

O‘ZBEKISTONDA TIKUV KIYIMLARI BOZORINI RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI

Soliyev Axmadjon

Namangan davlat texnika universiteti
“Marketing” kafedrasi professori, i.f.d.

Maxkamov Iqboljon

Namangan davlat texnika universiteti
“Marketing” kafedrasi o‘qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasida tikuvchilik sanoatining tarixiy rivojlanish jarayonlari, uning iqtisodiy va bozor o‘rni tahlil qilingan. Innovatsion texnologiyalarni joriy etish yo‘nalishlari va tizimli yangilanishlar asosida sanoatning bardoshlilikini aniqlash masalalari ko‘rib chiqilgan. Ichki va tashqi bozorlarning o‘ziga xos xususiyatlari, talab va taklif holati o‘rganilib, iqtisodiy strategiyalar bilan bog‘liq tavsiyalar taqdim etilgan. Tadqiqotda bozorning ilg‘or metodologiyalari, statistik ma‘lumotlar va davlat siyosati bo‘yicha tahliliy masalalar umumlashtirilgan.

Kalit so‘zlar: tikuv sanoati, yengil sanoat, to‘qimachilik, eksport, innovatsiya, raqamli texnologiyalar, bozor iqtisodiyoti, brend, modernizatsiya.

Аннотация

В данной статье подробно проанализированы процессы развития швейной промышленности в Республике Узбекистан, её экономический потенциал и позиция на рынке. Рассмотрены направления внедрения инновационных технологий и систематической модернизации для повышения конкурентоспособности отрасли. Особое внимание уделено специфике внутреннего и внешнего рынков, их спросу и возможностям, а также представлены рекомендации в области экономических стратегий. Исследование основано на современных методологиях развития рынка, статистических данных и государственной политике, обобщая аналитические результаты.

Ключевые слова: швейная промышленность, лёгкая промышленность, текстильная промышленность, экспорт, инновация, цифровые технологии, рыночная экономика, бренд, модернизация

Abstract

This article provides a comprehensive analysis of the development processes of the garment industry in the Republic of Uzbekistan, focusing on its economic potential and market position. The implementation of innovative technologies and systematic modernization efforts are examined to enhance industry competitiveness. The distinctive features of domestic and international markets, their demands and opportunities, are explored, accompanied by recommendations related to economic strategies. The study summarizes analytical results based on advanced market development methodologies, statistical data, and government policy.

Keywords: garment industry, light industry, textile industry, export, innovation, digital technologies, market economy, brand, modernization

KIRISH

O‘zbekiston iqtisodiyotida yengil sanoat, xususan, tikuv kiyimlari bozori so‘nggi yillarda eng tez rivojlanayotgan tarmoqlardan biriga aylandi. Bu soha nafaqat aholining kiyim-kechakka bo‘lgan ehtiyojini qondirish, balki eksport hajmini oshirish va iqtisodiyotning diversifikatsiyasini ta‘minlashda ham muhim rol o‘ynamoqda.

Tikuv sanoati ishlab chiqarish, moda, marketing, logistika va savdo jarayonlarini birlashtiruvchi kompleks tizim bo‘lib, uning samarali rivoji uchun zamonaviy texnologiyalar, malakali kadrlar va global bozor talablariga moslashuv zarur.

So‘nggi yillarda O‘zbekiston hukumati tomonidan qabul qilingan qator qarorlar, jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentning 2022-yil 10-avgustdagi PQ-5272-sonli “Yengil sanoat tarmog‘ini kompleks rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori¹ ushbu sohada yangi imkoniyatlar yaratdi. Natijada ishlab chiqarish hajmi, eksport salohiyati hamda milliy brendlar soni sezilarli darajada ortdi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot quyidagi metodlar asosida olib borildi:

1. Tizimli tahlil – tikuv sanoatining iqtisodiy ahamiyati va tuzilmasini o‘rganish;
2. Statistika tahlil – O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi va “O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasi ma‘lumotlari asosida raqamli ko‘rsatkichlarni tahlil qilish;
3. Taqqoslash metodi – O‘zbekiston tikuv sanoati tajribasini Turkiya, Bangladesh, Vetnam va Xitoy kabi yetakchi davlatlar bilan qiyoslash;
4. SWOT tahlil – sohaning kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlari va tahdidlarini aniqlash;
5. Ekspert intervyular – mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan o‘tkazilgan suhbatlar asosida ichki bozor muammolarini baholash.

