



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№9

Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB[®]
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

OpenAIRE

ROAD

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

BASE

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Crossref



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2025



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 629 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 1-sentyabrda ruxsat etildi.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukhonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhmatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyeich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi 336/3-
sonli qarori bilan ro'yxatdan
o'tkazilgan.



MUNDARIJA

Postdan xaridgacha: influenser va ilg'or veb-ilova (PWA – progressive web app)ning chakana sotuvga real ta'siri	14
Abdulaziz Madjidov	
Ta'lim xizmatlari bozori samaradorligini oshirishda ta'lim klasterlarining roli	22
Imamova Nilufar Asamutdinovna	
Korxona raqobatbardoshligini oshirishda marketingning tovar strategiyasidan foydalanish holati.....	29
Xidirov Sherzod Olimovich	
O'zbekistonda moliyaviy savodxonlikni institutsionallashtirish: NFIS, Finlit.uz va ta'lim islohotlari	34
Irgashev Anvar Farxodovich	
Moslashuvchan menejment tizimlarini yashil iqtisodiyotga integratsiyalash tasnifi	39
Umarov Bexzod Batirovich	
Qishloq xo'jaligida innovatsion marketing strategiyasini ishlab chiqish.....	43
Sheraliyev Axror Sodiqovich	
O'zbekiston Respublikasida moliyaviy bank xizmatlarini rivojlantirishning tendensiyalari, undan samarali foydalanish imkoniyatlari va konseptual jihatlarini	48
Roziqov Behzod Bahrom o'g'li	
Metallurgiya korxonalarida raqamli texnologiyalarni joriy etish chet el tajribasi	54
Abdullayeva Matluba Nematovna	
Исследование связи между восприятием изменения климата и внедрением устойчивых методов ведения сельского хозяйства в Узбекистане	59
Светлана Ражабова, Бахром Миркасимов	
Surxondaryo viloyati qishloq xo'jalik tarmog'ini barqaror rivojlantirishni iqtisodiy-ekologik modellari	68
Abdug'aniyev Otabek Allajonovich, Xo'jamqulov Bekzod Turdaliyevich	
Milliy iqtisodiyotda real sektor salmog'i va uning o'zgarish tendensiyalari	75
Mambetjanov Qahramon Qurbandurdiyevich, Isroilova Muhabbat Rustamjon qizi	
Qo'shilgan qiymatni soliqqa tortish uslubiyoti: xususiyatlari, vazifalari va muammolari	89
Xaitov Shuxrat Sharipboyevich	
Kognitiv yondashuv asosida tibbiyot oliy ta'lim muassasalari talabalari grammatik va diskursiv kompetensiyalarini shakllantirishning nazariy modeli va pedagogik texnologiyasi.....	94
Dadadjanova Feruza Muhammadyusupovna	
Transport tizimining rivojlanishi milliy iqtisodiy o'sishining asosi sifatida	98
Narziyev Umidjon Baxrillayevich	
Loyiha risklarini aniqlashda zamonaviy usullar va ularning samaradorligi.....	105
Marufhanov Davron Xasanovich	
Современные методы управления на железнодорожном транспорте в процессе трансформации системы.....	109
Кушакова Мамура Наримановна	
Финансовые механизмы и модели менеджмента в развитии устойчивой экономики транспортных компаний	115
Шарапова Гулчехра Рустамовна	
Kasbiy ta'limda o'quvchilarning raqamli kompetensiyasini shakllantirish va baholashning innovatsion yondashuvlari	120
Maxkamova Zuhra Tursunpulotovna	
Audit ishi sifati darajasini oshirish yo'nalishlari.....	124
Qushmatov Otaxon Qurbonaliyevich	



Erkin iqtisodiy zonalarda investitsiya loyihalarini moliyalashtirishning nazariy va amaliy asoslari.....	131
Yuldashev Baxtiyor Gayradjonovich	
Ko'chmas mulk qiymatini baholash va uning ekonometrik tahlili	135
Jaloliddinova Mohira Alisher qizi	
Современные тенденции и вызовы бюджетно-макроэкономической политики в Узбекистане	142
Хазраткулова Лола Нармуминовна	
Intellectual mulkda iqtisodiy mohiyat, mazmun hamda huquqiy jihat uyg'unligi	148
N.D.Maxmudova	
Axborot texnologiyalari asosida ta'limda loyiha boshqaruvida sun'iy intellekt va mashinali o'qitish imkoniyatlari	152
Xodjiyeva Durdona Abdurasolovna	
Концепция "Зеленого учета" и его значение для экономического развития.....	157
Умарова Зулайхо Турсуновна	
Iqtisodiyotning asosiy tarmoq va sohalariga kiritilgan investitsiyalarning joriy holati tahlili	166
Ismailova Kutlibeka Ulug'bek qizi	
O'zbekistonda yoshlar tashkiloti faoliyatini tashkil etishning o'ziga xos jihatlari va rivojlanish bosqichlari	172
Usmonov Adxamjon A'zamjonovich	
O'zbekiston Respublikasi maxsus iqtisodiy zonalarini investitsion holatini hududlar kesimida tahlili.....	178
Anvarxonov Abdulatifxon Jamshidxon o'g'li	
Kichik biznes va o'rta biznesni rivojlantirish orqali aholi farovonligini ta'minlash.....	184
Ahmedov Oybek Turgunpulatovich, Nurqulov Nurbek Sirojiddin o'g'li	
Fiskal siyosat instrumentlari orqali yashirin iqtisodiyotni qisqartirish va legallashtirish metodologiyasi.....	189
Ergasheva Malikaxon Avazxon qizi	
Fond bozorida savdo strategiyasi va uni amalga oshirishga yo'nalishlari.....	192
Soliev Istam Ixtiyorovich	
Sanoat korxonalarini innovatsion rivojlantirishning asosiy tamoyillari	197
Yuldasheva Kamola Miraliyevna	
Iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda davlat boshqaruvi tizimining isloh qilinishi: Tajriba va istiqbollar.....	202
Mashrabaliyev Ibroximbek Mashrabaliyevich	
Iqtisodiyotning real sektorida investitsion loyihalarni moliyalashtirish amaliyoti.....	209
Qosimova Lola Sultanovna	
Sanoat mahsulotlari eksportida logistika zanjirining uzluksizligini ta'minlash: nazariy asoslar va amaliy yondashuvlar.....	217
Kurbonova Ma'mura Abdukarim qizi	
Soliq ma'murchiligiga zamonaviy texnologiyalarini joriy etish orqali qo'shilgan qiymat soliq ma'murchiligi bazasini kengaytirish yo'llari	222
Raxmonqulov Umidjon Rustam o'g'li	
Инновационные подходы к созданию проблемно-ориентированной системы прогнозирования, оптимизации и управления отраслями региональной экономики (жилищное строительство)	231
Далиев Ахтам Шарафутдинович	
Tovar-moddiy resurslar harakati samaradorligini oshirishda UZEX faoliyatining joriy holatini baholash.....	238
Sherzod Xolmurodovich Pardayev, Mamatkulov Farrux Gulomjon o'gli	
Sog'liqni saqlash tizimida tadbirkorlik faoliyatining turlari	244
Solikhova Dildora Alisher qizi	



