

PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARNING EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI

Satvoldiyev Ulug‘bek Kamilovich

Andijon Davlat universiteti
Iqtisodiyot kafedrası katta o‘qituvchisi
iqtisod fanlari nomzodi

Annotatsiya

Tadqiqotda paxta-to‘qimachilik klasterlarining eksport salohiyatini oshirishda marketing strategiyalarining roli tahlil qilindi. Global bozordagi raqobat sharoitida eksport ko‘rsatkichlarini yaxshilash uchun brend targ‘iboti, elektron tijoratdan foydalanish, mahsulotlarni xalqaro sertifikatlash va logistika tizimini optimallashtirish zarurligi aniqlab berildi. Shuningdek, xorijiy bozor talablarini o‘rganish, marketing tadqiqotlarini o‘tkazish va mijozga yo‘naltirilgan yondashuvlarni shakllantirish muhim omil sifatida baholandi. Olingan natijalar asosida klasterlar faoliyatini takomillashtirishga qaratilgan amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: to‘qimachilik, klaster, eksport, eksport salohiyati, menejment, standart.

Аннотация

В исследовании была проанализирована роль маркетинговых стратегий в повышении экспортного потенциала хлопково-текстильных кластеров. Установлено, что для увеличения объемов экспорта в условиях усиливающейся глобальной конкуренции необходимо развивать бренд, использовать электронную коммерцию, обеспечивать международную сертификацию продукции и оптимизировать логистические процессы. Особое внимание было уделено изучению требований зарубежных рынков, проведению маркетинговых исследований и формированию клиент-ориентированных подходов. На основе полученных результатов были разработаны практические рекомендации по повышению эффективности кластеров.

Ключевые слова: текстиль, кластер, экспорт, экспортный потенциал, менеджмент, стандарт.

Abstract

The study examined the role of marketing strategies in enhancing the export potential of cotton-textile clusters. It was identified that to improve export performance under increasing global competition, actions such as brand promotion, adoption of e-commerce, product certification, and logistics optimization were essential. The research also emphasized the importance of understanding foreign market demands, conducting marketing analysis, and developing customer-oriented strategies. Based on

the findings, practical recommendations were formulated to support the advancement of cluster effectiveness and competitiveness.

Keywords: textile, cluster, export, export potential, management, standard.

KIRISH

Respublika to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida yuqori va barqaror o'sish sur'atlarini ta'minlash, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va o'zlashtirish, raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarish va eksport qilish, modernizatsiya qilishning strategik muhim ahamiyatga ega bo'lgan loyihalarini amalga oshirish hisobiga yuqori texnologiyali yangi ish o'rinlarini yaratish, korxonalarini texnik va texnologik yangilash, ilg'or «klaster modeli»ni joriy etishga qaratilgan tarkibiy qayta tashkil etishni yanada chuqurlashtirish bo'yicha tizimli ishlar amalga oshirilmoqda.

Paxta-to'qimachilik klasterlarning eksport salohiyatini oshirishning marketing strategiyalari muhim rol o'ynaydi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Paxta-to'qimachilik sanoati bugungi kunda iqtisodiy taraqqiyotning muhim tarmoqlaridan biri hisoblanib, klaster tizimini rivojlantirish ushbu sohaning eksport salohiyatini oshirishning asosiy yo'nalishlaridan biridir. Klaster modelining afzalligi shundaki, u ishlab chiqarish, innovatsiyalar va marketing faoliyatining yagona ekotizim sifatida shakllanishiga yordam beradi.

Eksport salohiyatini oshirish uchun samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish talab etiladi. Dunyo tajribasi shuni ko'rsatadiki, eksport qiluvchi mamlakatlar klaster yondashuvi asosida eksport bozorlariga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqib, xalqaro bozorda muvaffaqiyat qozonmoqda.

To'qimachilik ishlab chiqarishini tashkil etishning klaster shakllari bilan shug'ullangan zamonaviy olimlar orasida D.P.Barsukov [1], D.M.Begov [2], V.I.Vagizova [3], L.L.Butuzova [4] va boshqalarni alohida aytib o'tish mumkin.

Mahalliy olimlar orasida to'qimachilik klasterlari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlari M.R.Boltabayev [5], Z.A.Xakimov [6], S.Sh.Yusupov [7], X.Kodirov, I.A.Toshpulatov [8], N.Sadridinova va boshqalar tomonidan bevosita yoki bilvosita o'rganilgan.