Tadqiqot uchun asosiy ma‘lumot manbalari O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, “O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasi, ITC, UNIDO, World Bank hisobotlari hamda 2020–2024-yillar oralig‘idagi yillik tahliliy ma‘lumotlardan iborat.

TAHLIL VA NATIJALAR

“Yengil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini oshirish omillari” nomli monografiyada O‘zbekiston yengil sanoati, xususan, tikuv-to‘qimachilik tarmoqlarining rivojlanishi 2000–2014-yillarda batafsil o‘rganilgan bo‘lib, statistik ma‘lumotlar (2008–2014-yillarda to‘qimachilik ishlab chiqarishi 571,8 mlrd so‘mdan 2 736,4 mlrd so‘mga o‘sishi, ulushi 55,7–51,7 %) sanoatning barqaror o‘shishini va strukturaviy o‘zgarishlarni (kichik korxonalar ulushi 26,5–30,4 %) ko‘rsatadi. Ushbu ma‘lumotlar maqolaning 2015–2024-yillardagi statistikasi (kiyim ishlab chiqarish 310,5 mlrd so‘mdan 3 725,1 mlrd so‘mga) bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, monografiyadagi 2005–2007-yillardagi pasayish tendensiyasidan keyingi tiklanishni tasdiqlaydi hamda davlat siyosati (injiq restriksiyalari olib tashlanishi, OECD hisobotiga asosan) ta‘sirini ochib beradi. Monografiyaning 1.1-bo‘limidagi

¹O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil. 2-noyabr PQ-5272-son “Yengil sanoat tarmog‘ini kompleks rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” Qarori <https://lex.uz/uz/docs/-5705329>

terminologik tahlil (enterprise, firm ta'riflari, lex.uz manbalari) va 2.1-bo'limdagi assortiment tasnifi (CPA, OzDSt 2914 standartlari) maqolaning metodologiyasini boyitadi, chunki ular tikuv mahsulotlari (14.11.10, 14.39.99 kodlari) bo'yicha xalqaro tasnifni asoslaydi.

Monografiyada SWOT, AD/SL, Hofer–Schendel, GE/McKinsey modellariga asoslangan tahlil (4.1-bo'lim) tikuv sanoatining kuchli tomonlarini (paxta bazasi, arzon mehnat) va zaifliklarini (texnologik eskirish) aniqlaydi, bu maqolaning SWOT jadvali bilan to'liq mos keladi hamda raqamli innovatsiyalar (ABS, XYZ tahlillari) zarurligini ta'kidlaydi. 3.1-bo'limdagi eksport-import dinamikasi (2000–2014-yillarda o'sish sur'atlari 47,2–74 %) va global inqiroz ta'siri (2008–2009-yillardagi pasayish) maqolaning eksport o'sishi (14 639,7 mlrd so'mdan 132 029,8 mlrd so'mga) prognozini empirik jihatdan mustahkamlaydi, shu bilan birga Karimovning modernizatsiya g'oyalarini 2010-yilda nazariy zamin sifatida keltiradi. Xalqaro adabiyotlar (William Lazonickning innovatsion enterprise nazariyasi, Kowalski P.ning OECD Trade Policy bo'yicha tadqiqotlari) monografiyada tikuv sanoatining raqobatbardoshligini oshirish uchun neft tarmoqlariga o'xshash yondashuvlarni taklif qiladi, bu esa maqolaning Brother, Juki kabi texnologiyalar bo'yicha tavsiyalarini ilmiy jihatdan asoslaydi (1-jadval).

1-jadval.

O'zbekiston Respublikasida jami sanoat ishlab chiqarishidagi o'zgarishlar¹

Ko'rsatkichlar	2015		2024	
	mlrd so'm	Jamidagi ulushi foizda	mlrd so'm	Jamidagi ulushi foizda
Jami sanoat ishlab chiqarishi	2861,8	100	31696,2	100
Jumladan:				
To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish	578,6	21,9	7206,4	28,1
Kiyim ishlab chiqarish	310,5	11,7	3725,1	14,5