“O‘ztemiryo‘lyo‘lovchi” ajning asisii faoliyatini samaradorligini oshirishda autsorsing xizmatini joriy etish strategik asoslari	250
Kaxarova Nilufar Yerkinjonovna	
Mintaqani kompleks rivojlantirishning metodologik asoslari va ustuvor yo‘nalishlari.....	256
Jumayeva Zulfiya Qayumovna	
Sog‘liqni saqlash tashkilotarida xarajatlar samaradorligini ta‘minlash masalalari	260
Raximova Maftuna Axmadjon qizi	
Aksiyadorlik jamiyatlarida sof foydani taqsimlash bilan bog‘liq bo‘lgan soliq solish masalalari	264
Suyunov Otabek Shuxrat o‘g‘li	
O‘zbekiston qonunchiligida raqamli transformatsiya jarayonida elektron to‘lov kartalarini soxtalashtirishni jinoyatlashtirish	276
Maxsadaliyeva Maftuna Toxir qizi	
Mamlakatimizda intellektual xizmatlar bozorini rivojlantirish masalalari.....	281
Miyassarov Davron Abdurashid o‘g‘li	
Validation of the dutch eating behaviour questionnaire (DEBQ) in a sample of uzbek women.....	285
Khursana Usmanova, Dr Muhammad Bilal, Dilafuz Qo‘chqorova	
Iqtisodiy xavfsizlik tizimlarini o‘ziga xos jihatlari	295
Nabiyev Bexzod Shavkatovich, Bayboboeva Firuza Nabijonovna	
Davlat qarz siyosatini optimallashtirishda islomiy moliya instrumentlarining qo‘llanish imkoniyatlarini kengaytirish yo‘nalishlari	299
Tilabov Nasrulla Tashmurotovich	
Роль институциональных структур фондового рынка в обеспечении финансовой стабильности.....	305
Камилова Севара Анваровна	
The Impact of Digitalization on the Management System in the Entrepreneurial Environment of Uzbekistan.....	309
Ibragimova Saida Ilkhomovna	
China’s Investment Strategy in Uzbekistan: Sectoral Trends and Strategic Implications (2013–2024).....	313
Maftuna Nuriddinova	
Qo‘shilgan qiymat solig‘i tushunchasi va uning iqtisodiy mohiyati	319
Eshkarayev Bobir Chariyevich	
Raqamli boshqaruvning afzalliklari va uni rivojlantirish istiqbollari	324
Xolbayeva Marg‘uba Qazoqboyevna	
Korporativ boshqaruvning nazariy asoslari: O‘zbekistonda qo‘llanish imkoniyatlari.....	328
Jumayeva Guzal Sherxon qizi	
Audit organizations in Uzbekistan	332
Razzaqov Jasur Xamraboevich, Yaqubov Matrasul Mavlonberdiyevich, Sabirova Nodira Komil qizi	
Xorijiy investitsiyalarning turlari va xususiyatlari	337
Gofurov Doston Boxromovich	
Mahalliy budjet mablag‘larining samaradorligini oshirishda auditning o‘rni.....	341
Primova Shaxnoza Komiljonovna	
Модели управления государственными финансами в зарубежных странах.....	345
Наимов Шохрух Шарофиддинович	
O‘zbekistonning sirkulyar iqtisodiyotga o‘tishi: yashil o‘sish indikatorlari tahlili	352
Hakimov Anvarjon Abdulloyevich	
Innovation management in the education system: practical challenges, international experience, and effective strategies based on the example of Uzbekistan.....	356
Imomov Inomiddin Abdulxamidovich, Egamberdiyev Farxod Botirovich	
Трансформация энергетического комплекса Узбекистана: текущее состояние и перспективы развития	363
Хмель Е.В., Мирджалилова Д.Ш., Дерюгина Е.А., Лозовская Н.А.	



Improving the efficiency of personnel management and optimizing labor costs in Sam Glass LLC.....	368
Musayeva Shoira Azimovna, Agzamov Avazkhon Talgatovich	
Interactive design and museum management: enhancing guided tours through IOT and virtual solutions.....	374
Ibrokhimova Aziza Abbasovna	
Hududlar investitsion jozibadorligini oshirish yo'llari.....	379
Imomova Kamola Novfal qizi	
"Innovatsion usulda baliq yetishtirishning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llari (Sirdaryo tumani misolida)"	385
Bo'ltakov Sardor Oqbo'ta o'g'li	
Bank filial tarmoqlari samaradorligini baholashning xorijiy tajribasi va undan O'zbekiston banklari amaliyotida foydalanish imkoniyatlari	392
Xoshimov Og'abek Nizomjon o'g'li	
Zamonaviy iqtisodiyotda davlat xaridlarinin elektron savdolarining o'rni	398
Burxanov G'ofur Baxodirovich	
Реализация концепции развития рынка зеленой экономики в сфере экономической безопасности Республики Узбекистан.....	401
Юнусова Римма Рахманбердиевна	
Tijorat banklaridan "foyda" solig'ini undirishning bugungi holati.....	408
Ergasheva Lobar Raxmatulla qizi	
O'zbekiston oziq-ovqat sanoatini iqtisodiy rivojlantirish yo'nalishlari	415
Abasova Gulirano Rahmatullo qizi	
Xorijiy tajribalar asosida ekologik tadbirkorlikning innovatsion va investitsion yo'nalishlarini tashkil etish	419
Turg'unova Tursunoy Maratovna	
Sanoat korxonalari jozibadorligini oshirishda marketing strategiyasini amalga oshirish xususiyatlari	424
Raxmonova Feruza Musakulovna	
Turizm sohasida investitsion faoliyat: nazariy asoslar va amaliy yo'nalishlar.....	428
Ergashev Durdonaxon Aziz qizi	
Qashqadaryo viloyatida barqaror turizmning rivojlanish tendensiyalari va mavjud muammolar tahlili.....	432
Suyunova Dilnoza Mexridin qizi	
Iqtisodiy rivojlanish jarayonida investitsion resurslarning mutanosib taqsimlanishi: samaradorlik va ustuvor yo'nalishlar.....	436
Otaboyev Feruzbek Oybek o'g'li	
Xususi banklar faoliyatini rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning moliya bozoriga ta'siri	441
Abduqahhorov Asilbek Ahror o'g'li	
Mehnat resurslari tushunchasi, tarkibi va uning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati.....	447
Kobilova Zebo Bobokulovna	
Xorijiy davlatlar tajribasida moliyaviy siyosatning makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashdagi roli.....	453
Jabborova Dilafruz	
The impact of exchange rate policy on the financial-monetary system and economic growth.....	459
Raxmanova Laylo Baxodirovna	
Современные вызовы и модельные подходы к обеспечению конкурентоспособности банковской системы Узбекистана.....	464
Юлдашева С.Ш.	
Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishda soliq mexanizmidan samarali foydalanish yo'llari	470
Ishimova Mohinur Absalomovna	
Innovative pathways for advancing sustainable tourism in Uzbekistan.....	477
Feruz Karimov	