Shu bilan birga, bu sohada mahalliy va xorijiy iqtisodchi olimlarning ko'plab tadqiqotlari mavjud bo'lishiga qaramay, to'qimachilik klasterlarini takomillashtirish va to'qimachilik mahsulotlari eksportini optimallashtirish masalalari qo'shimcha tadqiqotlarni talab etadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

2022-yil 1-aprel holatiga ko'ra, respublikada 20 ta maxsus iqtisodiy zona (keyingi o'rinlarda-MIZ), 116 ta kichik sanoat zonalari direksiyasi (keyingi o'rinlarda-KSZ), 12 ta texnopark va 440 ta klaster mavjud bo'lib, ular tarkibiga: MIZ-512 ta korxonalar, 1865 ta MIZ kiradi., texnoparklar-58 va klasterlar-446 ta korxonalar. Respublikada faoliyat yuritayotgan paxta-to'qimachilik klasterlar viloyatlar kesimida 1-jadvalda ko'rsatilgan.

1-jadval

2022-2023 yilda faoliyat yuritayotgan paxta-to‘qimachilik klasterlar viloyat bo‘yicha soni¹

Hudud nomi	Paxta-to‘qimachilik klasterlari	Paxta maydoni,ga
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	11	86791
Andijon viloyati	15	78991
Buxoro viloyati	11	99220
Jizzax viloyati	6	77900
Qashqadaryo viloyati	18	136036
Navoiy viloyati	4	31655
Namangan viloyati	7	63406
Samarqand viloyati	11	75356
Surxondaryo viloyati	11	72370
Sirdaryo viloyati	9	75500
Farg‘ona viloyati	13	82080
Toshkent viloyati	6	72161
Xorazm viloyati	12	82757
Jami	134	1034223

Paxta-to‘qimachilik klasterlari O‘zbekiston iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismlaridan biri bo‘lib, ular mamlakatning deyarli barcha hududlarida faoliyat yuritmoqda. 2022–2023-yillarda jami 134 ta klaster faoliyat olib borgan bo‘lib, ular umumiy 1 034 223 gektar paxta maydonini qamrab olgan.

Hududlar bo‘yicha tahlil shuni ko‘rsatadiki, Qashqadaryo viloyati 18 ta klaster va 136 036 gektar paxta maydoni bilan yetakchilik qilmoqda. Bu viloyatda paxta yetishtirish imkoniyatlari yuqori ekanligini va klaster tizimi yaxshi rivojlanganini anglatadi.

Andijon viloyati (15 ta klaster, 78 991 gektar) va Farg‘ona viloyati (13 ta klaster, 82 080 gektar) ham yetakchi hududlardan hisoblanadi. Bu viloyatlarda paxta-to‘qimachilik klasterlari soni nisbatan ko‘p bo‘lib, paxta maydonlari hajmi ham sezilarli darajada yuqori.

Buxoro (11 ta klaster, 99 220 gektar), Samarqand (11 ta klaster, 75 356 gektar), Surxondaryo (11 ta klaster, 72 370 gektar) va Xorazm (12 ta klaster, 82 757 gektar) viloyatlarida ham klaster tizimi yaxshi rivojlangan. Ushbu viloyatlarda paxta maydonlari keng bo‘lib, bu hududlarning yirik ishlab chiqarish bazalaridan biri ekanligini ko‘rsatadi.

Eng kam klasterlar Navoiy viloyatida (4 ta klaster, 31 655 gektar) va Jizzax viloyatida (6 ta klaster, 77 900 gektar) joylashgan. Bu hududlarda paxta yetishtirish uchun ajratilgan yer maydonlari ham nisbatan kamroq. Toshkent viloyatida ham 6 ta klaster bor bo‘lib, umumiy paxta maydoni 72 161 gektarni tashkil qiladi.

Paxta-to‘qimachilik klasterlari faoliyati samaradorligini yanada oshirish, paxta xomashyosini chuqur qayta ishlash quvvatlarini ko‘paytirish, ushbu jarayonga ilmiy asoslangan usullar va intensiv texnologiyalarni keng joriy etish, shuningdek, paxta-to‘qimachilik klasterlari faoliyatida yuzaga kelayotgan muammolarni o‘z vaqtida

