекистондаги рақобат муҳити

| Фактор                   | Тавсиф                                                                        |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Асосий ўйинчилар         | Маҳаллий ҳунармандлар, кичик устахоналар, Хитой брендлари                     |
| Рақобат устунликлари     | Уникал этно-услуга, қўлда ишланган маҳсулот, юқори сифатли материаллар        |
| Асосий савдо сегментлари | Маҳаллий иқтисодий муҳит, туристик сегмент, онлайн-савдо, экспорт             |
| Потенциал хатарлар       | Оммавий ишлаб чиқариш билан рақобат, хом ашёга боғлиқлик, мавсумий ўзгаришлар |

Ўзбекистонда ҳунармандчилик кенг ривожланган, аммо этно-услугадаги тери чамдонларнинг оммавий ишлаб чиқарилиши ҳали тўлиқ йўлга қўйилмаган. Бу эса тадбиркорлар учун экологик, сифатли ва ноёб маҳсулот таклиф қилиш орқали иқтисодий бозорда ўз мавқеига эга бўлиш имконини беради.

2. Ўзбекистондаги иқтисодий салоҳиятни таҳлил қилиш

| Фактор                                                     | Қиймат                        |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Умумий аҳоли сони                                          | 36 500 000 киши               |
| Ёшлар улуши (18-35 ёш)                                     | 65% (~23 700 000 киши)        |
| Брендланган маҳсулотлар бозор сиғими                       | \$50 млн/йил                  |
| Табиий теридан ясалган аксессуарларнинг йиллик савдо ҳажми | ~2 500 000 дона               |
| Брендланган теридан ясалган буюмларнинг ўртача нархи       | 900 000 - 3 000 000 сўм       |
| Маҳаллий ишлаб чиқариш улуши                               | ~20-30% (қолган қисми импорт) |

Юқори сифатли теридан ясалган маҳсулотларга бўлган талаб юқори эканлигини ҳисобга олсак, маҳаллий ишлаб чиқариш сегменти ҳали тўлиқ тўлдирилмаган. Бу эса янги тадбиркорлар учун имконият учун кучли рақобатбардошлик имкониятини яратади.

3. Экспорт салоҳияти

| Фактор                                                    | Қиймат                                              |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Асосий экспорт бозорлари                                  | Россия, Қозоғистон, Туркия, Европа, АҚШ             |
| Перспектив савдо каналлари                                | Wildberries, Ozon, Etsy, Amazon, маҳаллий шоурумлар |
| Тери маҳсулотлари секторида экспорт улуши                 | 25-40% (ўсиш тенденцияси)                           |
| Этно-услугдаги чамдонларнинг ўртача нархи (халқаро бозор) | \$50-150                                            |
| Масштабланиш имкониятлари                                 | Юқори – ноёб маҳсулотларга талаб катта              |

Этно-дизайн ва қўлда ясалган маҳсулотларнинг ўзига хослиги туфайли, Ўзбекистонда ишлаб чиқарилган маҳсулотлар халқаро бозорда рақобатбардош бўлиши мумкин. Etsy ва Amazon каби йирик маркетплейслар қўлда ясалган буюмларни юқори нархларда сотиш имконини беради.

4. Трендлар ва мақсадли аудитория

| Фактор                   | Қиймат                                                                  |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Глобал тренд             | Экологик, табиий ва ҳунармандчилик маҳсулотларига талабнинг ошиши       |
| Этник услуб машҳурлиги   | Юқори – Марказий Осиё ва Шарқ мотивлари жуда оммалашган                 |
| Асосий истеъмолчилар     | Ёшлар, сайёҳлар, муаллифлик маҳсулотларини қадрловчилар                 |
| Савдо каналлари          | Instagram, TikTok, Telegram, маркетплейслар, ҳунармандчилик ярмаркалари |
| Мижозларнинг ўртача ёши  | 25-45 ёш                                                                |
| Тўлов қобилияти даражаси | Ўрта ва юқори тоифа сегменти                                            |

Сўнгги йилларда этник дизайнга эга ҳунармандчилик буюмларига қизиқиш барқарор ўсишни кўрсатмоқда. Рақамли савдо шароитида маркетплейслар ва ижтимоий тармоқлар орқали онлайн савдо асосий тарқатиш каналларидан бирига айланмоқда.