Tijorat banklarida biznes subyektlari faoliyati samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish yo'llari.....	482
Mirpulatova Luiza Mansurovna	
O'zbekistonda sanoat zonalarining rivojlanish bosqichlari va huquqiy-me'yoriy asoslari	488
Vafoyev Akmal Ikromovich	
Qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan samarali foydalanishda Germaniya tajribasi	493
Pardayeva Maftuna Ulug'bek qizi	
Korxonalar moliyaviy faoliyati bo'yicha auditorlik risklarini xalqaro standartlar asosida baholash	497
Shirinov Uchqun Abduxalilovich, Abduxalil-zoda Ra'no Muzaffar qizi	
Ishlab chiqarish xarajatlarining tarkibi va ularni pasaytirish usullari	501
Sodiqov Mirahror Abbos o'g'li	
O'zbekiston Respublikasi hududlarini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda mahalliy budjetlarning ahamiyati.....	509
Sharopov Dilshodjon Raxmatullayevich	
The role of small business enterprises in enhancing the well-being of the population in Uzbekistan	513
Djalilova Shaxlo Ismoiljon kizi	
O'zbekistonda IPOlarni tashkil etish jarayonlari tahlili	518
Alikulov Azamat Tuygunovich	
Kichik sanoat zonalarini faoliyatining iqtisodiy-statistik tahlili (Surxondaryo viloyati misolida).....	522
Ozoda Batirovna Sakiyeva	
Hududlarning innovatsion turistik salohiyatini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish	528
Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li	
Integrating circular economy principles in marketing and operations of grape export companies for green transition.....	534
Usmonova Diyora Mahmud kizi	
Foreign experiences of improving the quality of services in the field of tourism.....	541
Raxmonov Siyovush Turob ugli	
Z avlodining iste'dodli vakillari uchun raqobat: davlat boshqaruvi sektorining maqsadga yo'naltirilgan raqamli avlodni jalb etish strategiyalari.....	546
Nosirova Shaxzoda Bohodir qizi	
O'zbekiston Respublikasida uglerod solig'ini joriy etish orqali soliq ma'muriyatchiligini takomillashtirish va yashil iqtisodiyotga o'tishni jadallashtirish imkoniyatlari: ekologik, iqtisodiy va institutsional yondashuv	560
Jo'rayev Ahmad Saitnazar o'g'li	
Tijorat banklari reytingiga ta'sir qiluvchi asosiy moliyaviy ko'rsatkichlar tahlili.....	566
Karabayev Nodir Abduhamidovich	
Budjet tashkilotlarida tuziladigan moliyaviy hisobotlarning ahamiyati.....	578
Norqulova Qutlug'nigor Oloviddinovna	
Методы и критерии оценки эффективности конкурентоспособности предприятия	582
Хусейнов Рахим Али оглы	
Zamonaviy HR texnologiyalarining korxonalar samaradorligiga ta'siri: "O'zbekiston temir yo'llari" AJ tajribasi.....	589
Xursanova Gulshan Ravshan qizi	
Oliy ta'lim muassasalarida innovatsion menejment strategiyalarining samaradorligini oshirish yo'llari	593
Pulatova Dildora Abdushukurovna	
Oliy ta'lim tizimida raqamli texnologiyalarni qo'llashning bugungi kunda o'rni va ahamiyati.....	600
Xolmirzayeva Gulruxsor Maxammetovna	
Интеграция информационно-коммуникационных технологий в зеленую экономику: цифровые технологии для устойчивого развития.....	604
Бозорова Ирина Жуманазаровна	



Xorijiy mamlakatlarda tadbirkorlik subyektlari tomonidan mahallilashtirish asosida mahsulot ishlab chiqarishning oʻziga xos jihatlari	608
Mirzabaev Xusniddin Muxamadjonovich	
Цифровизация зеленой экономики: синергия технологий для устойчивого будущего	616
Мухамадиева Кибриё Баходировна, Умарова Надира Рахмановна, Шарипова Зулфия Шокиржоновна, Эшпулатова Хусния Мирғолиб кизи	
O'zbekistonda to'qimachilik mahsulotlari bozori va rivojlanishi	621
Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna	



O'ZBEKISTONDA TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI BOZORI VA RIVOJLANISHI



Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna

TDIU, Marketing kafedrası dotsenti,
iqtisod fanlari nomzodi

Email: nalimhodjayeva030gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada O'zbekistonda to'qimachilik mahsulotlari bozorining shakllanishi, rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari yoritilgan. Mustaqillikdan so'ng amalga oshirilgan iqtisodiy islohotlar, modernizatsiya jarayonlari hamda eksport salohiyatini oshirish borasida ko'rilgan choralar tahlil qilingan. Shuningdek, ishlab chiqarish quvvatlari, ichki iste'mol bozori, mehnat bozori va texnologik rivojlanish darajasiga oid muhim jihatlari ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: to'qimachilik bozori, eksport, modernizatsiya, brend, dizayn, raqamli transformatsiya, barqaror rivojlanish, moda sanoati, mehnat bozori.

Abstract: This article discusses the formation, development trends and prospects of the textile market in Uzbekistan. The economic reforms implemented after independence, modernization processes and measures taken to increase export potential are analyzed. Also, important aspects of production capacity, the domestic consumer market, the labor market and the level of technological development are considered.

Key words: textile market, export, modernization, brand, design, digital transformation, sustainable development, fashion industry, labor market.

Аннотация: В данной статье освещены формирование, тенденции развития и перспективы рынка текстильной продукции в Узбекистане. Проанализированы экономические реформы, проведенные после обретения независимости, процессы модернизации, а также меры по повышению экспортного потенциала. Кроме того, рассмотрены ключевые аспекты производственных мощностей, внутреннего потребительского рынка, рынка труда и уровня технологического развития.

Ключевые слова: рынок текстильной продукции, экспорт, модернизация, бренд, дизайн, цифровая трансформация, устойчивое развитие, индустрия моды, рынок труда.

KIRISH

Jahonning taniqli kiyim-kechak brendlari zamonaviy moda sanoatida raqobatbardoshlikni saqlash va o'sishni ta'minlash uchun ko'p qirrali strategik yondashuvlardan foydalanmoqda. Bugungi kunda ular barqaror moda va ekologik toza brending (eko-brening) yo'nalishlarini rivojlantirish, kiyim-kechaklarni qayta ishlash hamda ikkilamchi sotuv tizimlarini joriy etishga katta e'tibor qaratmoqda. Shu bilan birga, elektron tijorat va onlayn savdo platformalariga investitsiyalarni ko'paytirish, mijozlarni jalb etish maqsadida ijtimoiy tarmoqlar va shaxsiylashtirilgan marketingdan faol foydalanish dolzarb strategiyalar sirasiga kiradi. So'nggi yillarda global moda sanoati marketing strategiyalarini yangilashda neyromarketing yondashuvlariga tobora ko'proq e'tibor qaratmoqda. Jahon bozorida kiyim-kechak va moda mahsulotlariga bo'lgan talab ortib borar ekan, brendlar mijoz ongi va hissiyotlariga chuqur ta'sir o'tkazuvchi reklama va savdo strategiyalarini ishlab chiqmoqda.



