



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

No 1



2026

ISSN: 2992-8982

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



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, yanvar.

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 Shoira Azimovna, 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 Sotvoldixoja 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 Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari

Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi

Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.

Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.

Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

- Salimov Okil Umrzokovich**, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjajevich, 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 Choriyevich, 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.
Abdukariyeva Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat 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
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat 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
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate 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

INSON KAPITALINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	52
Dilnoza Ruziqulova Xoliqovna	
MAHALLIY BUDJET DAROMADLAR BAZASINI BAHOLASH SAMARADORLIGINI TAKOMILLASHTIRISH.....	56
Isoqov Zafarjon Zokirjonovich	
INNOVATSION IQTISODIYOTDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISH BO'YICHA XALQARO TAJRIBA	60
Maksumova Umidaxon Sadikjonovna	
ОЛИГОПОЛИЯ И ТЕОРИЯ ИГР.....	64
Камилова Наргиза Абдукаххоровна, Наимов Самандар Раджабович	
ЦИФРОВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ: НОВАЯ ЭРА ЭФФЕКТИВНОСТИ	67
Каракулов Фарход Зайпудинович	
MEVA-SABZAVOTCHILIK MAHSULOTLARINING EKSPORT SALOHİYATINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINING INNOVATSION YECHIMLARI	72
Ergashev Jamshid Axmadaliyevich	
MOLIYAVIY AKTIVLARNING IQTISODIY MOHIYATI VA TIJORAT BANKLARIDA ULARNING SIFAT MEZONLARINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	77
Iskandarova Munisa Hasan qizi	
MOLIYAVIY RISKLARNI BOSHQARISHDA SUN'IY INTELLEKTNI QO'LLASH IMKONIYATLARI	82
Kojiyev Jaxongir Dushabayevich, To'xtayev Kamol Po'latovich	
MARKETING VA BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA TAYYOR KIYIMLARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	87
Bababekova Gulchexra Baxtiyarovna	
NAMANGAN VILOYATI QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA MODERNIZATSIYA JARAYONLARIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR VA ULARNING IQTISODIY AHAMIYATI	93
Odilova Malika Abdushukur qizi	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	98
Toshtemirov Hojiakbar Qahramon o'g'li	
ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ	103
Артикова Шохида Ильясовна	
MINTAQALARDA OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI INNOVATSION SALOHİYATINI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI JORIY ETISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	107
Dadamirzayev Muzaffar Xabibullayevich	
THEORETICAL ASPECTS OF SERVICES IN THE CONTEXT OF UZBEKISTAN'S ECONOMIC TRANSFORMATION	114
Umidjon Normurodov, Qodirov Yusufbek Suyunbek ugli	
РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ	120
Расулов Нозимжон Набиджонович	



РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ

Расулов Нозимжон Набиджонович

старший преподаватель кафедры «Менеджмент»

Ферганского политехнического института

E-mail: nozimjon.rasulov@mail.ru

ORCID: 0000-0002-1894-7935

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы активизации процессов привлечения инвестиций, модернизации и диверсификации предприятий обувной промышленности. Особое внимание уделяется разработке долгосрочных маркетинговых стратегий на основе повышения эффективности инновационных исследований, совершенствования производственных процессов, увеличения объемов выпуска и расширения ассортимента качественной обувной продукции. Обосновывается необходимость создания условий для организации маркетинговых исследований, основанных на концепциях, ориентированных на потребителя, с целью повышения конкурентоспособности предприятий отрасли.

Ключевые слова: обувная промышленность, рынок обуви, маркетинговая деятельность, потребительский сегмент, конкурентная среда, стратегия, обувной бренд, качество обувной продукции.

Annotatsiya. Maqolada poyabzal sanoati korxonalarida investitsiyalar oqimini faollashtirish, ishlab chiqarishni modernizatsiya va diversifikatsiya qilish masalalari yoritilgan. Innovatsion tadqiqotlar samaradorligini oshirish, ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish, poyabzal mahsulotlari hajmini ko'paytirish hamda sifatli mahsulotlar assortimenti kengaytirish asosida uzoq muddatli marketing strategiyalarini ishlab chiqishning muhim jihatlari alohida e'tibor qaratilgan. Shuningdek, iste'molchiga yo'naltirilgan marketing konsepsiyalariga asoslangan marketing tadqiqotlarini tashkil etish orqali soha korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish zarurligi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: poyabzal sanoati, poyabzal bozori, marketing faoliyati, iste'molchi segmenti, raqobat muhiti, strategiya, poyabzal brendi, poyabzal mahsulotlari sifati.

