

MARKETING



ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL

MARKETING
INNOVATSIYA
BRENDING
SAVDO
RAQAMLI
TADQIQOT
BIZNES



№5 - SON

2025-YIL, MAY

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621



OPEN ACCESS





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketinjournalbot](https://t.me/marketinjournalbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

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

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdurahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti "Menejment va marketing" kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Elektron nashr 582 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 31-mayda ruxsat etildi

MUNDARIJA

ASSESSMENT OF E-COMMERCE’S ROLE IN ECONOMIC DEVELOPMENT	8
Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, Karimova Shirin Zoxid qizi, Sodiqova Dilafruz Zoxid qizi	
BIG DATA И АНАЛИТИКА ДЛЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МОНИТОРИНГА	26
Маликов Шохрух Шокирович	
PAHTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARIDA ISHLAB CHIQARISH ZAHIRALARINI BOSHQARISHDA USTUVOR ILMIY YONDASHUVLAR VA INNOVATSIYALAR	36
Nurimbetov Ravshan Ibragimovich	
IQTISODIY XAVFSIZLIK VA “YASHIL” IQTISODIYOT UYG‘UNLIGIDA “YASHIL” EKSPORT MODELINI JORIY ETISHNING ISTIQBOLLARI	46
Muratova Shohista Nimatullayevna	
QISHLOQ VA SHAHARLARDA ZAMONAVIY SAVDO SHAHOBCHALARINI RIVOJLANISHI VA ULARDA XIZMAT KO‘RSATISH MADANIYATINI OSHIRISHDA MARKETING TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH	55
Soliyeva Gulbahor Axmadjanovna	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОБМЕНА МЕЖДУ УЗБЕКИСТАНОМ И КИТАЕМ	62
Мухитдинов Алим Изатуллаевич, Халилова Нодира Абдухамид кизи	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA STRATEGIK MENEJMENT YONDASHUVLARIDAN FOYDALANISHNING IJTIMOY-IQTISODIY MEXANIZMLARI	77
Saidqulova Firuza Farmonovna	
TO‘QIMACHILIK SANOATIDA EKSPORT MARKETINGI SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI	84
Bazarova Fayyoza Tuxtamurodovna	
IQTISODIY BARQARORLIKNI TA’MINLASHDA INNOVATSION MENEJMENTNI O‘RNI	91
Ismailov Dilshod Anvarjonovich, Akramova Aziza Abduvohidovna	
MARKETINGDA SUN’IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI VA TAHDIDLARI	102
Jo‘rabayev Ibragim	
O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHI VA UNING AHAMIYATI	109
Jo‘rayeva Gulzira Ilhomjon qizi	
NAMANGAN VILOYATIDA XIZMATLAR BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH	116
Karimjanova Ra’noxon Maxmudovna	

SANOAT KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH SALOXITIDAN FOYDALANISH TAHLILI	124
Musayeva Shoirazimovna, Usmonova Dilfuza Ixomovna, Usmanov Shaxzod Shoxruxovich	
SANOAT KORXONALARIDA KAPITAL MABLAG‘LARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	135
Muxtarov Maxmudjon Marifovich	
РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	142
Солиева Гулбахор Ахмаджановна	
LOYIHA BOSHQARUVIDA QO‘LLANILADIGAN USULLARNING TURLARI VA TAVSIFI.....	150
Po‘latov Shahron Axmedovich	
O‘ZBEKISTON HUDUDLARIDA BIOMAHSULOTLAR YETISHTIRISHNING HOLATI VA IQTISODIY SALOHİYATI.....	162
Soliyev Damirjon Nurmatovich	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA AHOLI DAROMADLARINI DIVERSIFIKATSIYALASH OMILLARI.....	168
Qurbanov Ulug‘bek Erkinovich, Baxtiyorov Barhayotjon Azizjon o‘g‘li	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ	174
Захарова Ирина Борисовна, Непейвода Андрей Николаевич	
“AN IN-DEPTH ANALYSIS OF CRITERIA FOR EVALUATING THE BUSINESS STABILITY OF INDUSTRIAL AND ENERGY ENTERPRISES: A COMPREHENSIVE CASE STUDY OF JV UZCHASYS’ LLC”	182
Mahsudov Muzaffar Ikromjon ugli	
QORAQALPOG‘ISTONDA MEHMONXONA XO‘JALIGINING HOZIRGI HOLATI TAHLILI.....	188
Uralova Matlyuba	
O‘ZBEKISTON QURILISH SANOATIDAGI IQTISODIY ISLOHOTLAR: HOLAT VA RIVOJLANISH STRATEGIYALARI.....	194
Saidov Mash‘al Samadovich, Karimov Inomjon Ortikbaevich	
DIGITAL MARKETING FOR THE GREEN ECONOMY: TRENDS AND INNOVATIONS	206
Salayeva Quvonchoy Rustam qizi	
BLOKCHAYN TEXNOLOGIYASI ASOSIDA QIYMAT YARATISH RAQAMLI ZANJIRLARINI SHAKLLANTIRISH	214
Samadov Sevinchbek Dusbobo o‘g‘li	
MOSLASHUVCHAN (AGILE) VA YASHIL MENEJMENTNI RIVOJLANTIRISHNI ILMIY-NAZARIY JIHATLARI.....	224
Umarov Bexzod Batirovich	