РЕЖА ЛОЙИХАСИНИНГ ҚИСҚАЧА ТАҚДИМОТИ

| Параметр               | Тавсиф                                                                                                                           |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лойиҳа номи            | Этно-услугдаги тери чамдон ва рюкзаклар ишлаб чиқариш                                                                            |
| Мақсадли аудитория     | Сайёҳлар, этник услуб ихлосмандлари, маркетплейслардаги онлайн харидорлар                                                        |
| Бошланғич сармоя       | 1 USD = 13 000 сўм курс бўйича, <b>54 600 000 – 78 600 000 сўм</b> диапазони тахминан <b>4 200 – 6 046 USD</b> ни ташкил қилади. |
| Асосий савдо каналлари | Etsy, Ozon, Wildberries, Instagram, Telegram, маҳаллий маркетплейслар                                                            |
| Ўзига хослиги          | Миллий нақшлар ва анъанавий орнаментлардан фойдаланиш                                                                            |
| Оқланиш муддати        | 5~12 ой                                                                                                                          |

|                       |        |
|-----------------------|--------|
| Потенциал рентабеллик | 50-70% |
|-----------------------|--------|

#### ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА РАҚОБАТ МУҲИТИ

| Фактор                                             | Қиймат                                                            |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Ўзбекистонда тери маҳсулотлари иқтисодий салоҳияти | Тахминан 650 000 000 000 сўм ( \$50 млн /йил, 1 USD = 13 000 сўм) |
| Этник услуб машҳурлиги                             | Юқори, айниқса сайёҳлар ва халқаро харидорлар ўртасида            |
| Асосий рақобатчилар                                | Маҳаллий ҳунармандлар, кичик устaxonалар, Хитой брендлари         |
| Ўхшаш чамдонларнинг ўртача нархи                   | 500 000 - 3 000 000 сўм                                           |
| Потенциал ойлик сотув ҳажми (биринчи ойлар)        | 20-50 дона                                                        |

#### МАҲСУЛОТ АССОРТИМЕНТИ

| Маҳсулот тури                   | Савдо сегментидаги ўртача нарх (сўм) | Таннарх (сўм)       |
|---------------------------------|--------------------------------------|---------------------|
| Ўзбекча нақшли тери чамдон      | 900 000 - 2 500 000                  | 350 000 - 750 000   |
| Этно-услубдаги тери рюкзак      | 1 500 000 - 3 000 000                | 700 000 - 1 200 000 |
| Мини-чамдонлар ва ҳамёнлар      | 500 000 - 1 000 000                  | 200 000 - 450 000   |
| Миллий орнаментли тери камарлар | 250 000 - 600 000                    | 100 000 - 300 000   |

#### ИШЛАБ ЧИҚАРИШ УЧУН ЖИҲОЗЛАР

| Жиҳоз                                   | Функция                       | Ишлаб чиқарувчи       | Ўлчамлари (см) | Тахминий нарх (\$)   | Нархи (сўм)                    |
|-----------------------------------------|-------------------------------|-----------------------|----------------|----------------------|--------------------------------|
| Тери учун тикув машинаси                | Ғавур терини тикиш            | Jack H2-CZ            | 50 × 40 × 35   | 850                  | 11 050 000                     |
| Лазерли кесгич (ёки қўл ускунаси)       | Нақш чизиш                    | OMTech 40W CO2        | 81 × 50 × 25   | 1 200                | 15 600 000                     |
| Тиснение пресси                         | Орнамент босиш                | VEVOR Manual Hot Foil | 35 × 20 × 35   | 450                  | 5 850 000                      |
| Қўл ускуналари (пичоқлар, тешгичлар)    | Терини деталь қайта ишлаш     | Комплект YJX          | Турли ўлчамлар | 250                  | 3 250 000                      |
| Чоклар ва мустаҳкамлагичлар учун ускуна | Фурнитурани йиғиш             | Hand Press Machine    | 18 × 10 × 25   | 150                  | 1 950 000                      |
| Иш жойи (стол, ёритиш)                  | Уста устaxonасини ташкил этиш | IKEA Workbench        | 120 × 60 × 75  | 300                  | 3 900 000                      |
| <b>Жами:</b>                            |                               |                       |                | <b>3 200 - 4 200</b> | <b>41 600 000 - 54 600 000</b> |

Нархлар AliExpress, Ozon, Amazon маркетплейсларининг жорий маълумотларига асосланган. Барча жиҳозлар Ўзбекистонга етказиб бериш имконияти билан мавжуд.