Abstract. The article examines the issues of intensifying investment inflows, modernization, and diversification of enterprises in the footwear industry. Special attention is paid to the development of long-term marketing strategies based on increasing the effectiveness of innovation research, improving production processes, expanding output volumes, and diversifying the assortment of high-quality footwear products. The study substantiates the importance of creating conditions for organizing marketing research based on consumer-oriented concepts in order to enhance the competitiveness of footwear industry enterprises.

Key words: footwear industry, footwear market, marketing activity, consumer segment, competitive environment, strategy, footwear brand, product quality.

ВВЕДЕНИЕ

В Узбекистане обувная промышленность является важным сектором экономики, и на рынке сформирована своеобразная маркетинговая среда. В отрасли занято около 450 тыс. человек. В сфере производства и реализации кожаной обуви эффективно функционируют около тысячи малых предприятий. Однако доля республики в экспорте обуви составляет менее одного процента, а местные предприятия обеспечивают лишь 42 процента потребностей внутреннего рынка.¹

¹ Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC). List of exporters for the selected product Product: 2019. <http://www.trademap.org/>



В настоящее время осуществляется расширение объёмов производства и номенклатуры экспортно-ориентированной готовой продукции на основе глубокой переработки кожевенного сырья, а также уделяется значительное внимание обеспечению населения качественной и доступной обувью и изделиями из кожи местного производства с учётом потребностей рынка. В целях развития производства качественной и доступной обувной продукции, удовлетворяющей потребности потребителей республики и конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках, созданы условия для увеличения объёмов производства и расширения ассортимента обувной продукции, а также для формирования отечественной импортозамещающей и конкурентоспособной продукции, направленной на насыщение внутреннего рынка.

Вместе с тем тот факт, что объёмы производства обувной продукции не соответствуют уровню потребительского спроса, не позволяет местным предприятиям в полной мере обеспечивать потребности внутреннего рынка. Данная ситуация требует эффективного использования маркетинговых исследований на рынке обувной продукции.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

В трудах зарубежных исследователей маркетинга обувной и потребительской промышленности особое внимание уделяется роли маркетинговых инноваций в обеспечении устойчивого развития предприятий. В фундаментальных работах Филипа Котлера и Гэри Армстронга маркетинг рассматривается как стратегический инструмент формирования потребительской ценности и долгосрочных конкурентных преимуществ, основанных на изучении потребностей рынка, сегментации и дифференциации продукции. Авторы подчёркивают, что в условиях усиления конкуренции инновационные маркетинговые решения, включая брендинг, позиционирование и развитие ассортимента, становятся ключевыми факторами роста эффективности промышленных предприятий, в том числе в обувной отрасли.

В исследованиях российских и региональных учёных маркетинговая деятельность анализируется с точки зрения адаптации предприятий к изменяющейся рыночной среде и глобальным вызовам. В учебнике Т. Д. Масловой, С. Г. Божук и Л. Н. Ковалик маркетинг представлен как комплексная система управления производством и сбытом, ориентированная на повышение конкурентоспособности продукции за счёт качества, инноваций и рыночной ориентации. Материалы республиканских научных семинаров, посвящённых проблемам конкурентоспособности национальной экономики, подчёркивают значимость развития экспортно-ориентированных отраслей и внедрения современных маркетинговых подходов в промышленности Узбекистана. Аналитические данные International Trade Centre за 2019 год дополняют научные исследования практическими сведениями о состоянии мирового рынка обуви и подтверждают необходимость активного использования маркетинговых инноваций для расширения экспортного потенциала отрасли.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование основано на общенаучных методах познания: системном подходе, методах изучения экономической сущности предмета исследования, сравнительных методах, а также методах обобщения и логического анализа. Кроме того, в процессе написания работы был использован ряд специальных методов анализа, среди которых метод экспертных оценок, включая метод сценариев, методы кабинетных и полевых маркетинговых исследований, применяемые для эффективной организации рыночной деятельности обувных предприятий, организации маркетинговых исследований на основе концепций, ориентированных на потребителя, использования цифрового маркетинга, применения современных методов сбора, обработки и анализа данных, повышения эффективности инновационных исследований и совершенствования основ формирования местных обувных брендов.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Развитие обувной промышленности является одним из ключевых направлений подъёма экономики, которого можно достичь более быстро и качественно путём модернизации, а также технического и технологического перевооружения производства. Вместе с тем в проблеме модернизации обувной промышленности необходимо учитывать не только технический, но и экономический аспект. Дело в том, что даже совершенная техника или технология, не обеспечивающая при внедрении в производство достаточного эффекта, не приводящая к снижению издержек, росту производительности труда и повышению качества продукции, не имеет практического смысла. Кроме того, важно учитывать, что модернизация, техническое и технологическое перевооружение производства не являются рядовыми организационно-техническими мероприятиями, не требующими значительных усилий и затрат. Их