O'zbekistonda kiyim-kechak va moda sanoati rivojida global bozorda raqobatbardoshlikni ta'minlay oladigan barqaror brend strategiyalarini ishlab chiqish masalasiga katta e'tibor qaratilmoqda. Jahonning yetakchi kiyim brendlari bilan sifat, dizayn, innovatsion yondashuv va marketing siyosati bo'yicha munosib raqobatlasha oladigan mahalliy brendlarni rivojlantirish davlat siyosati va biznes subyektlari uchun ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu tariqa, O'zbekistonda moda sanoatida xalqaro talab va standartlarga javob beradigan, iste'molchilar ishonchini qozonuvchi, innovatsion va yuqori qo'shilgan qiymatli brendlarni yaratish orqali mamlakatning iqtisodiy salohiyatini oshirish maqsad qilingan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmonida "To'qimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2 barobarga ko'paytirish", "tayyor mahsulotlar uchun milliy brendlarni rivojlantirish va ularning eksportini oshirish, jumladan milliy va xorijiy brenddagi tayyor mahsulot eksporti hajmini 2026-yilda 5 mlrd. AQSH dollariga yetkazish"2 vazifalari belgilab berilgan. Belgilab berilgan vazifalarning bajarilishi mahalliy tikuv-trikotaj korxonalarining brend jozibadorligini marketing strategiyalari asosida oshirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlarning amalga oshirilishini taqozo etmoqda.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

To'qimachilik, tikuv-trikotaj va moda sanoati korxonalarida brend yaratish hamda uni samarali boshqarish masalalari jahon ilmiy adabiyotida keng o'rganilgan. Xususan, xorijiy marketolog olimlarning tadqiqotlarida brend konsepsiyasining shakllanish omillari, iste'molchilarning xulq-atvori va qaror qabul qilish jarayoniga ta'siri, xalqaro bozorda muvaffaqiyatli joylashtirish mexanizmlari yoritilgan. Brend boshqaruvi strategik marketingning ajralmas qismi sifatida qaralib, raqobat ustunligini ta'minlashda brend kapitali, imij va identifikatsiyaning nazariy-uslubiy asoslari muhim ahamiyat kasb etadi. Keller K. L.[1], Mrad M.[2], Kotler P., Park H.[3], Blasi S.[4], Sedita S. R., Mogaji E., Jung S. va boshqa olimlarning ishlari bunga misoldir. Ularning tadqiqotlarida brend kapitalini shakllantirish, jozibadorlikni oshirish va iste'molchilar ongida mustahkamlash usullari ko'rsatilgan.

MDH olimlaridan G.A. Bagiyev [5], V.M. Tarasevich, N.A. Olmezova [6], Mirakyan A. G.[7], Kayumova R. F., Nevolyani Yu. M. va boshqalar brendlarni xalqaro bozorlarda ilgari surish, mahalliy brendlarni global raqobatga moslashtirish masalalarini tadqiq etgan. O'zbekistonda esa A.S. Soliyev [8], N.Q. Yo'ldoshev, M.A. Ikramov [9], A.Sh. Bekmurodov, M.R. Boltabayev, A.A. Fattaxov, Sh.Dj. Ergashxodjaeva [10] va boshqa olimlar marketing va branding nazariyalarining ilmiy-metodologik asoslarini ishlab chiqqanlar. Ammo tikuv-trikotaj mahsulotlari brendlari qiymatini oshirish, ularni xalqaro miqyosda tan olish va modalar bozorida neyromarketingdan foydalanish borasida tadqiqotlar yetarli emas. Shu sababli, modalar bozorida neyromarketingni ilmiy-amaliy o'rganish bugungi kunda dolzarb ilmiy vazifadir.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot metodologiyasi O'zbekiston to'qimachilik mahsulotlari bozorini o'rganish jarayonini aks ettiradi. Ma'lumotlar asosan Davlat statistika qo'mitasi, sanoat korxonalari hisobotlari va ilmiy tadqiqotlar orqali to'plandi. Tahlil jarayonida yig'ilgan ma'lumotlar bozor hajmi, ishlab chiqarish ko'rsatkichlari, eksport-import tendensiyalari va narx o'zgarishlari asosida solishtirildi, natijada bozorning rivojlanish istiqbollari va asosiy muammolari aniqlanib, tahliliy xulosalar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqotlar ko'rsatmoqdaki, to'qimachilik mahsulotlarining ichki bozorida iste'molchilarning afzalliklari tez o'zgarib bormoqda. Yangicha dizayn, sifat va narx to'g'risidagi talablar mahalliy ishlab chiqaruvchilarni bozorda raqobatga moslashishga majbur qilmoqda. Po'latov M. va boshqalar ta'kidlaganidek, "iste'molchi xulq-atvorini o'rganish va unga javobgar mahsulot ishlab chiqarish asosiy vazifalardan biri bo'lib qolmoqda".

To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish soha sifatida ishchi kuchi intensiv hisoblanadi. Shu bois u ko'plab aholi uchun ish o'rne manbai sanaladi. Xalmatov T. ta'kidlaganidek, "yengil sanoat, xususan to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari O'zbekistonda aholi bandligini ta'minlashda yetakchi sohalardan biri bo'lib qolmoqda" [11].

Taqdim etilgan jadval tarmoqlar kesimida iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini ko'rsatadi va marketing nuqtayi nazaridan bozor salohiyati, raqobat darajasi hamda tarmoqlardagi imkoniyatlar tahlili uchun muhim manba hisoblanadi. Umumiy 1120 ta subyekt ichida oziq-ovqat sanoati (186) va savdo sohasi (184) eng yuqori ulushga ega bo'lib, ularning yuqori darajada tarqalganligi iste'molchilar ehtiyojini qondirishda keng bozor segmentlari mavjudligini ko'rsatadi. Bu tarmoqlarda marketing strategiyalari asosan iste'molchi bilan uzluksiz aloqa, brend pozitsiyalash va raqobatbardosh narx siyosatini samarali yo'lga qo'yishga yo'naltirilishi kerak.



Qurilish sanoati (114) hamda yoqilg'i-energetika resurslari sohasi (111) iqtisodiyotda yuqori ulushga ega bo'lib, ular infratuzilma rivojlanishi va energiya ta'minotida strategik ahamiyatga ega. Bu tarmoqlardagi marketing faoliyati ko'proq V2V munosabatlariga asoslanadi va uzoq muddatli sheriklik aloqalari, ishonchli imidj hamda korporativ ijtimoiy mas'uliyat orqali tarmoq brendini kuchaytirish muhim hisoblanadi.

Transport (84), elektroenergetika (87) va yengil sanoat (49) tarmoqlari ham muhim ulushga ega bo'lib, ularda raqobatchi ustunlikni ta'minlash uchun xizmat sifatini yaxshilash, innovatsiyalarni joriy etish va ichki bozorda ustuvor mavqe egallash lozim. Bank sohasida 33 ta subyekt mavjud bo'lib, moliyaviy xizmatlar bozorida marketing kommunikatsiyalari orqali mijoz ishonchini oshirish, raqamli xizmatlarni rivojlantirish hamda mijozlar segmentatsiyasiga asoslangan mahsulotlarni ishlab chiqish zarur.