**ТЕРИ ХУСУСИЙ МАҲСУЛОТЛАР ИШЛАБ ЧИҚАРИШ УСТАХОНАСИ УЧУН КЕРАКЛИ МАЙДОН**

Иш жойи эргономикаси ва ускуналарнинг қулай жойлашишини ҳисобга олган ҳолда керакли ишлаб чиқариш майдони ҳисобланди.

| Ускуналар                                         | Ўлчамлари (см) | Тавсия этилган ишчи зона (м²) | Изоҳлар                                                                  |
|---------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Тери учун тикиш машинаси (Jack H2-CZ)             | 50 × 40 × 35   | 1.2 м²                        | Оператор ўтириш жойи ва мато ҳаракатланишини ҳисобга олиш керак.         |
| Лазер кесгич (OMTech 40W CO2)                     | 81 × 50 × 25   | 1.5 м²                        | Материал юклаш учун олд ва ён томонлардан кириш имконияти талаб этилади. |
| Тамғалаш пресс (VEVOR Manual Hot Foil)            | 35 × 20 × 35   | 0.8 м²                        | Жуда компакт ускуна, иш столида жойлаштириш мумкин.                      |
| Қўл асбоблари (пичоқлар, тешувчилар, УЈХ тўплами) | Турли ўлчамлар | 1 м²                          | Тери материалларини қўлда ишлов бериш учун иш жойи.                      |
| Риветни ўрнатиш ускунаси (Hand Press Machine)     | 18 × 10 × 25   | 0.5 м²                        | Пресс ёки умумий иш столи ёнида жойлаштириш мумкин.                      |
| Иш столи (IKEA Workbench)                         | 120 × 60 × 75  | 2 м²                          | Асосий жой – қирқиш, йиғиш ва ишлов бериш учун.                          |
| Тери ва сарф материаллари сақлаш зонаси           | -              | 2-3 м²                        | Полкалар, жавонлар ва материалларни сақлаш учун қутилар.                 |
| Йўлак ва эркин ҳаракатланиш майдони               | -              | 4-5 м²                        | Қулай ишлаш ва эркин ҳаракатланиш учун майдон.                           |

**Жами керакли майдон: 13-15 м²**

Бу ҳисоб-китоблар **устахонанинг самарали жойлашуви ва иш жараёнларининг қулайлиги** учун оптимал вариантларни кўриб чиқади. Агар кўпроқ ускуналар қўшиш ёки **ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш** режалаштирилса, майдон мос равишда оширилиши мумкин.

**Якуний ҳисоб-китоб:**

- ▶ **Минимал керакли устакхона майдони:** ~12 - 15 м².
- ▶ **Оптимал ишлаш учун тавсия этилган майдон:** ~18 - 20 м²

**Хулоса:**

- 3 × 4 м ўлчамли устакхона бошланғич ишга тушириш учун етарли бўлади.
- Агар имконият бўлса, 4 × 5 м ўлчамли устакхона ташкил қилиш тавсия этилади – бу иш жараёнини анча қулай ва самарали қилади.
- Тери материаллари билан ишлашда хавфсизликни таъминлаш учун вентиляция тизими муҳим, шунингдек, аник ишлов бериш учун яхши ёритиш керак.

**ЛОЙИҲАНИ АМАЛГА ОШИРИШ БЎЙИЧА ҚАДАМБА-ҚАДАМ ЙЎРИҚНОМА**

**1-қadam. Якка тартибдаги тадбиркорликни рўйхатдан ўтказиш**

Муддат: 1 кун ☒

Ҳаракатлар:

- ✓ Soliq мобил иловасини юклаб олиш.
- ✓ Ўзбекистон Республикаси Давлат Солиқ Қўмитаси (ДСК) тизимида якка тартибдаги тадбиркор

(ЯТТ) сифатида рўйхатдан ўтиш (бепул).