реализация практически всегда связана с инвестициями, причём существенными, в зависимости от масштабов модернизации, технического и технологического перевооружения предприятий, которые зачастую осуществляются либо могут осуществляться в ходе их расширения и реконструкции.

Обувная промышленность уже давно является «отправной точкой» индустриализации многих развитых стран и одной из наиболее развитых отраслей в Узбекистане. Развитие данного сектора экономики не только обеспечивает население обувью, являющейся базовым потребительским товаром, но и играет важную роль в повышении уровня жизни. В результате проведённого исследования автором сделан вывод о том, что спрос на обувь во многом связан с потребительскими предпочтениями, при этом решающим фактором выступает субъективное восприятие обувной продукции, а не её объективная оценка. В этой связи особое значение приобретает определение критериев, по которым обувь оценивается и приобретается потребителями. Именно поэтому определение типов обувной продукции, объёмов её производства для потребителей, изучение их потребностей, привычек и иных характеристик, а также последующая группировка на этой основе являются необходимым процессом для предприятий, формирующих и развивающих целевые сегменты рынка для конкретных покупателей. Поскольку способы удовлетворения потребностей потребителей основаны на принципах сегментированного изучения рынка с применением маркетинговых инструментов, возникает необходимость выявления и формирования привлекательных сегментов на основе чётко определённых стратегий и, соответственно, производства и реализации продукции для каждого сегмента.

В условиях усиления процессов глобализации в мировой экономике возрастает значение производства кожи и кожаных изделий как стратегического экономического ресурса. В настоящее время в мире ежегодно производится в среднем 4,4 млрд пар кожаной обуви, из которых 41,7 % приходится на Китай, 6,3 % — на Мексику, 5,4 % — на Италию, 4,4 % — на Бразилию, 4,3 % — на Индию, тогда как доля Узбекистана на данном рынке снизилась с 0,04 % в 2010 году до 0,02 % в 2019 году². В мировом экспорте обуви на ТОП-10 стран, занимающих ведущие позиции (Китай, Вьетнам, Италия, Германия, Бельгия, Франция, Индонезия, Нидерланды, Испания, Гонконг), приходится около 80 % общего объёма экспорта обувной продукции. Незначительная доля Узбекистана в экспорте обуви обуславливает необходимость проведения комплексных маркетинговых исследований в условиях жёсткой конкуренции на мировом рынке, разработки маркетинговых стратегий, основанных на концепциях инновационного маркетинга, а также внедрения инновационных систем управления. По данным компаний, специализирующихся на исследованиях рынка, 97 % крупных обувных брендов внедрили системы постоянного мониторинга рыночного потенциала, доли рынка и ключевых рыночных показателей.

К основным аспектам, которые следует учитывать при проведении исследований предприятий, производящих обувную продукцию, относятся: изменения конъюнктуры рынка обуви; потребительские характеристики продукции и трансформация потребительских предпочтений; сегментные характеристики целевой аудитории; ассортимент продукции, а также сформировавшиеся на рынке процессы продаж и рекламной деятельности; динамика спроса и предложения, колебания цен на обувную продукцию; конкурентная среда и положение предприятия на рынке.

В обувной промышленности Узбекистана в последние годы после обретения независимости наблюдается рост объёмов производства, изменение структуры ассортимента и расширение экспорта готовой продукции за счёт повышения её качества. Экспорт обуви из Узбекистана в 2017 году (по коду TIF TN 64) составил 11,9 млн долларов США, при доле в мировом экспорте 0,009 %, а в 2019 году данный показатель увеличился до 35,6 млн долларов США, при доле экспорта 0,024 %.