Sog'liqni saqlash (28) va sug'urta faoliyati (4) nisbatan kichik ulushga ega bo'lsa-da, ularda yuqori ehtiyoj va tez o'sish imkoniyatlari mavjud bo'lib, samarali marketing orqali talabni kengaytirish mumkin. Shu bilan birga, klaster faoliyati (12), metallurgiya (17) va kimyo sanoati (34) kabi sohalarda marketing strategiyalari ko'proq texnologik innovatsiyalar, sifat va eksportbop mahsulotlar orqali samarali yo'lga qo'yilishi kerak. Ekologiya sohasida faqat bitta subyekt mavjudligi bozor imkoniyatlarining deyarli ochilmaganligini ko'rsatadi va bu yo'nalishda innovatsion ekomarketing dasturlari orqali yangi bozor segmentlarini shakllantirish mumkin.

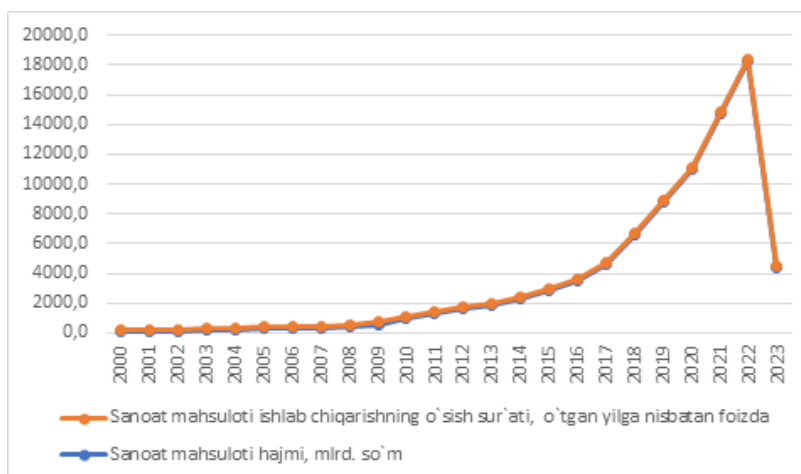
Umuman, jadvaldan ko'rinib turibdiki, tarmoqlar kesimida marketingning asosiy vazifasi yuqori raqobatli sohalarda brend ustunligini ta'minlash, kichik ulushli tarmoqlarda esa yangi bozor imkoniyatlarini ochish orqali barqaror rivojlanishga erishishdan iboratdir.

Taqdim etilgan jadval bo'yicha tahlil shuni ko'rsatadiki, 2015–2022-yillar davomida sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi izchil o'sib borgan bo'lsa-da, 2023-yilda keskin pasayish kuzatilgan. Bu marketing nuqtayi nazaridan bozor kon'yunkturasi, talab va taklif o'zgarishi, xomashyo ta'minoti hamda ishlab chiqarish zanjirlaridagi uzilishlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Masalan, 2021–2022-yillarda sanoat hajmining 14,6 trillion so'mdan 18,2 trillion so'mgacha o'sishi investitsion faollik va iste'mol bozorining kengayganidan darak bersa, 2023-yilda ko'rsatkichning 4,4 trillion so'mgacha tushib ketishi ishlab chiqarish va realizatsiya strategiyalarida muvozanat yetishmasligini anglatadi.

Tarmoqlar kesimida tahlil qilganda, oziq-ovqat va ichimliklar ishlab chiqarish barqaror o'sish tendensiyasini ko'rsatib kelgan, bu esa aholining daromadlari oshishi bilan birga iste'mol talabining yuqoriligi bilan izohlanadi. To'qimachilik va kiyim-kechak sanoatida ham 2015–2022-yillar oralig'ida tezkor o'sish kuzatilgan, bu O'zbekistonning eksport salohiyatini kengaytirish, brendlashtirish va marketing strategiyalarini xalqaro bozorga yo'naltirish zaruriyatini ko'rsatadi. Biroq 2023-yilda bu tarmoqlarda keskin qisqarish kuzatilgani global bozorlardagi talab pasayishi, logistika muammolari va import o'rnini bosish jarayonlarining sekinlashishi bilan izohlanadi.

Kimyo, farmatsevtika, elektr uskunalari hamda metallurgiya sohasidagi o'sishlar O'zbekistonning sanoat diversifikatsiyasiga qaratilgan siyosatini tasdiqlaydi, biroq 2023-yilda ularda ham pasayish bo'lgani marketing strategiyalarini qayta ko'rib chiqish zarurligini ko'rsatmoqda. Xizmatlar yo'nalishida, elektr, gaz va bug' bilan ta'minlash hajmi keskin o'sgan bo'lsa-da, 2023-yilda bu segmentda ham kamayish kuzatilgan.

Demak, sanoat rivojlanishida marketing yondashuvlari talab prognozini to'g'ri belgilash, bozor segmentatsiyasi va iste'molchilarning o'zgaruvchan afzalliklarini inobatga olish orqali qayta ishlab chiqilishi zarur. Shu bois, ichki va tashqi bozorda barqaror o'sishni ta'minlash uchun strategik marketing boshqaruvi, innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish, brendlarni mustahkamlash hamda eksportga yo'naltirilgan marketing kampaniyalarini kuchaytirish muhim hisoblanadi (1-rasm).



1-rasm. Sanoatning asosiy ko'rsatkichlari



Diagrammada keltirilgan ma'lumotlar sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining 2000–2022-yillarda muntazam o'sib borganini va ayniqsa 2017-yildan boshlab keskin yuqori sur'atlarda ko'tarilganini ko'rsatmoqda. Bu davrda iqtisodiy islohotlar, ishlab chiqarish tarmoqlarining diversifikatsiyasi, yangi texnologiyalarning joriy qilinishi va tashqi bozorlarga chiqish imkoniyatlarining kengayishi sanoat hajmining ortishiga sabab bo'lgan. Shu bilan birga, marketing nuqtayi nazaridan qaralganda, bunday o'sish nafaqat ishlab chiqarish quvvatlarining kengayishi, balki ichki va tashqi talabning barqarorligi, iste'molchilarning afzalliklarini inobatga olgan holda mahsulot portfelining boyitilishi bilan bog'liqdir.

Diagrammadagi asosiy e'tiborli nuqta shundaki, 2022-yilda sanoat hajmi tarixiy yuqori darajaga yetgan bo'lsa, 2023-yilda keskin pasayish yuz bergan. Bunday o'zgarish marketing strategiyasida talab prognozlarining yetarli darajada tahlil qilinmaganidan, global bozor sharoitlaridagi beqarorlik, logistika va xomashyo ta'minotidagi uzilishlar yoki ishlab chiqaruvchilarning brend pozitsiyalash va reklama kampaniyalaridagi kamchiliklardan kelib chiqishi mumkin. Bundan tashqari, sanoat mahsulotlari hajmi o'sishi davrida marketing tadqiqotlari iste'molchilarning ehtiyojlari, sifat talablari va narx sezgirligini chuqurroq o'rganishga qaratilgan bo'lsa, sohadagi pasayish risklari kamaytirilib, barqaror o'sish ta'minlanishi mumkin edi.