- ✓ Фаолият турини танлаш – тери маҳсулотлари ишлаб чиқариш.
  - ✓ Электрон рақамли имзо (ЭРИ) ва солиқ ҳисоб рақамини олиш.
- 

## **2-қадам. Ускуналар ва асбоб-ускуналарни харид қилиш**

Муддат: 1-2 ҳафта ☒

Ҳаракатлар:

- ✓ Ускуналар етказиб берувчиларини танлаш (AliExpress, Ozon, Amazon).
  - ✓ Тикиш машинаси, лазер кесгич, пресс, тешувчилар, заклепка қўйиш ускунасини харид қилиш.
  - ✓ Етказиб беришни кутуб, устахона (иш жойи) ташкил қилиш.
- 

## **3-қадам. Хомашё ва материалларни харид қилиш**

Муддат: 3-7 кун ☒

Ҳаракатлар:

- ✓ Тери, иплар, фурнитура бўйича маҳаллий етказиб берувчиларни топиш (маҳаллий бозорлар, AliExpress, Ozon).
  - ✓ Биринчи партия хомашёни (50-100 та маҳсулот учун) харид қилиш.
  - ✓ Материаллар сифатини текшириш, намунавий тестлар ўтказиш.
- 

## **4-қадам. Биринчи маҳсулот намунасини тайёрлаш**

Муддат: 1-2 ҳафта ☒

Ҳаракатлар:

- ✓ 5-10 та синовчи модель сумка ва рюкзаклар ишлаб чиқариш.
  - ✓ Тикиш сифатини, материаллар ва дизайнни текшириш.
  - ✓ Маҳсулот учун фото ва видео-тақдимот тайёрлаш.
- 

## **5-қадам. Онлайн-дўкон очиш ва савдо каналларини созлаш**

Муддат: 2-3 ҳафта ☒

Ҳаракатлар:

- ✓ Маркетплейсларда рўйхатдан ўтиш (Etsy, Ozon, Wildberries, Instagram Shop).
  - ✓ Бренд яратиш (ном, логотип, корпоратив стиль).
  - ✓ Ижтимоий тармоқларда реклама ва таргетингни созлаш (Instagram, TikTok, Telegram).
- 

## **6-қадам. Биринчи савдолар ва бозор таҳлили**

Муддат: 1-2 ой ☒

Ҳаракатлар:

- ✓ Маркетплейслар ва ижтимоий тармоқлар орқали сотувни бошлаш.
  - ✓ Мижозлар фикр-мулоҳазаларини кузатиш ва бозор талабини таҳлил қилиш.
  - ✓ Доимий буюртмалар тушса, ишлаб чиқариш ҳажминини ошириш.
-

7-қадам. Бизнесни кенгайтириш ва ривожлантириш

Муддат: 6-12 ой ☒

Харакатлар:

- ✓ Янги маҳсулот турларини жорий қилиш (рюкзаклар, аксессуарлар, белбоғ сумкалар).
- ✓ Савдо каналларини кенгайтириш – маҳаллий дўконлар, меҳмонхоналар, брендлар билан ҳамкорлик қилиш.
- ✓ Экспортни ривожлантириш – халқаро маркетплейсларда сотиш (Etsy, Amazon Handmade).

МОЛИЯВИЙ БЛОК

Капитал харажатлари (CAPEX) UZS (бир марталик)

Изоҳ:

☒ Ўзбекистонда ўзини ўзи банд қилган тадбиркорни рўйхатдан ўтказиш бепул. Рўйхатдан ўтиш "Soliq" мобил иловаси орқали 15 дақиқада амалга оширилади.

**Муҳим:** Ўзини ўзи банд қилган шахслар бир қатор солиқлардан озод қилинади, фақат 4% даромад солиғи тўлайди.

| Харажат моддалари                                          | Энг паст кўрсаткич (UZS) | Энг юқори кўрсаткич (UZS) | Изоҳ                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Жиҳозлар хариди                                            | 41 600 000               | 54 600 000                | Қуйидаги асбоб-ускуналарни ўз ичига олади: тери учун тикиш машинаси, лазерли кесгич, пресс, қотириш учун қурилма ва қўл инструментлари |
| Бошланғич материаллар хариди (тери, иплар, фурнитура)      | 8 000 000                | 12 000 000                | Бошланғич захира, кейинги харидлар ОПЕХ доирасида режалаштирилган                                                                      |
| Маркетинг ва реклама                                       | 1 500 000                | 4 000 000                 | Таргетли реклама ва ижтимоий тармоқлар учун контент яратиш харажатлари                                                                 |
| Маркетплейсларда интернет-дўкон очиш                       | 2 000 000                | 5 000 000                 | Маркетплейс комиссиялари (Etsy, Ozon, Wildberries) ва реклама харажатлари                                                              |
| Бошқа харажатлар (логистика, қопламалар, тест маҳсулотлар) | 1 500 000                | 3 000 000                 | Мижозларга маҳсулот етказиб бериш ва тест партияларини ўз ичига олади                                                                  |
| <b>ЖАМИ</b>                                                | <b>54 600 000</b>        | <b>78 600 000</b>         | <b>Бизнесни тўлиқ ишга туширишга тайёр ҳолатда</b>                                                                                     |