MINTAQA XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARIDA KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARI.....	232
Masharipova Manzura Alimbayevna	
TELEVIZYON REKLAMALARIDA RATSIONAL JOZIBADORLIK ELEMENTLARIDAN FOYDALANISH.....	239
Safarov Alisher Yunusaliyevich	
RAQAMLI MARKETING VOSITALARIDAN B2B BOZORIDA FOYDALANISH SAMARADORLIGI.....	250
Samadov Askarjon Nishonovich, Shovdirov Toxirmalik Nafasovich	
MENEJMENT FANIDA BOSHQARUV MODELLARI VA ULARNING XUSUSIYATLARI.....	262
Toshimov Azizbek Hakimovich	
OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BREND QIYMATINI YARATISHNING KONSEPTUAL JIHATLARI	270
Xodjiyev Ibroxim Ikramovich	
XORIJIY INVESTITSİYALAR OQIMLARINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARI VA YONDASHUVLARI	278
Nasritdinova Gulchexra Abdurashitovna	
TIJORAT BANKLARI AKTIVLARINI HIMOYALASHDA RISKLARNI BOSHQARISH YO'LLARI	288
Absamatov Anvar Ergashevich	
TIJORAT BANKLARIDA DIVIDENT SIYOSATINING NAZARIY ASOSLARI.....	296
Aliyev G'ulomnozir Maxamatjonovich	
O'ZBEKISTON METEOROLOGIYA XIZMATIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA BIG DATA TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISH ISTIQBOLLARI	304
Anvarova Muqaddas Mahammadjanovna, Abduganiyeva Mavjuda Asattulayevna	
O'ZBEKISTONDA ISLOM MOLİYAVIY XIZMATLARIDAN FOYDALANISHNI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI	311
Babamatov Tolib Hakimovich	
FERMER XO'JALIKLARIDA MARKETING STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH VA RAQOBATDOSHLIKNI OSHIRISH OMILLARI	318
Baxtiyor Negmatovich Navruz-zoda, Nazarova Gulruh Umarjonovna	
FARMASEVTIKA MAHSULOTLARI BOZORIDA KOMPANIYANING MIJOZLAR BILAN MUNOSABATLARINI O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	326
Bobojonov Baxrombek Ruzimovich	
MAHALLIY VA XORIJIY TURISTLAR UCHUN O'ZBEKISTONDA ALTERNATIV TURIZM TURLARINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI.....	334
Egamnazarov Khusniddin	
IMPROVING THE EFFICIENCY OF IMPLEMENTING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE EDUCATIONAL PROCESS.....	347
Shoakhmedova Nozima Khairullaevna, Yusupova Dilbar Mirabidovna	