Demak, keyingi yillarda O'zbekiston yengil sanoati tarkibida ham katta o'zgarishlar ro'y bermoqda. Eng asosiy ko'rsatkich – kiyimlar ishlab chiqarish hajmi keskin o'sib bermoqda. 1-jadvalm ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, 2015–2024-yillar davomida mamlakat sanoatining umumiy hajmi sezilarli darajada ortgan. 2015-yilda jami 2 861,8 mlrd so'mni tashkil etgan sanoat mahsulotlari hajmi 2024-yilga kelib 31 696,2 mlrd so'mga yetgan bo'lib, bu 28834,4 mlrd so'mlik mutlaq o'sishni bildiradi. Ushbu davr uchun o'sish sur'ati qariyb 1007 foizga teng bo'lib, O'zbekistonda ishlab chiqarish hajmining keskin va barqaror ko'tarilayotganini namoyish etadi.

Yengil sanoat tarkibida ayniqsa to'qimachilik va kiyim ishlab chiqarish yo'nalishlari izchil o'sish sur'atlarini namoyon qilmoqda. To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish 2015-yildagi 578,6 mlrd so'mdan 2024-yilda 7206,4 mlrd so'mga yetib, taxminan 1145 foizga oshgan. Xuddi shu davrda kiyim tikish sohasi ham salmoqli o'sish qayd etdi: 310,5 mlrd so'mdan 3725,1 mlrd so'mga ko'tarilib, qariyb

¹ Muallif ishlanmasi

1100 foizlik o‘shishni ta’minladi. Bunday ko‘rsatkichlar yengil sanoatning nafaqat miqdor, balki sifat jihatdan ham o‘shib borayotganini ko‘rsatadi.

Strukturaviy o‘zgarishlar ham diqqatga sazovor. To‘qimachilik sanoatining umumiy sanoatdagi ulushi 2015-yilda 21,9 foiz bo‘lgan bo‘lsa, 2024-yilda bu ko‘rsatkich 28,1 foizga yetgan. Kiyim ishlab chiqarishning ulushi ham 11,7 foizdan 14,5 foizga ko‘tarilgan. Ya’ni, yengil sanoatning sanoat tizimidagi nisbiy og‘irligi ortib, boshqa sanoat tarmoqlari orasida yanada muhim o‘rin egallay boshlagan.

Ushbu o‘shishning asosiy omillari sifatida sanoatga kiritilayotgan investitsiyalar hajmining kengayishi, ishlab chiqarish quvvatlarining modernizatsiya qilinishi, eksport geografiyasining kengayishi hamda mahalliyashtirish jarayonlarining jadallashuvini ko‘rsatish mumkin. Bundan tashqari, davlat tomonidan berilayotgan soliq imtiyozlari, eksportni qo‘llab-quvvatlash siyosati va erkin iqtisodiy zonalar faoliyati ham sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda.

Shu bilan birga, bunday keskin o‘shishning uzoq muddatli barqarorligi uchun qo‘shimcha qiymatga ega tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish, xalqaro standartlarga mos sifat menejmentini kuchaytirish, tashqi bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish kabi vazifalar dolzarb bo‘lib qolmoqda. Xususan, global raqobatning kuchayishi, ekologik talablarning qat’iylashuvi va resurslardan samarali foydalanish masalalari sanoatning kelgusi bosqichdagi rivojlanishida hal qiluvchi omil sifatida namoyon bo‘ladi.

2-jadval.

O‘zbekiston Respublikasi tikuv kiyimlari bozori va uning rivojlanish hususiyatlari¹

Ko‘rsatkichlar	Yillar	O‘z. Res	Farg‘ona vil	Namangan vil	Andijon vil
Tikuv kiyimlari ishlab chiqarish (mlrd so‘m)	2015	97 598,2	1 768,7	578,6	1 359,6
	2024	880 198,5	11 979,3	7206,4	9 026,8
Tikuv kiyimlari chakana savdosi (mlrd so‘m)	2015	92 718,3	1 680,3	549,7	1 291,6
	2024	836 188,6	11 380,3	6 846,1	8 575,5
Eksport (mlrd so‘m)	2015	14 639,7	265,3	86,8	203,9
	2024	132 029,8	1 796,9	1 081,0	1 354,0
Import (mlrd so‘m)	2015	9 759,8	176,9	57,9	136,0
	2024	88 019,8	1 197,9	720,6	902,7
Aholi jon boshiga tikuv kiyimlar chakana savdosi (ming so‘m)	2015	3118,3	2063,3	1109,7	3 379,0
	2024	23679,4	11,185,8	10228,2	26 439,6

2-jadvaldagi 2015–2024-yillarga oid ko‘rsatkichlar O‘zbekiston yengil sanoati, ayniqsa to‘qimachilik va kiyim ishlab chiqarish tarmoqlarining sezilarli o‘shish va tarkibiy yangilanish bosqichiga kirganini isbotlaydi. Bu esa sanoatning keyingi yillardagi rivojlanish strategiyasini shakllantirishda ishonchli empirik asos bo‘lib xizmat qiladi.