Shu sababli, 2023-yilda kuzatilgan inqirozli holat sanoat subyektlari uchun bozor segmentatsiyasini yanada aniqroq amalga oshirish, iste'molchilarga moslashtirilgan marketing kommunikatsiyalarini kuchaytirish va innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish zarurligini ko'rsatmoqda. Umuman olganda, grafikdagi tendensiya O'zbekiston sanoatida marketing strategiyalarini qayta ko'rib chiqish, eksport bozorlarini diversifikatsiya qilish va ichki bozorda brendga sodiqlikni oshirish kabi choralarni jadallashtirish lozimligini anglatadi (1-jadval).

1-jadval. O'zbekiston Respublikasida kiyim ishlab chiqarish hajmi to'g'risida ma'lumot

Klassifikator	2010	2015	2020	2021	2022	2023
Sanoat mahsuloti, Mlrd. so'm	38119,0	97598,2	368740,2	456056,1	553265,0	641817,1
Ishlab shiqarish sanoati, Mlrd. so'm	28742,8	78492,3	305928,6	378186,4	460491,8	526372,4
Kiyim ishlab shiqarish	575,8	1585,3	10402,4	13592,8	17264,8	19116,9
Kiyim ishlab shiqarishning jami sanoatdagi ulushi, %	1,51	1,62	2,82	2,98	3,12	3,34
Kiyim ishlab shiqarishning ishlab shiqarish sanoatdagi ulushi, %	2,00	2,02	3,40	3,59	3,75	3,81

Keltirilgan jadval tahlili shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston Respublikasida kiyim ishlab chiqarish sanoati 2010–2022-yillar oralig'ida barqaror o'sish tendensiyasini namoyon qilgan bo'lib, sanoat hajmi 575,8 mlrd. so'mdan 17,2 trln. so'mgacha oshgan. Bu davrda ishlab chiqarish sanoati umumiy hajmining ham, kiyim ishlab chiqarish hajmining ham muntazam o'sib borishi marketing nuqtayi nazaridan aholining kiyim-kechak iste'mol talabi kengaygani, ichki bozor sig'imi ortgani va tashqi bozorlarga chiqish imkoniyatlari kengaygani bilan izohlanadi.

Ayniqsa, 2016-yildan keyin keskin sakrash kuzatilgani, ya'ni kiyim ishlab chiqarish hajmining birdaniga bir necha barobarga oshgani, davlat tomonidan yengil sanoatni qo'llab-quvvatlash siyosati, klasterlashuv jarayonlari va brendlash amaliyotining kuchayishi bilan bog'liqdir (2-jadval).



2-jadval. 2017-2023-yillarda to'qimashilik va tikuv-trikotaj sanoati bo'yisha ishlab shiqarish ko'rsatkislari

№	Ko'rsatkishlar nomi	o'lashov birligi	2020 y.		2021 y.		2022 y.		2023 y.	
			natura	miqdor	natura	miqdor	natura	miqdor	natura	miqdor
1	Paxta tolasi	ming tn.	852,0		1 003,0		1 080,0		1 100,0	
	qayta ishlash darajasi	%	93%		100%		100%		100%	
2	Sanoat mahsulotlari	mlrd. so'm	44 154,2		64 791,1		79 968,5		93 599,4	
	yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar ulushi	%	44,0%		53,7%		53,5%		57,3%	
2.1	Kalava ip	ming tn.	778,2	16 887,2	862,3	19 447,8	905,6	22 640,0	932,4	23 310,0
	qayta ishlash darajasi	%	41,5%		65,2%		45,2%		52,8%	
2.2	Gazlama	mln. kv. M	705,1	2 782,4	716,2	3 522,8	814,3	4 885,8	937,1	5 622,6
2.3	Trikotaj mato	ming tn.	160,5	5 061,1	203,8	7 012,4	242,3	9 692,0	275,8	11 032,0
2.4	Tikuv-trikotaj mahsulotlar	mln. dona	1 520,0	18 689,0	1 997,8	32 720,9	2 324,2	40 673,5	2 698,7	51 275,3
2.5	Paypoq mahsulotlari	mln. juft	400,2	734,5	458,4	2 087,1	461,6	2 077,2	471,9	2 359,5
	Boshqa mahsulotlar	mlrd. so'm								

Kiyim ishlab chiqarishning umumiy sanoatdagi ulushi o'rtacha 1,5–3,1 foiz atrofida bo'lib, u mutlaq hajmlarda yuqori o'sishga qaramay, sanoatning boshqa tarmoqlariga nisbatan o'rtacha ulushni saqlab qolmoqda. Bu esa marketing strategiyalarida kiyim-kechak tarmog'ini yuqori qo'shimcha qiymatli segmentlar – moda, dizayn, milliy brendlar va eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar orqali rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi. Ishlab chiqarish sanoati tarkibida esa kiyim ishlab chiqarishning ulushi 2 foizdan 5 foizgacha o'zgarib, 2016–2017-yillarda eng yuqori cho'qqiga chiqqan, keyinchalik biroz pasaygan; bu esa bozor sharoitlaridagi raqobat, import mahsulotlar oqimi va marketing strategiyalaridagi nomutanosibliklardan dalolat beradi.

Shu nuqtayi nazardan, kiyim sanoati uchun asosiy vazifa ichki bozorda sifatli va zamonaviy dizayndagi mahsulotlar orqali iste'molchilar sodiqligini oshirish, tashqi bozorda esa O'zbekistonni "textile & fashion hub" sifatida tanitish va milliy brendlarni ilgari surishdir. Bu yo'nalishda marketing tadqiqotlarini chuqurlashtirish, iste'molchilarning afzalliklarini prognozlash va raqamli marketing vositalaridan foydalanish sanoatning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

2017–2023-yillar davomida O'zbekistonning to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati ishlab chiqarish ko'rsatkichlari barqaror o'sish tendensiyasini namoyon qilmoqda. Ma'lumotlarga ko'ra, paxta tolasi ishlab chiqarish hajmi 2017-yildagi 468,2 ming tonnadan 2023-yilda 1,1 mln. tonnaga yetib, qayta ishlash darajasi 100 foizga chiqdi. Bu natija respublikada xomashyo eksportidan tayyor mahsulot eksportiga o'tish strategiyasining amalda samarali ishlaganini ko'rsatadi.

Sanoat mahsulotlari hajmi ham 22,8 trln. so'mdan 93,6 trln. so'mgacha oshib, yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar ulushi 27,4 foizdan 57,3 foizga yetgani marketing nuqtayi nazaridan sanoat tarmoqlarida brendlashtirish, sifatni oshirish va xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni mustahkamlash imkonini beradi. Xususan, kalava ip ishlab chiqarish hajmi sezilarli oshgan bo'lsa-da, qayta ishlash darajasi yillar davomida turlicha bo'lgan; bu esa ishlab chiqarish samaradorligi va marketing strategiyalaridagi uzluksiz tahlil zarurligini ko'rsatadi.