QISHLOQ XO‘JALIGI BUXGALTERIYASIDA BIOLOGIK AKTIVLARLARNI TAN OLISH MEZONLARI VA UNING KLASSIFIKATSIYASI.....	353
Tursunkulova Gulchiroy Burxonovna	
TIJORAT BANKLARI VALYUTA OPERATSIYALARI VA ULARNING TASNIFLANISHI	362
Yusupov Aziz Shuhratovich	
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ ОТХОДАМИ В СИСТЕМЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И САНИТАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	369
Мажидова Фарангиз Фуркатзода	
RAQAMLI CRM TEXNOLOGIYALARINING XORIJIY AMALIYOTI VA O‘ZBEKISTON BIZNES MUHITIDA QO‘LLASH ISTIQBOLLARI	380
Mirziyodova Gulnozaxon Ayubxon qizi	
COST OF CAPITAL. AS A CASE OF UZBEKISTAN COMPANY	391
Khurshid Khudoykulov	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA STRATEGIK BOSHQARUVNING NAZARIY ASOSLARI.....	399
Musaxonov Rustam Musaxon o‘g‘li	
KORXONA MAHSULOTLARI ELEKTRON SAVDOSINI BOSHQARISH STRUKTURASI	406
Tuychiyev Shavkatjon Shokirali o‘g‘li, O‘ktamov Xamidillo Xabibillo o‘g‘li	
O‘ZBEKISTONDA DAVLAT BOSHQARUVLARINI RAQAMLIGA O‘TKAZISH: TAJRIBASI VA ISTIQLABLARI.	414
Yusupova Dilbar Mirabidovna	
ELEKTRON TIJORATDA MIJOZGA YO‘NALTIRILGAN MARKETING STRATEGIYALARI	419
Maxmudov Tohirjon Olimjonovich	
INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH VA KREATIVLIK QOBILIYATLARINI RAG‘BATLANTIRISH: JAHON TAJRIBASI TAHLILI	429
Hulkar Turobova, Shahlo Musulmonova	
TAX DISCIPLINE AND ITS INFLUENCE ON FINANCIAL SECURITY	441
Shamsiddin Allayarov Amanullaevich	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARDA STRATEGIK MENEJMENTNING SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING SKORING TIZIMI	450
Mamatraimov Islom Mamanazarovich	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМИ УЧЕБНЫМИ ЗАВЕДЕНИЯМИ	460
Бадалова Лола Борисовна	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ	468
Уралов Акбарали Бабаназарович	
STAGES OF FOOD BRAND FORMATION IN THE FOOD MARKET	478
Eshmatov Sanjar Azimkulovich	

ONLAYN SAVDO MAYDONCHALARIDA TOVARLAR SAVDOSINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINI SAMARALI QO‘LLASH USULLARI	489
Baxromov Xudoyor Xabibullo o‘g‘li	
ULGURJI SAVDODA MARKETING LOGISTIKASINI RIVOJLANTIRISHNING METODOLOGIK ASOSLARI.....	497
Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich	
MOLIYAVIY XAVFSIZLIK SOHASIDA XALQARO HAMKORLIK VA UNING SAMARADORLIGI.....	511
Axmedov Bexzod Shuxratovich	
MAMLAKATDA RAQAMLI XIZMATLARNI RIVOJLANISHI VA UNING HUQUQIY VA IJTIMOY-IQTISODIY ASOSLARI	518
Xakimdjanova Dildora Kamilevna	
XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARIDA YASHIL IQTISODIYOTGA O‘TISH JARAYONIDA MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	529
Narzullayeva Ozoda Qahramon qizi	
MADANIYAT SOHASI MUASSASALARINI AUDITDAN O‘TKAZISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	535
Annayev Abdurasul Abdurashidovich	
INNOVATSION RIVOJLANISH VA RAQAMLI IQTISODIYOT: ZAMONAVIY TENDENSIYALAR VA ISTIQBOLLAR	541
Fayzullayev Jonibek Mambetsaliy o‘g‘li, Ollayorov Behruzbek Sardor o‘g‘li	
MAMLAKATIMIZDA INVESTITSION JOZIBADORLIGI YUQORI BO‘LGAN HUDUDLARDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI.....	547
Astanov Sherzod Rustamovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA BOSHQARUV QARORLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA QIYMATGA ASOSLANGAN BUDJETLASHTIRISH TIZIMINI TASHKIL ETISH	556
Sobirov Shoyadbek Kurbonaliyevich	
MILLIY TRANSPORT-LOGISTIKA TIZIMINI RAQOBATBARDOSH QILISHDA ZAMONAVIY YONDASHUVLAR VA STRATEGIYALAR	564
Rixsiboyev Nozimbek Abdurasul o‘g‘li	
MINTAQA IQTISODIY TIZIMINI RIVOJLANTIRISHDA EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISH ISTIQBOLLARI	571
Mamadjanova Tuyg‘unoy Axmadjanovna	

TO‘QIMACHILIK SANOATIDA EKSPORT MARKETINGI SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI

Bazarova Fayyoz Tuxtamurodovna

TDIU, «Savdo ishi» kafedrası dotsenti

E-mail: bozorovafajeza@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada to‘qimachilik sanoati korxonalarida eksport marketingini samarali tashkil etish yo‘llari o‘rganilgan. Tadqiqotda menejment salohiyati, raqamli texnologiyalar, ekologik talablar va xalqaro savdo sharoitlarining eksport faoliyatiga ta’siri tahlil qilingan. Xorijiy tajriba va ilmiy manbalar asosida SWOT tahlil va grafik ko‘rinishlar orqali eksport strategiyalarining ustuvor yo‘nalishlari aniqlangan. Olingan natijalar asosida O‘zbekiston to‘qimachilik korxonalari uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Tadqiqot eksport salohiyatini oshirishga xizmat qiluvchi ilmiy asosdir.