Согласно данным Ассоциации «Ўзчармсаноат», объём экспортированной продукции составил 38,2 млн долларов США, при этом было использовано 12,9 тыс. тонн кожевенного сырья. Дополнительно была задействована современная технологическая база, позволяющая производить 3,2 млн пар мужской обуви, 7,8 млн пар женской обуви и 3,65 млн пар детской обуви.

Государственная политика, направленная на развитие обувного рынка в Узбекистане, оказала положительное влияние на активизацию рыночной деятельности предприятий и увеличение доли отечественной продукции на внутреннем рынке. Узбекско-германское совместное предприятие «UzSalaman», расположенное в Ферганской области и обладающее собственным локальным брендом, является крупнейшим производителем обуви в стране и представляет собой предприятие с замкнутым циклом переработки сырья в готовую продукцию. Компания функционирует с 1998-года на основе маркетинговой программы, ориентированной на обеспечение внутреннего рынка качественной обувью. На предприятии занято 354 сотрудника, в том числе 25 административных работников. Основными направлениями деятельности являются пошив обуви, обработка кожаных изделий и производство готовой обувной продукции.

² Подготовлено на основе материалов «Ўзчармпойафзал».



Ассортимент выпускаемой продукции включает мужскую, женскую и детскую обувь. В результате своевременного применения принципов управления и организации деятельности в соответствии с требованиями рынка и условиями жёсткой конкуренции наблюдается повышение эффективности предприятия, а также устойчивый рост экспорта и продаж на внутреннем рынке.

В 2012–2019 годах обувная продукция узбекско-германского СП «UzSalaman» была ориентирована как на экспорт, так и на внутренний рынок, включая значительный объём импортозамещающей продукции. Основной содержательно-сущностной стратегией, реализуемой компанией, является укрепление позиций на мировом рынке, что обеспечивается производством конкурентоспособной продукции для внутреннего рынка и активизацией усилий по расширению присутствия на национальном рынке.

Формирование и развитие целевых сегментов рынка посредством анализа ассортимента обувной продукции, выявления изменений в потребностях потребителей, изучения их привычек и иных характеристик с последующей группировкой на данной основе являются необходимыми условиями для деятельности предприятий. Поскольку удовлетворение потребностей потребителей базируется на принципах сегментированного анализа рынка с применением маркетинговых инструментов, возникает необходимость выявления и формирования привлекательных сегментов на основе чётко определённых стратегий, а также производства и реализации продукции для каждого сегмента.

Важным условием формирования устойчивой конкурентоспособности предприятия является реализация стратегии совершенствования продукции и расширения ассортимента в соответствии с потребительскими характеристиками. Достижение поставленных стратегических целей требует организации эффективных маркетинговых исследований и использования методов стратегического анализа.

Предложение товаров на рынке не может быть обеспечено исключительно за счёт расширения ассортимента. В условиях, когда предлагаемый набор товаров близок по качеству, ассортименту и цене, ключевое значение в процессе реализации приобретает уровень обслуживания. В этой связи обслуживание в торговых точках рассматривается как важнейший инструмент дальнейшего повышения конкурентоспособности обувной продукции.

В связи с этим представляется необходимым постоянное изучение деятельности предприятий, реализующих продукцию узбекско-германского СП «UzSalaman». Использование экспериментальных методов в рамках таких исследований обладает высокой практической значимостью. Выделяются следующие типы экспериментальных моделей:

1. исходный эксперимент;
2. эксперимент, направленный на получение начальных и конечных результатов в экспериментальной группе;
3. эксперимент статической группировки;
4. начальный и заключительный эксперимент с использованием контрольной группы.

Применение экспериментальных методов позволяет новым и постоянным клиентам, посещающим обувные магазины, осуществлять оценку продукции, а также проводить сравнительный анализ потребительских сегментов по полу, возрасту и частоте посещений, включая анализ дисперсии постоянных клиентов.