Gazlama va trikotaj mato hajmining ortishi ichki va tashqi bozorlarda tayyor kiyim-kechak mahsulotlariga bo'lgan talabning oshib borayotganidan dalolat beradi. Tikuv-trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining 452 mln. donadan 2,7 mlrd. donaga oshgani esa marketingda mahsulot assortimentini kengaytirish, yangi kolleksiyalarni yaratish va dizayn yechimlarini bozorga tezkor olib chiqish zaruriyatini anglatadi. Paqqoq mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining qariyb 5 barobar ko'payishi esa ichki iste'mol bozorida ommaviy talab yuqoriligini ko'rsatadi; bu segmentda brendlar uchun narx va sifat muvozanatini saqlash marketingda ustuvor vazifa bo'lib qoladi.

Umuman olganda, ushbu davrda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati xomashyo bazasidan tayyor mahsulot ishlab chiqarishga o'tib, eksportga yo'naltirilgan yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar salmog'ini oshirdi. Bu esa xalqaro marketing strategiyalarida O'zbekistonni ishonchli ishlab chiqaruvchi sifatida tanitish, ichki bozorni esa innovatsion mahsulotlar va milliy brendlar bilan to'ldirish zarurligini ko'rsatmoqda (3-jadval).

3-jadval. 2017-2023-yillarda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatining eksport ko'rsatkishlari

№	Ko'rsatkishlar nomi	o'lshov birligi	2020 y.		2021 y.		2022 y.		2023 y.	
			natura	miqdor	natura	miqdor	natura	miqdor	natura	miqdor
3	Eksport	mln. doll.		1 868,4		2 931,2		3 229,1		3 386,6
3.1	Kalava ip	ming tn.	455,4	947,3	562,6	1 618,7	409,5	1 422,3	447,8	1172,2614
3.2	Gazlama	mln. kv. m	296,5	103,9	318,5	145,6	305,8	168,1	588,7	171,73247
3.3	Trikotaj mato	ming tn.	33,2	139,5	46,1	238,3	50,4	301,4	60,9	290,44892
3.4	Tikuv-trikotaj mahsulotlar	mln. doll.		648,0		882,3		1 283,2		1 696,50
3.5	Paypoq mahsulotlari	mln. doll.	119,8	29,8	167,3	46,3	168,3	54,1	169,7	55,657158
3.6	Boshqa mahsulotlar	mln. doll.								
	Mahalliyashtirish	mlrd. so'm		1130		566,8		900,9		1286,6

2017–2023-yillar oralig'ida O'zbekistonning to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati eksporti barqaror o'sish tendensiyasini namoyon qilib, 912,7 mln. dollardan 3,38 mlrd. dollargacha yetgani kuzatilmoqda. Bu jarayon mamlakatning paxta xomashyosini eksport qilishdan ko'ra, yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor mahsulotlarni tashqi bozorga chiqarishga intilayotganini ko'rsatadi.

Xususan, kalava ip eksporti hajmi yildan-yilga oshib, 2017-yildagi 224,7 ming tonnadan 2023-yilda 447,8 ming tonnaga yetgan bo'lsa-da, qiymat hajmining pasayib borishi mahsulot narxlari va raqobat sharoitlaridagi o'zgarishlarga bog'liq. Gazlama va trikotaj mato eksporti hajmi ham sezilarli darajada ko'paygan, bu esa xorijiy bozorlarda yarim tayyor mahsulotlarga bo'lgan talabning yuqoriligini ko'rsatadi.

Biroq marketing nuqtayi nazaridan eng muhim o'zgarish tayyor tikuv-trikotaj mahsulotlari eksportida kuzatilib, 2017-yildagi 257,4 mln. dollardan 2023-yilda 1,69 mlrd. dollarga yetgani O'zbekiston brendlari va tayyor kiyim-kechak mahsulotlarining xalqaro bozorda o'z o'rnini topayotganini anglatadi. Bu esa marketing strategiyalarida sifat, dizayn va brend pozitsiyalashni kuchaytirish orqali global raqobatbardoshlikni oshirish imkonini beradi.

Paypoq mahsulotlari eksportida ham sezilarli o'sish kuzatilib, 2017-yilda atigi 12,9 mln. dollardan 2023-yilda 55,6 mln. dollarga yetgan, bu esa ommaviy iste'mol segmentida barqaror talab mavjudligini ko'rsatadi. Shu bilan birga, gazlama va kalava ip kabi yarim tayyor mahsulotlar ulushi yuqori bo'lib qolmoqda; bu esa eksportni chuqurlashtirish va tayyor kiyim-kechak mahsulotlari ulushini yanada kengaytirish zarurligini anglatadi.



Mahalliyashtirish ko'rsatkichlari ham 2017-yildagi 22,9 mlrd. so'mdan 2023-yilda 1,28 trln. so'mgacha oshib, ichki ishlab chiqarish zanjirlarining rivojlanib borayotganidan dalolat bermoqda. Umuman olganda, bu davrda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati eksporti hajmi va tarkibida sifat o'zgarishlari yuz berib, O'zbekistonni xalqaro bozor uchun yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor mahsulotlar ishlab chiqaruvchiga aylantirishda marketing tadqiqotlari, brend strategiyalari va dizayn innovatsiyalarining ahamiyati tobora ortmoqda (4-jadval).

4-jadval. 2023-yilda O'zbekiston brendlari va agentliklarning marketing samaradorligi yakuniy Reytingi (moda yo'nalishi bo'yisha)

O'rin	Brendlar	Reyting	Faoliyat yo'nalishi	Korxonaning yuridik nomi
1	PANDORA	63	07774 - Yakka tartibdagi fuqarolar tomonidan tashkil etilgan korxonalar	"PAHDORA" MShJ
2	Bellstore	41	47750 - Kosmetika va gigiyena vositalarining ixtisoslashtirilgan do'konlarida shakana savdo	"BELLSTORE EXPRESS" MShJ
3	INDENIM	35.5	47712 - Ixtisoslashgan kiyim do'konlarida shakana savdo (trikotaj va paypoqdan tashqari)	"INDENIM" MShJ
4	AYNIMO	18	47712 - Ixtisoslashgan kiyim do'konlarida shakana savdo (trikotaj va paypoqdan tashqari)	"AYNIMO" MShJ
5	EXPRESS BEAUTY	18	96020 - Sartaroshlik va go'zallik salonlari xizmatlari	"EXPRESS BEAUTY" xususiy korxonasi
6	HAIRBOSS	18	Ayollar go'zallik saloni	-
7	Pink Island	16	Xususiy korxona tovar belgisi	
8	7Saber	13.5	47190 - Ixtisoslashmagan do'konlarda boshqa tovarlar shakana savdosi	"7SABER" MShJ
9	Podium Italia	11		
10	EvoEva	9	Kasmetika mahsulotlari shakana savdo tarmoqlari	
11	Fratelli Sasa	5	14140 - Ishki kiyimlar ishlab shiqarish	"FRATELLI DI STILE" oilaviy korxonasi
12	Obid Sobitov Parfum	4.5	Parfumeriya savdo do'konlar tarmog'i	
13	Zargarshop	4.5	Onlayn savdo platformasi	
	ESSO	3.5	47190 - Ixtisoslashmagan do'konlarda boshqa tovarlar shakana savdosi	"ESSO BREND" xususiy korxonasi
14	Eleonse	3.5	14190 - Boshqa kiyimlar va aksessuarlar ishlab shiqarish	"EASTERN ELEGANCE" xususiy korxonasi
15	Insosmetis Asia	3.5	20420 - Parfumeriya va pardozi vositalari ishlab shiqarish	"INSOSMETIS ASIA" MShJ
16	L'AROMA	3.5	LAROMA savdo belgisi. 20420 - Parfumeriya va pardozi vositalari ishlab shiqarish	"UNISOSMETIS" MShJ
17	Blask Quail	3	15120 - SHemodanlar, ayollar so'mkalari va teridan boshqa buyumlar ishlab shiqarish	"THE BLASK QUAIL" xususiy korxonasi
18	Button	2,5	14140 - Ishki kiyimlar ishlab shiqarish	"SOTTON BUTTON" MShJ
19	Oriflame	2	47750 - Ixtisoslashgan do'konlarda pardozi tovarlari va gigiyena predmetlari shakana savdosi	"ORIFLAME" MShJ
20	Begim Perfumes	1	47190 - Ixtisoslashmagan do'konlarda boshqa tovarlar shakana savdosi	"MUSHTARIY-BEGIM PARFUM" MShJ