Kalit so‘zlar: eksport marketingi, to‘qimachilik sanoati, raqamli texnologiya, ekologik talab, SWOT tahlil, xalqaro tajriba

Аннотация

В данной статье рассматриваются пути совершенствования экспортного маркетинга в текстильной промышленности. Внимание уделено влиянию управленческих ресурсов, цифровых технологий, экологических требований и внешнеэкономической среды на эффективность экспортной деятельности. На основе зарубежного опыта и научных источников проведён SWOT-анализ и графическая интерпретация стратегических факторов. Результаты исследования позволили сформулировать практические рекомендации для текстильных предприятий Узбекистана. Работа служит научной основой для повышения экспортного потенциала отрасли.

Ключевые слова: экспортный маркетинг, текстильная промышленность, цифровые технологии, экологические требования, SWOT-анализ, международный опыт

Abstract

This article explores the ways to improve export marketing in the textile industry. It focuses on the impact of managerial capacity, digital technologies, environmental requirements, and global trade dynamics on export performance. Based on foreign experience and scientific literature, a SWOT analysis and visual evaluation of strategic factors were conducted. The results led to practical recommendations for textile enterprises in Uzbekistan. This study provides a scientific foundation for enhancing the sector’s export potential.

Keywords: export marketing, textile industry, digital technologies, environmental standards, SWOT analysis, international experience

KIRISH

To‘qimachilik sanoati nafaqat ichki iqtisodiy o‘shish, balki tashqi savdo muvozanatini saqlashda ham muhim rol o‘ynaydi. Ushbu soha ko‘plab mamlakatlar, xususan, rivojlanayotgan iqtisodiyotlar uchun eksport salohiyatini oshirishning ustuvor

yo'nalishlaridan biri sifatida e'tirof etilmoqda. Xalqaro bozorlarda kuchli raqobat mavjud bo'lgan sharoitda to'qimachilik mahsulotlarini samarali eksport qilish uchun zamonaviy marketing yondashuvlarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish zaruratga aylangan.

Eksport marketingi korxonaga chet el bozorlariga kirishda, mahsulot va brend imijini mustahkamlashda, iste'molchi ehtiyojlarini chuqur anglashda va global raqobatda o'z o'rnini topishda strategik ahamiyatga ega. Xususan, ekologik talablar, raqamli texnologiyalar, xorijiy investitsiyalar va xalqaro savdo siyosatining bevosita ta'siri eksport marketingining mazmun va usullarini tubdan o'zgartirmoqda. To'qimachilik sanoatining eksport faoliyati ham ana shu omillarning uyg'unlashuvi orqali yangi bosqichga ko'tarilishi mumkin.