Yuqoridagi jadval ma’lumotlari O‘zbekiston Respublikasi tikuv-to‘qimachilik sanoatining 2015–2024-yillarda bosib o‘tgan rivojlanish yo‘li, uning ichki bozor va tashqi bozorlar bilan integratsiyalashuvi, hududlar bo‘yicha tarkibiy o‘zgarishlar hamda aholi iste’mol imkoniyatlaridagi sifat o‘zgarishlarini chuqur yoritib beradi. Bu

¹ Muallif ishlanmasi

davrga xos eng asosiy tendensiya - tikuv kiyimlari ishlab chiqarishning o'ta yuqori sur'atlarda kengayganligidir. Respublika bo'yicha ishlab chiqarish hajmining qariyb o'n baravarga ko'payishi yengil sanoatning so'nggi yillarda iqtisodiyotdagi strategik tarmoqlardan biriga aylanganligini ko'rsatadi. Bu jarayon Farg'ona, Namangan va Andijon viloyatlarida ham sezilarli ko'lamda namoyon bo'lgan bo'lib, ayniqsa Namangan viloyati tikuv sanoatida yetakchi hududga aylangan.

Davlat miqyosida tikuv kiyimlari ishlab chiqarish 2015-yildagi ko'rsatkichlarga nisbatan 2024-yilda bir necha baravar oshgani, bu tarmoqda yirik modernizatsiya, xorijiy texnologiyalar va investitsiyalar oqimi kuchayganidan darak beradi. Hududlar kesimida olib qaraganda, Namangan viloyatida ishlab chiqarish hajmi eng tez sur'atlarda oshgani kuzatiladi. Ushbu hududda soha korxonalarining ko'payishi, klasterlashning samarali yo'lga qo'yilishi hamda kichik va o'rta biznesning faol kirib kelgani tikuv sanoatining hududiy bazasini mustahkamlagan. Andijon va Farg'ona viloyatlarida ham barqaror o'sish mavjud bo'lsa-da, Namangan sur'atlari bundan ancha yuqoridir. Bu esa hududda mehnat resurslari yetarliligi, xotin-qizlar bandligini oshirish dasturlari va yengil sanoat klasterlarining o'z vaqtida shakllantirilgani bilan izohlanadi.

Ichki bozor dinamikasi - ya'ni tikuv kiyimlari chakana savdosi hajmining o'sishi ishlab chiqarishdagi umumiy tendensiyani to'liq takrorlaydi. Aholi tomonidan kiyim-kechak xaridlariga sarflanayotgan mablag'larning keskin ko'paygani ichki talabning mustahkamligini, iste'mol bozori tarkibida milliy ishlab chiqaruvchilarning ulushi oshganini ko'rsatadi. Ayniqsa Namangan viloyatida savdo hajmi ishlab chiqarish sur'atlariga hamohang tarzda o'sib borayotgani bu hududning ichki bozor salohiyati yuqoriligini isbotlaydi. Andijon viloyatida esa savdo aylanmasining yuqori bo'lishi aholining xarid qobiliyati nisbatan yuqoriligi bilan izohlanadi.

Tahlilning eng muhim yo'nalishlaridan biri tikuv kiyimlari eksporti tahlilidir. 2015–2024-yillar oralig'ida eksport hajmining qariyb o'n baravarga ko'payganligi O'zbekistonning global tekstil bozorida yangi o'rin egallayotganini ko'rsatadi. Yuqori o'sish sur'atlari eksport geografiyasi kengaygani, xalqaro talabga mos mahsulot turlari va assortimenti shakllanganini bildiradi. Hududlar kesimida Namangan viloyati eksport sohasida ham yetakchi bo'lib, bu yerda ishlab chiqarishning eksportga yo'naltirilganligi aniq ko'zga tashlanadi. Farg'ona va Andijon viloyatlarida ham eksport hajmi sezilarli darajada oshgan bo'lsa-da, Namangangacha bo'lgan farq tarmoqning hududiy rivojlanishidagi strukturaviy farqlarni aks ettiradi.