Операцион харажатлар (ОПЕХ) (ойлик) UZS

Эслатма:

- ☒ Ишлаб чиқариш шахсий бинода ташкил этилган (ижара тўловлари йўқ).
- ☒ Харид ва маркетплейсларда жойлаштириш билан боғлиқ харажатлар янгиланган ҳолда ҳисобга олинган.

| Харажат моддалари                                                       | Энг паст кўрсаткич (UZS) | Энг юқори кўрсаткич (UZS) | Изоҳ                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Материаллар хариди (тери, иплар, бўёқлар, фурнитура)                    | 6 000 000                | 12 000 000                | 3-ойдан бошлаб ишлаб чиқариш учун мунтазам хом ашё хариди          |
| Етказиб бериш ва логистика                                              | 1 500 000                | 3 000 000                 | Мижозларга маҳсулот етказиб бериш (Ўзбекистон ва хориж)            |
| Реклама ва тарғибот                                                     | 2 500 000                | 5 500 000                 | Таргетли реклама, контент-маркетинг, реклама кампанияларини яратиш |
| Маркетплейсларда жойлаштириш ва комиссиялар                             | 3 000 000                | 6 000 000                 | Etsy, Wildberries, Ozon, Instagram Store учун тўловлар             |
| Коммунал тўловлар (электр энергияси, интернет, сув)                     | 500 000                  | 1 500 000                 | Минимал харажатлар, чунки иш шахсий бинода олиб борилади           |
| Якка тартибдаги тадбиркорлар учун солиқ (даромаднинг 4%)                | 1 440 000                | 2 880 000                 | Прогноз қилинган тушум асосида ҳисобланган                         |
| Бошқа харажатлар (асбоб-ускуналарни янгилаш, қоплама, тест маҳсулотлар) | 2 000 000                | 4 000 000                 | Янги истеъмол материаллари хариди                                  |
| <b>ЖАМИ</b>                                                             | <b>16 940 000</b>        | <b>34 880 000</b>         | <b>Операцион харажатлар (CAPEX такрорланмасдан)</b>                |

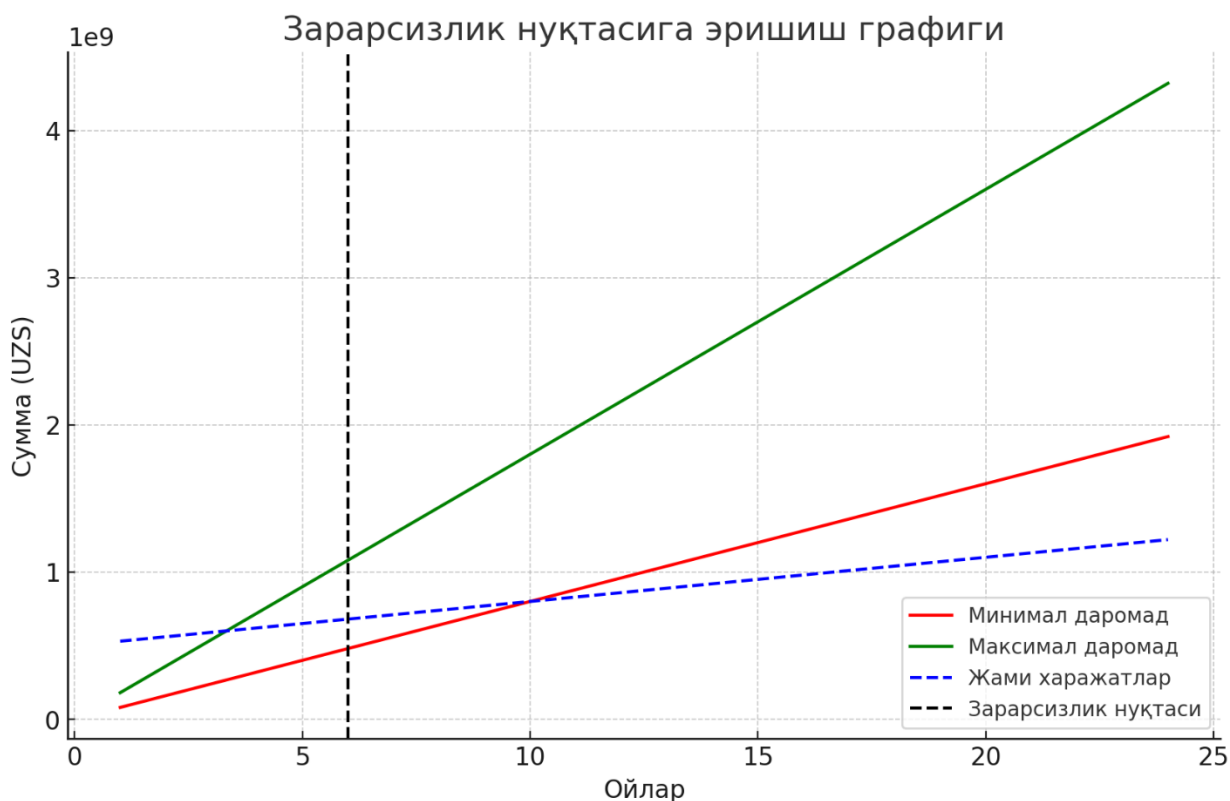
#### Даромад прогнози (UZS)