Mazkur tadqiqotda eksport marketingini yanada samarali tashkil etish yo'llari o'rganiladi. Asosiy e'tibor menejment salohiyati, marketing innovatsiyalari, barqarorlik yondashuvlari va xalqaro tajribalarning o'rganilishiga qaratilgan. Tadqiqot natijalari to'qimachilik sanoati korxonalari uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqish, mavjud imkoniyatlardan oqilona foydalanish va global bozor talablariga mos ravishda rivojlanish uchun ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Eksport marketingini rivojlantirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar korxonaning ichki salohiyati va tashqi muhitdagi omillarni o'zaro bog'liq holda tahlil qilish zarurligini ko'rsatadi. Hailemariam [1] va Karedza hamda Govender [8] tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda eksport natijalari menejment malakasi, bozor tadqiqotlariga asoslangan strategiya va marketing resurslarining samarali boshqaruvi bilan uzviy bog'liqligi isbotlangan. Shu bilan birga, Gligorijević [2] va Karim & Islam [3] tahlillari ekologik sertifikatlash va yashil brendlashtirish kabi barqarorlik yondashuvlarining eksport bozorlariga kirishdagi hal qiluvchi rolini yoritgan. Raqamli texnologiyalar sohasidagi yutuqlar eksport faoliyatini yangi bosqichga olib chiqmoqda. Choi va hammualliflar [7] Koreya brendlari misolida CBEC modelining muvaffaqiyatli tatbiqini ko'rsatgan bo'lsa, Bermeo-Giraldo et al. [6] raqamli innovatsiyalarning eksportga tayyorgarlikni kuchaytirishdagi ahamiyatini tahlil qilgan. Yang va Gabrielsson [10] esa kichik korxonalar uchun ijtimoiy aloqalar va raqamli vositalarning xalqaro marketingdagi samarasini isbotlagan. Xorijiy investitsiyalar orqali texnologik va menejment bilimlarining transferi esa Vallejo va Mekonnen [9] tomonidan Efiopiya misolida o'rganilgan. Boshqa tomondan, xalqaro savdo siyosatidagi o'zgarishlar marketing strategiyalariga bevosita ta'sir ko'rsatishini Tamuli et al. [5] Hindiston tajribasi orqali tahlil qilgan. Chen va hammualliflar [4] SWOT asosida strategik ustuvorliklarni aniqlashda ichki kuchli tomonlardan foydalanish muhimligini asoslab bergan. Ushbu adabiyotlar eksport marketingini kompleks tizim sifatida talqin etish, omillar-aro o'zaro bog'liqlikni tushunish va amaliy strategiyalarni shakllantirishda mustahkam nazariy asos yaratadi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda to'qimachilik sanoati korxonalarida eksport marketingini rivojlantirishga ta'sir qiluvchi omillar tizimli tahlil qilindi. Ish sifat va miqdoriy yondashuv asosida olib borilib, xorijiy mamlakatlar tajribasini aks ettiruvchi 10 ta ilmiy manba asosida kontent va komparativ tahlil usullari qo'llandi. Metodologik yondashuv orqali menejment salohiyati, ekologik yondashuv, raqamli transformatsiya, investitsiyalar va siyosiy xavfsizlik kabi eksportga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi omillar o'zaro bog'liq tarzda o'rganildi. Tahlilda tanlangan mamlakatlar (Efiopiya, Bangladesh, Koreya, Hindiston va Xitoy) eksport strategiyasidagi farqli yondashuvlari bilan ajralib turadi. Har bir manba SWOT tahlil va grafik vositalar bilan boyitildi. Tadqiqot natijalari O'zbekiston korxonalari uchun amaliy xulosa va tavsiyalar ishlab chiqishga asos bo'ldi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot davomida o'rganilgan ilmiy manbalar, xalqaro tajribalar va sektor tahlillari asosida to'qimachilik sanoati korxonalarida eksport marketingini rivojlantirishga ta'sir qiluvchi asosiy omillar aniqlab olindi. Bu omillar tarkibida menejment salohiyati, bozor tadqiqotlari, ekologik jihatlar, raqamli transformatsiya, xalqaro sarmoya oqimi va global savdo muhitidagi o'zgaruvchanlik mavjud bo'lib, ularning har biri eksport marketingi natijalarini shakllantiruvchi muhim determinantlar sifatida namoyon bo'ldi.

Eksport faoliyatini samarali tashkil qilish, eng avvalo, ichki korxona salohiyati, ayniqsa, menejment malakasi va marketing bo'yicha qarorlar qabul qilish darajasiga bog'liq. Efiopiya to'qimachilik sanoatida olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, bozor tadqiqotlariga asoslangan strategiyalar va rahbariyatning xalqaro marketing bo'yicha qarorlar chiqarishdagi malakasi eksport hajmiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda [1]. Xuddi shunday, Zimbabvedagi eksport qiluvchi kichik va o'rta korxonalarda ham tashkiliy resurslardan samarali foydalanish, xususan, marketing qobiliyatlari va tashqi axborot manbalarini jalb qilish orqali eksport samaradorligi oshganligi aniqlangan [8]. Bu holat O'zbekiston to'qimachilik korxonalari uchun ham dolzarb bo'lib, korxonalarning ichki salohiyatini eksport yo'nalishida qayta sozlash ehtiyojini anglatadi.