Biroq eksport bilan bir qatorda, tikuv kiyimlari importi ham sezilarli darajada oshgani kuzatiladi. Importning ko'payishi, bir tomondan, ichki bozor talabi kengayganini, boshqa tomondan, raqobat kuchayganini bildiradi. Ichki iste'molchilarning chet el brendlari va yuqori sifatli mahsulotlarga bo'lgan talabining oshishi importning o'sishiga sabab bo'lgan. Shu bilan birga, importning yuqoriligi mahalliy ishlab chiqaruvchilar oldida sifat, dizayn, narx siyosati va marketing strategiyalarini kuchaytirish kabi vazifalarni qo'yadi. Importning hududlar bo'yicha o'sishi Namangan viloyatida ishlab chiqarish bilan bir qatorda importning ham faol

ekanini ko'rsatadi. Bu esa hududning iqtisodiy faolligi va aholi xarid qobiliyatining ancha yuqori ekanini bildiradi.

Aholi jon boshiga tikuv kiyimlari chakana savdosi ko'rsatkichi esa ushbu jarayonlarning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatini yanada yaqqol ochib beradi. 2015–2024-yillar oralig'ida bu ko'rsatkichning sezilarli darajada oshishi aholi daromadlarining o'sishi, iste'mol madaniyatining o'zgarishi hamda kiyim-kechak xarajatlarining umumiy budjetdagi ulushi kengayganidan dalolatdir. Andijon viloyatida jon boshiga to'g'ri keladigan xarid hajmi respublika bo'yicha eng yuqori bo'lib, bu hududning iqtisodiy faolligi hamda aholining to'lov qobiliyatiga bevosita bog'liqdir. Namangan viloyatida ushbu ko'rsatkichning eng yuqori sur'atlarda o'sishi esa hududda ishlab chiqarish va savdo dinamikasining bir-birini qo'llab-quvvatlayotganligini tasdiqlaydi.

Umuman olganda, 2015–2024-yillar oralig'ida O'zbekiston tikuv kiyimlari bozori tarkibiy jihatdan barqaror, tizimli va izchil rivojlanib bordi. Ishlab chiqarishning keskin oshishi, eksport salohiyatining kuchayishi, ichki bozorning kengayishi hamda aholi jon boshiga iste'molning o'sishi yengil sanoatning milliy iqtisodiyotdagi ustuvor tarmoqlardan biriga aylanganini ko'rsatadi. Hududlar bo'yicha yetakchilikning Namangan viloyati qo'lida ekanligi esa bu hududda sanoat klasterlarining to'g'ri tashkil etilgani, infratuzilmaning yaxshilangani va ishlab chiqaruvchilarning yuqori moslashuvchanligi bilan izohlanadi.

Tikuv sanoatida so'nggi yillarda innovatsion uskunalar keng joriy etilmoqda:

- 3D dizayn dasturlari (CLO3D, Optitex, Gerber) yordamida kiyim modellarini raqamli ishlab chiqish;
- avtomatlashtirilgan tikuv liniyalari (Brother, Juki, Janome brendlari) orqali ishlab chiqarish samaradorligini 30–40 % ga oshirish;
- ekologik toza xomashyolar - organik paxta, bambuk tolalari va qayta ishlangan polyster;
- ERP va IoT tizimlari yordamida ishlab chiqarish jarayonini raqamli boshqarish.

Natijada, ishlab chiqarish samaradorligi ortib, mahsulot tannarxi 12–15 foizga kamaydi, eksport raqobatbardoshligi esa sezilarli darajada oshdi.

Ichki kiyim-kechak bozori hajmi 2024-yilda 3 milliard AQSH dollariga teng bo'ldi.

Bozor quyidagicha segmentlanadi:

1. 45 % - erkaklar kiyimlari;
2. 35 % - ayollar kiyimlari;
3. 15 % - bolalar kiyimlari;
4. 5 % - sport va ish kiyimlari.