¹ Muallif ishlanmasi

bartaraf etish, ularning manfaatlarini davlat hokimiyati boshqaruv organlarida himoya qilish tizimini yo‘lga qo‘yish maqsadida 2020 yil 22 iyunda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan “Paxta-to‘qimachilik ishlab chiqarishini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” qabul qilingan Qarori sohada faoliyat yuritayotgan klasterlarni rivojlantirishga muhim huquqiy asos bo‘lib xizmat qildi. Bu Qarorga muvofiq O‘zbekiston Respublikasi Qishloq xo‘jaligi vazirligi, Iqtisodiy taraqqiyot va kambag‘allikni qisqartirish vazirligi, Davlat aktivlarini boshqarish agentligi, “O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasi, Qoraqalpog‘iston Respublikasi Vazirlar Kengashi va viloyatlar hokimliklari hamda paxta-to‘qimachilik klasterlari tashkilotchilarining “O‘zbekiston paxta-to‘qimachilik klasterlari” uyushmasini tashkil etish hamda uyushma tuzilmasida tizimli muammolarni bartaraf etish, marketing innovatsiyalarini faol joriy etish bo‘yicha takliflar ishlab chiqish, shuningdek, zamonaviy tendensiyalarni hisobga olgan holda tarmoqni rivojlantirishning istiqbolli va ustuvor yo‘nalishlarini aniqlashni ta‘minlovchi maslahat organi Paxta-to‘qimachilik klasterlari kengashini tashkil etish to‘g‘risidagi takliflari ma‘qullanishi asosida Kengashning tashkil etilishi klasterlar manfaatlarini davlat miqyosida himoya qilish darajasiga chiqardi. Klasterlar uch tomonlama kelishuv doirasida Qishloq xo‘jaligi vaziri bilan kelishilgan holda Qoraqalpog‘iston Vazirlar Kengashi Raisi va viloyatlar hokimlarining qarorlari asosida ish boshlaydi. Paxta-to‘qimachilik klasterlari faoliyatini muvofiqlashtirish bo‘yicha Respublika komissiyasi tugatilib, klaster faoliyatini tashkil etish istagida bo‘lgan arizachilar ochiq va shaffof onlayn tanlov asosida tanlab olinadi.

To‘qimachilik korxonalarini uchun xalqaro standartlarning joriy etilishi mamlakatlar o‘rtasidagi savdo aloqalarining rivojlanishini rag‘batlantiradi, xalqaro savdodagi to‘siqlarni bartaraf etadi, boshqaruv va nazorat tizimini takomillashtirish doirasida biznes evolyutsiyasiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi. Xalqaro standartlarga ega korxonalar soni ko‘payishi mehnatni muhofaza qilish, atrof-muhitni muhofaza qilish, xomashyo va energiya resurslaridan tejamkor foydalanish, mahsulotlarni saqlash, qadoqlash, markalash, tashish talablarini tartibga solishga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi.

Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan to‘qimachilik korxonalarini tomonidan ijtimoiy standartlar (BSCI, Sedex) bo‘yicha auditorlik tekshiruvi bo‘yicha ko‘nikmaga ega xodimlarni jalb etish konsalting xizmatlari uchun to‘lanadigan haqni tejash imkonini beradi hamda standartlarni olmoqchi bo‘lgan korxonalarining guruhlangan ro‘yxatida narx 30 % past bo‘lar ekan.

“RealTex TASHKENT” MCHJning 2017-2022-yillardagi iqtisodiy ko‘rsatkichlaridan ko‘rinib turibdiki, 2022-yilning 1-yarim yilligida BSCI hamda SEDEX bo‘yicha auditorlik tekshiruvi bo‘yicha ko‘nikmaga ega xodimlarni jalb etish konsalting xizmatlari uchun to‘lanadigan haqni tejash imkonini berib, eksportdan olinadigan foyda qariyb 3-martaga, umumiy foyda esa 2 barobarga oshgan (1-jadval).