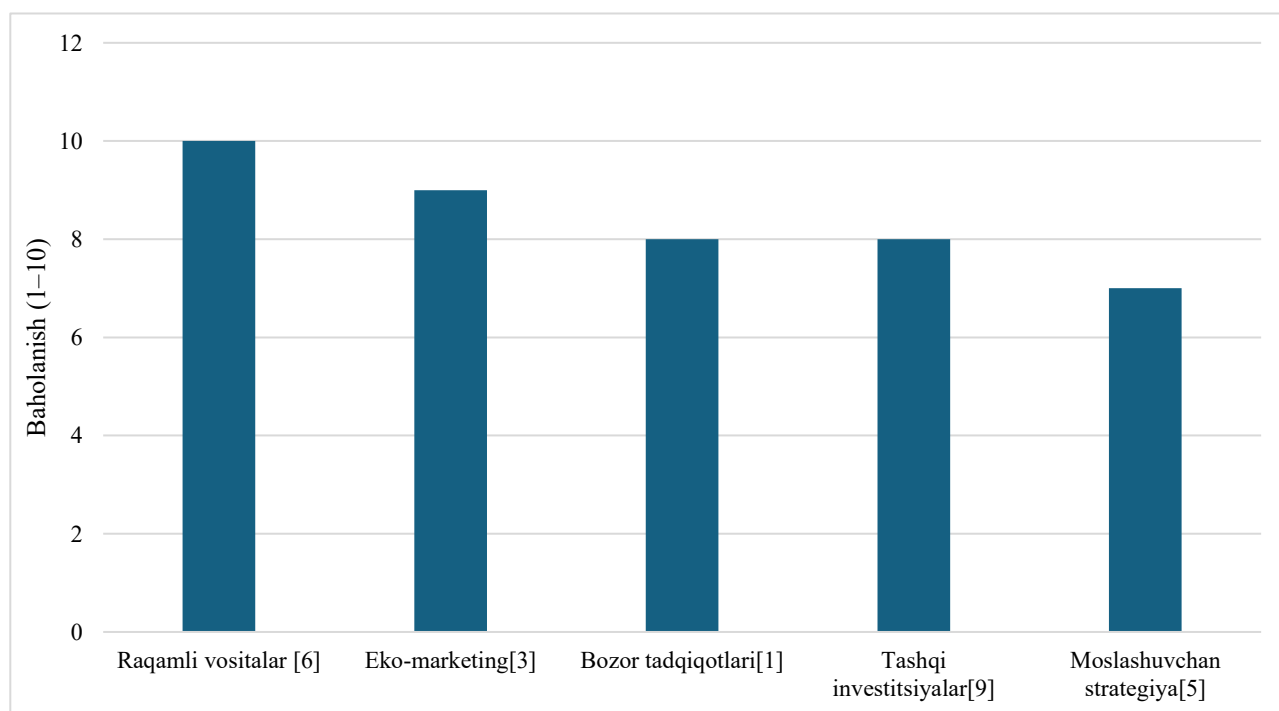
Global miqyosda ekologik barqarorlikka bo'lgan talab ortib borayotganligi sababli, eksport marketingida ekologik yondashuvlar ustuvor ahamiyat kasb etmoqda. Bangladeshning Finlyandiyaga qilgan ekologik to'qimachilik eksporti tajribasi bu borada yorqin misol bo'lib xizmat qiladi. Ular eko-markirovka, qayta tiklanadigan materiallardan foydalanish va yashil sertifikatlash tizimi orqali Yevropa bozorlariga muvaffaqiyatli kirib borishga erishgan [3]. Bu holat O'zbekiston uchun ham ayni vaqtda strategik imkoniyat bo'lib, xalqaro ekologik standartlarga mos mahsulotlar ishlab chiqarish orqali yangi eksport bozorlariga chiqish imkonini beradi.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, eksport marketingida xorijiy investitsiyalar nafaqat moliyaviy kapital sifatida, balki bilim va texnologiya transferining manbai sifatida ham faol rol o'ynaydi. Xususan, Efiopiyada Xitoy va Hindiston kompaniyalari tomonidan yo'lga qo'yilgan qo'shma korxonalar mahalliy ishlab chiqaruvchilarni xalqaro bozorlarga tayyorlashda texnik, dizayn va marketing bo'yicha resurslar bilan

ta'minlagan [9]. Bu yondashuv nafaqat eksportni hajman kengaytirishga, balki sifat jihatidan xalqaro raqobatga tayyor mahsulot yaratishga zamin hozirlaydi.