В целях дальнейшего стимулирования развития кожевенной, обувной и меховой промышленности, увеличения экспортного потенциала, расширения объёмов и ассортимента экспортно-ориентированной продукции на основе глубокой переработки кожевенного сырья, а также обеспечения населения изделиями местного производства были приняты Постановление Президента Республики Узбекистан от 3 мая 2018 года № ПП-3693³ «О мерах по дальнейшему стимулированию развития и роста экспортного потенциала кожевенно-обувной и пушно-меховой отраслей» и Постановление Президента Республики Узбекистан от 15 сентября 2016 года № ПП-2592⁴ «О программе мероприятий по дальнейшему развитию кожевенно-обувной отрасли на 2016–2020 годы».

К основным стратегическим направлениям, обозначенным в данных постановлениях, относятся внедрение системы менеджмента качества, развитие внутреннего и межотраслевого сотрудничества, внедрение передовых информационных технологий и автоматизированных систем управления, создание благоприятных условий для интеграции производства, образования и науки, проведение рекламных мероприятий и выставок, а также расширение экспортной практики через торговые дома.

При этом стратегия проектов по производству обуви не всегда предусматривает конкретные задачи в сфере систематических маркетинговых исследований. Несмотря на наличие в структуре Ассоциации

3 Постановление Президента Республики Узбекистан от 3 мая 2018 года № ПП-3693 «О мерах по дальнейшему стимулированию развития и роста экспортного потенциала кожевенно-обувной и пушно-меховой отраслей»: <https://lex.uz/docs/3720448>

4 Постановление Президента Республики Узбекистан от 15 сентября 2016 года № ПП-2592 «О программе мероприятий по дальнейшему развитию кожевенно-обувной отрасли на 2016–2020 годы»: <https://lex.uz/uz/docs/3065689>



«Узчармсаноат» отдела маркетинга и экспорта, отсутствие специализированных подразделений маркетинговых исследований ограничивает возможности их эффективной организации. В современных условиях глобальной конкуренции маркетинговые исследования следует рассматривать как ключевой инструмент принятия управленческих решений Ассоциацией «Узчармсаноат» в части координации производства и реализации обувной продукции. Существенное значение при этом имеет обеспечение оптимального движения товаров в процессе их производства и сбыта на основе принципов, сформированных в результате маркетинговых исследований.

Использование маркетинговой информации при анализе перспектив развития обувных предприятий и выявлении существующих проблем показало свою эффективность при определении трудностей, возникающих в процессе формирования единого маркетингового комплекса промышленного предприятия. Знание будущего состояния рынка, а также прогнозирование изменений спроса, предложения и цен в определённые временные интервалы имеют важное научное и практическое значение для участников рынка.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Знание рыночной деятельности в условиях инновационного развития Узбекистана должно основываться на ключевых принципах современного научного исследования. Эффективное использование исследовательских методов и приёмов, адаптированных к современным концепциям развития обувной промышленности, позволяет расширить возможности предприятий для устойчивого функционирования на рынке и повышения их эффективности.

Основная задача исследования заключается в предоставлении точной и объективной информации, необходимой для достижения стратегических целей маркетинга, а также в актуализации широкого применения исследований, направленных на разработку ориентированных на потребителя маркетинговых стратегий на рынке обуви. Система взаимосвязанной организации маркетинговых исследований на рынке обувной продукции должна быть выстроена таким образом, чтобы обеспечивать эффективное решение аналитических задач.

Рынок товаров народного потребления в Узбекистане характеризуется высоким уровнем насыщенности, однако преимущественно за счёт продукции иностранных брендов, а не обуви отечественного производства. Подобная ситуация способствует росту цен и снижению реальных доходов населения. Активизация обувного рынка требует от предприятий применения маркетинговых стратегий, ориентированных на персонализацию потребителей при поставке товаров отечественного производства. В этой связи представляется целесообразным использование в исследованиях инструментов виртуального взаимодействия для идентификации потребителей в рамках каждого сегмента рынка.

Список использованной литературы

1. Armstrong G., Kotler P. Principles of Marketing. Prentice Hall, 12th edition, 2006.
2. Market Analysis and Research. International Trade Centre (ITC). List of exporters for the selected product. 2019. URL: <http://www.trademap.org/>
3. Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. — СПб.: Питер, 2018. — 384 с.
4. Материалы Республиканского научного семинара «Проблемы перспективы конкурентоспособности национальной экономики». Вып. 1. — Ташкент, 2015. — С. 212.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2026. № 1

© 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.

EI.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>