1-jadval

“RealTex TASHKENT” MCHJning 2017-2022-yillardagi iqtisodiy ko‘rsatkichlari¹

Ko‘rsatkichlar	2017-y.	2018-y.	2019-y.	2020-y.	2021-y.	2022-y.
Ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi, ming so‘m	69 617,40	90 807,90	71 203,10	35 308,60	396 007,50	225724,2
Xalqaro standartlarga muvofiqlik sertifikatlangan hajmi, ming so‘m	53744,6	70648,5	55395,9	30789,1	365514,9	208343,4
Eksport qilingan mahsulot hajmi, ming so‘m	5914,1	87104,7	65309,4	32656,7	269523,6	327136,6
Tashqi bozorda eksport mahsulot sotish xarajatlari (ip kalava va gazlama), mln. so‘m	59 529,20	77 150,30	61 250,40	31 192,60	348 486,60	135776,3
Mahsulot sotishdan tushum, ming so‘m	66 136,50	82 268,60	76 859,70	33 260,70	375 415,10	221494,9
Umumiy foyda, ming so‘m	6 607,30	5 118,30	15 609,30	2 068,10	37 541,50	66447,5
Ajratilgan soliqlar miqdori, ming so‘m	1 461,90	1 905,90	1 495,20	1 023,90	17 424,20	11076,8
Sof foyda, ming so‘m	87,5	150,9	32,5	-	2 415,10	1587,9
Eksportdan olinadigan foyda, mln. so‘m	0,2	0,9	1,2	0,3	1,3	3,1
Mahsulot umumiy hajmida innovatsion foyda ulushi, %				2,3	2,5	2,7

So‘nggi olti yil davomida “RealTex TASHKENT” MCHJning ishlab chiqarish va eksport ko‘rsatkichlari bo‘yicha sezilarli o‘zgarishlar kuzatilgan. 2017–2019-yillarda ishlab chiqarish hajmi nisbatan barqaror bo‘lib, 2018-yilda eng yuqori nuqtaga yetgan (90 807,9 ming so‘m). Biroq, 2020-yilda ushbu ko‘rsatkich keskin pasayib, 35 308,6 ming so‘mni tashkil qilgan. Bu esa pandemiya yoki boshqa iqtisodiy omillarning ishlab chiqarishga ta‘siri borligini ko‘rsatadi. 2021-yilda esa ishlab chiqarish hajmi sezilarli o‘sib, 396 007,5 ming so‘mga yetgan, ammo 2022-yilda biroz pasayib, 225 724,2 ming so‘mni tashkil qilgan.

Xalqaro sertifikatlangan mahsulot hajmi ishlab chiqarilgan mahsulot hajmiga deyarli mutanosib tarzda o‘zgarib kelgan. Ayniqsa, 2021-yilda sertifikatlangan mahsulot hajmi keskin oshib, 365 514,9 ming so‘mga yetgan. Bu eksport hajmini oshirish va xalqaro bozorda raqobatbardoshlikni ta‘minlashga xizmat qilgan.

Eksport hajmi bo‘yicha 2017-yildan 2022-yilgacha juda katta o‘zgarishlar kuzatilgan. 2017-yilda atigi 5 914,1 ming so‘m eksport qilingan bo‘lsa, 2018-yilda bu ko‘rsatkich 87 104,7 ming so‘mga yetgan, ya‘ni 14 baravarga oshgan. 2019–2020-yillarda pasayish kuzatilgan bo‘lsa, 2021–2022-yillarda eksport hajmi keskin oshgan. Ayniqsa, 2022-yilda eksport hajmi 327 136,6 ming so‘mga yetib, ilgari qayd etilgan ko‘rsatkichlardan ancha yuqori natijaga erishilgan. Bu xalqaro talabning oshgani va marketing strategiyalarining samarali amalga oshirilganini ko‘rsatadi.

Eksport mahsulotlarini tashqi bozorda sotish xarajatlari ham eksport hajmidagi o‘zgarishlarga mutanosib ravishda o‘sib borgan. 2017–2019-yillarda xarajatlar 59 529,2 mln so‘mdan 61 250,4 mln so‘mgacha bo‘lgan, lekin 2020-yilda bu xarajatlar 31

¹ Muallif ishlanmasi

192,6 mln soʻmga tushgan. 2021-yilda eksport xarajatlari juda keskin oʻsib, 348 486,6 mln soʻmga yetgan, ammo 2022-yilda birmuncha kamayib, 135 776,3 mln soʻmni tashkil qilgan.

Mahsulot sotishdan tushum 2017-yilda 66 136,5 ming soʻm boʻlib, 2018–2019-yillarda barqaror oʻsish kuzatilgan. 2020-yilda pandemiya yoki boshqa iqtisodiy sabablarga koʻra tushum 33 260,7 ming soʻmgacha kamaygan. Ammo 2021-yilda 375 415,1 ming soʻmga yetib, eng yuqori darajaga chiqqan. 2022-yilda bu koʻrsatkich 221 494,9 ming soʻmni tashkil qilgan.

Umumiy foyda ham shunga oʻxshash dinamikaga ega. 2017–2018-yillarda sezilarli farq boʻlmagan boʻlsa, 2019-yilda umumiy foyda 15 609,3 ming soʻmga yetib, sezilarli darajada oshgan. 2020-yilda bu koʻrsatkich keskin kamayib, atigi 2 068,1 ming soʻmni tashkil qilgan. 2021–2022-yillarda esa sezilarli oʻsish kuzatilgan (37 541,5 ming soʻm va 66 447,5 ming soʻm).