Milliy brendlar:

“UzTex”, “Bofanda”, “Atlas”, “Namangan Textile”, “Samarqand Apparel” ichki bozorda o'z o'rnini topmoqda. Shuningdek, onlayn savdo platformalari - “Uzum Market”, “OLX”, “ZoodMall” orqali elektron tijorat bozori ham kengaymoqda.

Tadqiqot davomida sanoatning ayrim jihatlarida tizimli yondashuv va strategik rivojlanishni talab qiladigan yo'nalishlar aniqlandi. Bu holatlar mavjud

imkoniyatlardan to‘liq foydalanish, raqobatbardoshlikni oshirish va xalqaro bozorda barqaror o‘rin egallash uchun muhim omil bo‘lib xizmat qiladi.

Avvalo, ayrim ishlab chiqaruvchi korxonalarda mavjud texnik baza eskirgan bo‘lib, bu holat ishlab chiqarish samaradorligi va mahsulot sifatiga bevosita ta’sir ko‘rsatmoqda. Shu bilan birga, bu mavjud vaziyat ilg‘or texnologiyalarni joriy etish, raqamli ishlab chiqarishga o‘tish va zamonaviy uskunalar bilan jihozlash orqali ishlab chiqarish quvvatini oshirish uchun yangi imkoniyatlar eshigini ochmoqda.

Shuningdek, brend marketingining sust rivojlangani, xususan, xalqaro reklama kampaniyalarining yetarli darajada yo‘lga qo‘yilmagani kuzatilmoqda. Bu esa mahsulotlarning global bozordagi tanilish darajasini oshirish, eksport geografiasini kengaytirish va milliy brendlarni shakllantirish borasida katta salohiyat mavjudligini anglatadi. Strategik marketing yondashuvlarini tatbiq etish orqali bu yo‘nalishda sezilarli yutuqlarga erishish mumkin.

Yana bir muhim jihat – xalqaro sifat va ekologik standartlarga mos sertifikatlarni qo‘lga kiritish jarayonlarining murakkabligi va yuqori xarajatlar bilan bog‘liqligidir. OEKO-TEX, ISO kabi sertifikatlar bozordagi ishonchlik va raqobatbardoshlikni oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Ushbu jarayonlarda korxonalariga texnik va moliyaviy ko‘mak berish, jarayonlarni soddalashtirish orqali sertifikatlash darajasini oshirish imkoniyati mavjud.

Kadrlar salohiyati masalasiga to‘xtaladigan bo‘lsak, ayniqsa dizayn, moda marketingi va logistika sohalarida yetuk mutaxassislar yetishmovchiligi sezilmoqda. Bu esa ta’lim tizimi bilan ishlab chiqarish sektori o‘rtasida uzviy integratsiya zarurligini ko‘rsatadi. Amaliyotga yo‘naltirilgan kasbiy ta’lim, malaka oshirish dasturlari va xalqaro tajribani jalb qilish orqali bu muammo yechimini topishi mumkin.

Bundan tashqari, logistika tizimining rivojlanmaganligi va tashish xarajatlarining yuqoriligi korxonalar faoliyatiga bevosita ta’sir ko‘rsatmoqda. Bu holat, o‘z navbatida, mahsulot tannarxi va eksport raqobatbardoshligiga salbiy ta’sir qilishi mumkin. Ammo bu yo‘nalishda mavjud infratuzilmalarni modernizatsiya qilish, multimodal transport tizimlarini rivojlantirish va raqamli logistika yechimlarini joriy etish orqali sezilarli ijobiy o‘zgarishlarga erishish mumkin (3-jadval).

3-jadval.

SWOT tahlil¹

Kuchli tomonlar	Zaif tomonlar
Katta paxta xomashyo bazasi	Texnologik asbob-uskunalarining eskiligi
Arzon mehnat resursi	Brend menejment yetarli emas
Davlat imtiyozlari va sarmoya qo‘llab-quvvatlovi	Sertifikatlash xarajatlari yuqori
Imkoniyatlar	Tahdidlar
Eksport bozorlarini kengaytirish	Xorijiy brendlar raqobati
Innovatsion texnologiyalarni joriy etish	Xomashyo narxlarining o‘zgaruvchanligi
Onlayn savdoni rivojlantirish	Jahon moda tendensiyalariga moslashish zarurati