Zamonaviy eksport marketingning asosiy transformatorlaridan biri bu raqamli texnologiyalardir. Marketing avtomatlashtirilgan vositalar, elektron tijorat tizimlari, sun'iy intellekt va Big data orqali iste'molchilar bilan bevosita muloqotni yo'lga qo'yish imkonini bermoqda. Koreyaning Xexymix, Andar va Mulawear brendlari bu yo'nalishda muvaffaqiyatli tajriba ko'rsatgan. Ular CBEC (cross-border e-commerce) modelidan foydalanib, Osiyo bozorlarida o'z brendlarini faol ilgari surishga muvaffaq bo'lishgan [7]. Bermeo-Giraldo va hammualliflar [6] tomonidan olib borilgan bibliometrik tahlil shuni ko'rsatdiki, raqamli texnologiyalar korxonaning eksportga tayyorgarligini oshirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Bu natijani kichik biznes vakillarining raqamli marketingdagi faoliyati ham tasdiqlaydi. Yang va Gabriellsson [10] tahliliga ko'ra, kichik tadbirkorlarning raqamli tarmoqlar orqali ijtimoiy aloqalarni yo'lga qo'yishi ularning eksport salohiyatining tez va barqaror o'sishiga xizmat qilgan.

Tahlil etilgan manbalarda geoiqtisodiy vaziyatlar va tarif siyosatining eksport marketingiga ta'siri ham atroflicha yoritilgan. Xususan, Hindistonning AQSh bilan savdo ziddiyatlari fonida o'z strategiyasini qayta ko'rib chiqib, bozor diversifikatsiyasi va narx siyosatini moslashtirish orqali xavflarni kamaytirishga muvaffaq bo'lganligi aniqlangan [5].



1-rasm. Eksport samaradorligiga marketing strategiyalarining ta'siri (1–10 ball)¹

¹ Muallif ishlanmasi

Quyidagi diagrammada tahlil qilingan strategiyalarning eksportga bo‘lgan ta’siri subyektiv 10 ballik shkalada ko‘rsatilgan. Raqamli texnologiyalar (CBEC, e-commerce, AI) eng yuqori bahoga ega bo‘lib, eksportni kengaytirishda asosiy drayverga aylangan. Eko-marketing va bozor tadqiqotlari ham yuqori samaradorlikka ega.

Bu natijalar marketingning transformatsiyalanuvchan xususiyatini va texnologiyalar orqali eksport yo‘nalishining qanday kuchayishini ko‘rsatadi [6], [7], [10].

1-jadvalda eksport marketingiga ta’sir ko‘rsatuvchi ichki va tashqi omillar – kuchli va zaif tomonlar hamda imkoniyatlar va tahdidlar – tizimli tarzda umumlashtirildi.

1-jadval.

Eksport marketingi uchun SWOT tahlil jadvali¹

Kuchli tomonlar	Zaif tomonlar
Mahalliy xomashyo mavjudligi	Raqamli marketing ko‘nikmasi pastligi
Arzon ishchi kuchi	Sertifikatlashdagi muammolar
Eksportni qo‘llab-quvvatlovchi siyosat	Brend imijining yetarli emasligi
Klasterlar va infratuzilma	Bozor tadqiqotlariga sustlik
Milliy dizayn imkoniyatlari	Byurokratik to‘siqlar
Imkoniyatlar	Tahdidlar
Eko-bozorlarda talab ortmoqda	Tarif siyosati va geosiyosiy xavflar
Raqamli platformalarga chiqish	Global raqobat
Yangi bozor yo‘nalishlari	Iqlim va ekologik talablar
Xalqaro grantlar va texnologiyalar	Texnik talablar va energiya narxi

Bu tahlil eksport strategiyasini tuzishda qanday ichki salohiyatni kuchaytirish va qanday tashqi risklarni inobatga olish lozimligini aniq ko‘rsatadi. Xususan, SWOT tahlil raqamli savdo platformalari va ekologik talablarga moslashuv eksport strategiyasining asosiy drayverlariga aylanganini tasdiqlaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘tkazilgan tahlillar shuni ko‘rsatdiki, to‘qimachilik sanoati korxonalarining eksport marketingi samaradorligini oshirish ko‘plab omillarning uyg‘un va kompleks yondashuvda boshqarilishiga bog‘liq. Eng avvalo, eksport jarayonida menejment salohiyatining kuchliligi, bozor tahliliga asoslangan strategik qarorlar va marketing resurslaridan oqilona foydalanish muhim rol o‘ynaydi. Tadqiqotda ko‘rib chiqilgan xorijiy tajribalar, xususan, Efiopiya, Bangladesh, Koreya va Hindiston misolida eksportni muvaffaqiyatli tashkil qilish uchun ichki imkoniyatlarni to‘g‘ri yo‘naltirish, tashqi sharoitlarga moslashuvchanlik va innovatsion yondashuvlar zarurligini yaqqol ko‘rsatdi.