2023-yilda O'zbekiston moda yo'nalishi bo'yicha brend va agentliklarning marketing samaradorligi reytingi mamlakatda raqobat kuchayib borayotganini yaqqol ko'rsatmoqda. Reytingda birinchi o'rinni 63 ball bilan "PANDORA" egallab, yakka tartibdagi tashabbus asosida tashkil etilgan korxona sifatida bozorda kuchli brend imijini shakllantirganini namoyish etdi. Bu holat marketing strategiyalarida brend identifikatsiyasi, mijozlar bilan hissiy bog'lanish va sodiqlik dasturlarining muhim o'rin tutishini tasdiqlaydi.

Ikkinchi o'rindagi "BELLSTORE EXPRESS" kosmetika va gigiyena vositalari chakana savdosiga ixtisoslashgan holda 41 ball bilan yuqori natija ko'rsatib, bozor segmentatsiyasida ayollar auditoriyasiga to'g'ri yo'naltirilgan marketing kampaniyalari samaradorligini ko'rsatmoqda. Uchinchi o'rinda "INDENIM" 35,5 ball bilan joylashib, moda sanoatida kiyim brendi sifatida iste'molchilar orasida keng qamrovli xaridga erishgan.

Shu bilan birga, "AYNIMO" va "EXPRESS BEAUTY" 18 ball bilan o'rta pog'onada turib, xizmat ko'rsatish sohasida innovatsion marketing vositalari, xususan, raqamli platformalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali auditoriya bilan aloqa qilishga tayanmoqda. Pastki o'rinlarda joylashgan brendlar, jumladan "Fratelli Casa", "Oriflame" va "Begim Parfumes", marketing samaradorligini oshirish uchun strategik yangilanish, reklama diversifikatsiyasi va brend pozitsiyalashni mustahkamlashga ehtiyoj sezmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Umuman olganda, reytingdan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda moda brendlari asosan kosmetika, kiyim-kechak va aksessuarlar segmentida faoliyat yuritib, o'z auditoriyalariga to'g'ri yo'naltirilgan marketing yondashuvlarini qo'llamoqda. Biroq yuqori reytingga erishgan brendlar o'zlarining marketing kommunikatsiyalarini kengaytirib, mijozlar bilan doimiy aloqani ta'minlashga katta e'tibor qaratgan. Shunday qilib, moda sanoati bozorida muvaffaqiyat marketing strategiyasini brend qadriyatlarini, innovatsion reklama vositalari va iste'molchilarning ehtiyojlariga moslashtirish orqali qo'lga kiritilmoqda, bu esa kelgusida xalqaro bozorlarda ham raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

O'zbekistonda to'qimachilik mahsulotlari bozori salohiyati katta. Sektor milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, eksport salohiyatini oshirish va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashdagi ustuvor yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Biroq uning to'liq kuchini yo'qqa chiqarmaslik uchun quyidagi strategik choralar zarur:

Texnologik modernizatsiya: zamonaviy uskunalar, avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish va raqamli tizimlarni joriy etish.

Brend va dizaynni rivojlantirish: moda markazlari, yosh dizaynerlar va milliy brendlarni rivojlantirish.

Moliyaviy qo'llab-quvvatlash: investitsiyalar, subsidiyalar va qulay kredit tizimi.

Kadrlar tayyorlash: tekstil injiniringi, dizayn va moda menejmenti ta'limini kuchaytirish.

Eksportni diversifikatsiya qilish: yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor mahsulot eksporti va xalqaro platformalar orqali sotuv.

Barqarorlik va ijtimoiy mas'uliyatni ta'minlash: „yashil“ va etik moda brendlarni rivojlantirish.

Ushbu choralarni birgalikda amalga oshirish O'zbekiston to'qimachilik bozorini nafaqat mahalliy, balki global darajada raqobatbardosh va rivojlangan sektorga aylantirish imkoniyatini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Keller K. L., Kotler P. Branding in B2B firms //Handbook of business-to-business marketing. – Edward Elgar Publishing, 2022. – C. 205-224.;
2. Mrad M. et al. Brand addiction in the contexts of luxury and fast- fashion brands //Journal of Retailing and Consumer Services. – 2020. – T. 55. – C. 102089.;
3. Park H., Lim R. E. Fashion and the metaverse: Clarifying the domain and establishing a research agenda //Journal of Retailing and Consumer Services. – 2023. – T. 74. – C. 103413.;
4. Blasi S., Brigato L., Sedita S. R. Eco-friendliness and fashion perceptual attributes of fashion brands: An analysis of consumers' perceptions based on twitter data mining //Journal of Cleaner Production. – 2020. – T. 244. – C. 118701.;
5. Г.А.Багиев, В.М. Тарасевич. Маркетинг –Спб.: Питер, 2012; С.И. Антошкин Управление брендом инновационной продукции. Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг, управление инновациями). Дис. на соис. уч. степ. к.э.н., СПб 2017.;
6. Н.А.Ольмезова. Управление позиционированием портфеля брендов. Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг, управление инновациями). Дис.на соис. уч. степ. к.э.н., доцент – 2017. ст 109.;
7. Глупко- Федоричева С. С., Миракян А. Г. Масштабирование бизнеса: как выбрать подходящую модель развития молодому бренду одежды? //Инновации и инвестиции. – 2022. – №. 5. – С. 64-70.;
8. Soliev A.S.. Marketing. Bozorshunoslik. Darslik. 2010 yil.; N.Q. Yo'ldoshev strategik menejment. Darslik. – T.: TDIU, 2013. 140 b.;
9. M.A.Ikramov, Sh.Dj Ergashxodjaeva, Z.D.Adilova, I.U.Ne'matov Upravlenie brendom. O'quv qo'llanma. –T.: Iqtisodiyot, 2019 yil 305 bet.;
10. Sh.Dj.Ergashxodjaeva, I.Nematov Brendni boshqarish. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2019. — 146 b.
11. <https://iqtisodiyot.tsue.uz/journal/index.php/iit/article/view/198>



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 9

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>