¹ Muallif ishlanmasi

XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘zbekistonning tikuv-trikotaj sanoati iqtisodiyotning innovatsion, eksportga yo‘naltirilgan va yuqori qiymatli mahsulotlar ishlab chiqarishga asoslangan ustuvor tarmoqlaridan biri sifatida shakllanmoqda. So‘nggi yillarda amalga oshirilayotgan islohotlar, texnologik yangilanishlar, xalqaro hamkorlikni rivojlantirishga qaratilgan tashabbuslar bu tarmoq salohiyatining kengayishiga zamin yaratmoqda.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, tarmoqning jahon bozorida raqobatbardoshligini oshirish, “Made in Uzbekistan” brendi ostida yuqori sifatli mahsulotlarni ilgari surish va eksport hajmini ko‘paytirish uchun quyidagi ustuvor yo‘nalishlarga alohida e‘tibor qaratish lozim:

1. Raqamli ishlab chiqarish klasterlarini tashkil etish – ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish, “aqli fabrika” texnologiyalarini joriy etish va klasterlar asosida resurslardan samarali foydalanish tizimini yaratish sanoatning zamonaviy rivojlanish bosqichini belgilaydi.

2. Moda dizaynerlari akademiyasini tashkil etish – milliy dizayn maktabini shakllantirish, ijodkor yoshlarni tayyorlash va ularning xalqaro dizayn maydoniga chiqishini ta‘minlash orqali sohada innovatsion yechimlar soni ortadi.

3. “Made in Uzbekistan” brendini xalqaro ko‘rgazmalarda faol targ‘ib qilish – eksport salohiyatini kengaytirish, milliy mahsulotlarni global miqyosda tanitish va O‘zbekiston imijini yuqori sifatli yengil sanoat mahsulotlari ishlab chiqaruvchisi sifatida mustahkamlashga xizmat qiladi.

4. Eksportga tayyorlash infratuzilmasini kuchaytirish – mahsulotlarni xalqaro bozorga samarali olib chiqish uchun logistika markazlari, sertifikatlash markazlari va eksport oldi xizmatlarini taklif etuvchi zamonaviy infratuzilmalarni rivojlantirish talab etiladi.

5. Xalqaro marketing va dizayn yo‘nalishida malakali kadrlar tayyorlash – xorijiy tajribalarni o‘rganish, tarmoq ehtiyojlariga mos o‘quv dasturlarini joriy etish orqali raqobatbardosh, innovatsion fikrlovchi mutaxassislar safi kengayadi.

Yakuniy natijada, tikuv sanoatining “paxtadan tayyor mahsulotgacha” uzluksiz va qo‘shilgan qiymati yuqori bo‘lgan ishlab chiqarish modeliga o‘tishi, ekologik barqarorlik, raqamli boshqaruv va eksport yo‘naltirilganlik tamoyillariga asoslangan ilg‘or tarmoqqa aylanishi kutilmoqda. Bu esa nafaqat iqtisodiy o‘sishga, balki milliy mahsulotlarning global maydonda tan olinishi va barqaror iqtisodiyotga zamin yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. A.Soliev S.Buzruksxonov Marketing, Bozorshunoslik. Darslik –T, 2010.
2. Z.A.Hakimov. Yengil sanoat korxonlari raqobatbardoshligini oshirish omillari. Toshkent “Iqtisod-moliya” 2016-yil
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil. 2-noyabr PQ–5272-son “Yengil sanoat tarmog‘ini kompleks rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” Qarori <https://lex.uz/uz/docs/-5705329>
4. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. “Sanoat ishlab chiqarish natijalari, 2020–2024-yillar”.

5. “O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasi yillik hisobotlari, 2023–2024.
6. World Bank (2023). Uzbekistan Textile and Apparel Sector Review.
7. UNIDO (2022). Sustainable Textile Value Chain for Central Asia.
8. ITC (2024). Textile Market Intelligence for Developing Economies.
9. Xolmatov, A. (2023). “Tikuv sanoatida innovatsion yondashuvlar va eksport imkoniyatlari”, TDIU jurnali, №3.
10. Shukurova, D. (2022). “O‘zbekiston yengil sanoatining raqobatbardoshligini oshirish omillari”, Iqtisodiyot va Innovatsiyalar jurnali.
11. Textile Exchange (2023). Global Fiber Market Report.
12. O‘zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi ma’lumotlari, 2024-yil.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:	Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri:	Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri:	Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih:	Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar:	Sadikov Shoxrux Shuxratovich Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, dekabr, 12-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**