¹ Muallif ishlanmasi

Raqamli texnologiyalar, ekologik talablar va xalqaro investitsiyalar bilan ishlash bo'yicha zamonaviy yondashuvlar marketing faoliyatining samaradorligini oshiradi. Ayniqsa, elektron tijorat platformalari, CBEC modeli va raqamli kommunikatsiyalar eksport faoliyatini kengaytirishda asosiy vositaga aylanmoqda. Shu bilan birga, ekologik sertifikatlash, yashil brend yaratish va xalqaro ekologik standartlarga mos mahsulot ishlab chiqarish orqali yangi, barqaror bozor segmentlariga chiqish imkoniyati kengaymoqda. Xalqaro investitsiyalar esa texnologik yangilanish va boshqaruv madaniyatini oshirish orqali eksport salohiyatiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Shunga asosan, quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

- Korxonalar darajasida eksport marketing strategiyasini yangilash: Bozor tahliliga asoslangan, moslashuvchan va segmentatsiyalangan strategiyalar ishlab chiqilishi lozim.
- Raqamli texnologiyalarni faol joriy etish: Elektron savdo platformalari, raqamli reklama va CRM tizimlari orqali xorijiy mijozlar bilan aloqani kuchaytirish zarur.
- Ekologik talablarni inobatga olgan holda mahsulot ishlab chiqarish: Yashil sertifikatlar va ekologik mahsulotlar eksport salohiyatini oshiradi.
- Marketing va eksport bo'yicha malakali kadrlar tayyorlash: Sohaga tegishli raqamli va xalqaro marketing ko'nikmalariga ega mutaxassislar salohiyatni oshiradi.
- Xalqaro ko'rgazmalar, biznes forumlar va savdo missiyalarida faol ishtirok etish: Mahsulotni global miqyosda targ'ib qilish imkoniyatini yaratadi.

Umuman olganda, eksport marketingi bo'yicha tizimli yondashuv, strategik rejalashtirish va xalqaro tajribani o'rganish orqali to'qimachilik sanoati korxonalari nafaqat tashqi bozorlarga muvaffaqiyatli chiqishi, balki o'zining raqobatbardoshligini ham mustahkamlashi mumkin. Tadqiqot natijalari O'zbekiston korxonalari uchun real amaliy tavsiyalarni belgilashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Hailemariam, S. (2020). Firm-Level Determinants of Export Performance: The Case of Ethiopian Textile and Garment Industry. Retrieved from <https://www.academia.edu/download/64451856/SINTAYEHU%20FINAL%20THESIS.pdf>
2. Gligorijević, Ž. (2020). Competitiveness of the Textile Industry of Serbia on the EU Market. *Economic Themes*, 58(1), 1–20. <https://doi.org/10.2478/ethemes-2020-0001>
3. Karim, M. R., & Islam, M. M. (2025). Sustainable Textile Imports from Bangladesh to Finland: Business Opportunities and Environmental Impact. *Theseus*. Retrieved from <https://www.theseus.fi/handle/10024/882102>
4. Chen, B., et al. (2025). A Study on Heilan Home Enterprise Competitiveness in Garments Sector. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*. <https://koreascience.kr/article/JAKO202510754007530.page>
5. Tamuli, D., et al. (2025). Trade Turbulence: India's Economic Journey Under US Tariff Influence. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/391802051>

6. Bermeo-Giraldo, M. C., et al. (2025). Digital Transformation in the Textile Sector: A Bibliometric Review. Circular Economy and Sustainability. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01091-2>
7. Choi, M., et al. (2025). Export-Focused Marketing in Korean Athleisure Brands: A Case Study of Xexymix, Andar, and Mulawear. Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles. <https://doi.org/10.5850/JKSCT.2025.49.2.298>
8. Karedza, G., & Govender, K. K. (2020). The Impact of Organizational Capabilities on SMEs' Export Performance: Evidence from Zimbabwe. International Journal of Economics and Research. Retrieved from <http://www.readersinsight.net/ijer>
9. Vallejo, B., & Mekonnen, T. G. (2021). FDI and Learning in Ethiopia's Textile Sector: Chinese and Indian Experience. Open AIR Working Paper No. 25. <https://openair.africa/wp-content/uploads/2021/02/WP-25-FDI-and-Learning-in-Ethiopias-Textile-and-Garment-Sector.pdf>
10. Yang, M., & Gabrielsson, P. (2023). Entrepreneurs' Social Ties and International Digital Entrepreneurial Marketing in SMEs. Journal of Entrepreneurship, 32(2), 231–251. <https://doi.org/10.1177/1069031X231178220>



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, may, 5-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: [@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)
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 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**