**Эслатма:** Ҳисоб-китоблар бозор шароитлари ва режалаштирилган харажатлардан келиб чиқиб амалга оширилган.

| Кўрсаткич                         | Энг паст кўрсаткич (UZS) | Энг юқори кўрсаткич (UZS) | Изоҳ                                                      |
|-----------------------------------|--------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Бир дона сумканинг ўртача нархи   | 1 300 000                | 1 300 000                 | Бозор талабидан келиб чиқиб белгиланган нарх              |
| Бир дона сумканинг таннари        | 450 000                  | 450 000                   | Материаллар, қоплама, логистика ва комиссиялар киритилган |
| Режалаштирилган ойлик сотув ҳажми | 50                       | 150                       | Реализациянинг тахминий ҳажмлари                          |
| Ойлик даромад (тушум)             | 65 000 000               | 195 000 000               | Маҳсулотни сотишдан умумий даромад                        |
| Операцион харажатлар (ОРЕХ)       | 16 940 000               | 34 880 000                | Барча харажатлар ҳисобга олинган ҳолда                    |
| Ойлик соф фойда                   | 48 060 000               | 160 120 000               | Барча харажатлар чиқарилгандан кейинги соф даромад        |
| Йиллик соф фойда                  | 576 720 000              | 1 921 440 000             | Жорий сотув ҳажми бўйича кутилаётган йиллик фойда         |

График шунга ишора қиладики, **нуфли нуқтаси (зарарсизлик нуқтаси) тахминан 4-ойда** эришилади, бу вақтда кумулятив даромад (ҳатто минимал тушумда ҳам) умумий харажатлар даражасини кесиб ўтади. Бу шундан далолат берадики, **5-ойдан** бошлаб бизнес соф фойда келтира бошлайди.

Максимал даромад ҳосил қилинганда эса рентабеллик тезроқ эришилади ва лойиҳа юқори даромадли бизнесга айланади.



Қизил чизиқ — минимал кумулятив даромад, яшил чизиқ — максимал кумулятив даромад, кўк нуқтали чизиқ — умумий харажатлар. Қора нуқтали чизиқ эса нуқта безубудликни кўрсатади.

#### Зарарсизлик нуқтасига эришиш графиги бўйича хулоса

Графикдан кўриниб турибдики, бизнес тахминан **5-ойда** зарарсизлик нуқтасига етади. Бу шундай маънони англатадики, ушбу босқичда **умумий даромадлар барча жами харажатларни қоплайди** ва бизнес **соф фойда** бера бошлайди.

#### Асосий жиҳатлар:

- ☒ **Тез фойдага чиқиш** — атиги **5 ойда** зарарсизликка эришиш, бу кичик бизнес учун юқори самарали натижа ҳисобланади.
- ☒ **Даромаднинг барқарор ўсиши** — зарарсизлик нуқтасидан сўнг бизнес барқарор даромад олиш фазасига ўтади.
- ☒ **Масштабластириш имконияти** — агар сотув ҳажми **ойига 150 та маҳсулот** даражасида сақланса, рентабеллик ва умумий фойда кўрсаткичлари янада ошади.

#### ХУЛОСА

Этно-услугдаги чарм сумкалар ва рюкзаклар ишлаб чиқариш лойиҳаси якка тартибдаги тадбиркорлар учун юқори рентабелликка эга истиқболли бизнес ҳисобланади. Бизнеснинг паст бошланғич харажатлари, эксклюзив маҳсулот сифати ва барқарор савдо каналлари орқали 5-6 ой ичида зарарсизлик нуқтасига (безубутлик нуқтасига) чиқиш мумкин.

Миллий анъаналарга асосланган маркетинг стратегияси ва онлайн савдо тизими барқарор талабни шакллантириб, бизнесни келажакда масштабластириш имконини беради.

Қўшимча равишда, мазкур лойиҳа ҳунармандчилик соҳасида шахсий ишни йўлга қўйиш ва келажакда халқаро бозорга чиқиш салоҳиятига эга барқарор бренд яратиш имкониятини тақдим этади. Экологик тоза, эксклюзив ва қўлда тайёрланган аксессуарларга бўлган талабнинг ўсиши ва онлайн савдоларнинг жадал ривожланиши ушбу бизнесни даромадли ва узоқ муддатли барқарор қилади.

Тизимли ёндашув, самарали савдо платформаларини танлаш, операцион харажатларни оптималлаштириш ва бренд услубини шакллантириш тадбиркорга рақобатбардош устунлик ва узоқ муддатли муваффақият кафолатлайди.

#### Лойиҳа самарадорлигини ошириш учун қўшимча омиллар

| Бўлим                                               | Тавсиф                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Таваккалчиликлар ва уларни камайтириш стратегиялари | <input checked="" type="checkbox"/> Етказиб беришдаги муаммолар – бир нечта таъминловчи билан ишлаш. <input checked="" type="checkbox"/> Рақобат – ноёб этно-дизайн яратиш, инфлюенсерлар билан ҳамкорлик. <input checked="" type="checkbox"/> Мавсумий талаб ўзгаришлари – байрамлар ва туристик мавсумлар олдидан фаол маркетинг.    |
| Бренд тавсифи ва позициялаш                         | <input checked="" type="checkbox"/> Этник услуб + замонавий дизайн – қўл меҳнати, ноёб нақшлар. <input checked="" type="checkbox"/> Эко-маҳсулот – табиий чарм ва экологик тоза материаллардан фойдаланиш. <input checked="" type="checkbox"/> Премиум сифат – ўрта ва юқори нарх сегментига мўлжалланган.                             |
| Мижозлар аудиторияси (мақсадли бозор)               | <input checked="" type="checkbox"/> Ёш тадбиркорлар ва стартапчилар – ишбилармон учрашувлар учун стильли аксессуарлар. <input checked="" type="checkbox"/> Замонавий ёшлар – этник мотивли эксклюзив буюмларга қизиқувчилар. <input checked="" type="checkbox"/> Корпоратив мижозлар – бизнес ҳамкорлар ва VIP-мижозлар учун совғалар. |
| Экспорт имкониятлари                                | <input checked="" type="checkbox"/> МДХ давлатлари – Қозоғистон, Россия, Озарбайжон (этно-маҳсулотларга талаб юқори). <input checked="" type="checkbox"/> Европа ва АҚШ – Etsy, Amazon Handmade каби платформалар орқали. <input checked="" type="checkbox"/> Яқин Шарқ – миллий нақшли премиум чарм маҳсулотларига катта қизиқиш.     |
| Йўл харитаси (1-2 йил)                              | <input checked="" type="checkbox"/> 1-йил: савдо ҳажмини ошириш, онлайн-дўконни ривожлантириш, маҳаллий дўконлар билан ҳамкорлик. <input checked="" type="checkbox"/> 2-йил: экспорт бозорига чиқиш, маҳсулот ассортиментини кенгайтириш (камарлар, ҳамёнлар, ҳужжат учун жилдлар).                                                    |