Ajratilgan soliqlar miqdori ham foyda bilan bogʻliq ravishda oʻzgarib borgan. 2020-yilda minimal darajaga (1 023,9 ming soʻm) tushgan boʻlsa, 2021–2022-yillarda 17 424,2 ming soʻm va 11 076,8 ming soʻmni tashkil qilgan.

Sof foyda boʻyicha 2017-yilda 87,5 ming soʻm boʻlsa, 2019-yilda 32,5 ming soʻmgacha kamaygan. 2020-yilda esa sof foyda haqida maʼlumot mavjud emas, bu zarar yoki nol foyda bilan bogʻliq boʻlishi mumkin. 2021-yilda esa sof foyda 2 415,1 ming soʻmga yetgan boʻlsa, 2022-yilda 1 587,9 ming soʻmni tashkil qilgan.

Eksportdan olinadigan foyda ham yillar davomida oʻsib borgan. 2017-yilda atigi 0,2 mln soʻm boʻlgan boʻlsa, 2022-yilda 3,1 mln soʻmga yetgan. Bu esa eksportning kompaniya daromadiga ijobiy taʼsir qilganini koʻrsatadi.

Innovatsion foyda ulushi faqat soʻnggi yillarda qayd etilgan boʻlib, 2020-yilda 2,3% dan 2022-yilda 2,7% gacha oshgan. Bu innovatsion yondashuvlarning samaradorligini koʻrsatadi. Shuningdek, toʻqimachilik klasterlarining eksport salohiyatidan foydalanish darajasini xalqaro miqyosda tan olingan kompaniyalar bilan hamkorlikda toʻqimachilik mahsulotlarini sertifikatlash va standartlashtirish boʻyicha zamonaviy uskunalardan jihozlangan laboratoriya tizimini shakllantirish natijasida mahsulot eksporti hajmi oʻtgan yillarga nisbatan sezilarli oshgan.

Tadqiqot natijalariga koʻra, mamlakatimizdagi toʻqimachilik klasterlari tarkibidagi korxonalarda ijtimoiy standartlar (BSCI, SEDEX) talablari va auditorlik tekshiruvi boʻyicha koʻnikmaga ega xodimlarni jalb etish hamda standartlarni olmoqchi boʻlgan korxonalar guruhlangan roʻyxatiga kiritish orqali xarajatlarni 30% ga qadar qisqartirish imkoni mavjud.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Oʻzbekistonning barcha hududlarida paxta-toʻqimachilik klasterlari faoliyat yuritayotgan boʻlsa-da, ularning soni va ularga tegishli paxta maydonlari hududlarga qarab farqlanadi. Qashqadaryo, Andijon va Fargʻona viloyatlari eng koʻp klasterlarga ega boʻlsa, Navoiy, Jizzax va Toshkent viloyatlarida klasterlar soni eng kam hisoblanadi.

Umuman olganda, klaster tizimi paxta sanoatini yanada rivojlantirish va mahsulotning xalqaro bozorlarda raqobatbardoshligini oshirish uchun muhim

mexanizmdir. Hududlar bo'yicha klasterlarni optimallashtirish va samaradorligini oshirish orqali paxta-to'qimachilik sanoatini yanada rivojlantirish imkoniyati mavjud.

Fikrimizcha, to'qimachilik mahsulotlari eksport hajmini oshirish, uning geografik diversifikatsiyasini ta'minlash, bozorlarda talab yuqori bo'lgan yangi mahsulotlar hajmini oshirish muammosini hal etish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish zarur:

1. To'qimachilik-tikuvchilik mahsulotlari ishlab chiqarish asosiy markazlariga geografik yaqin ko'p profilli savdo-logistika markazlari tashkil qilish orqali zamonaviy logistika tizimi shakllantirish. Bunday savdo-logistika markazlarida yuklarni saqlash va qayta ishlash bo'yicha barcha texnologik operatsiyalar to'plami bajarilishi kerak (transport-ekspeditorlik xizmatlari, transport vositalari va konteynerlarga xizmat ko'rsatish, shuningdek, yuklarni tozalash bo'yicha ishlar hamda tegishli xizmatlar-axborot, moliyaviy, sug'urta va hokazo).

2. O'zbek ishlab chiqaruvchilari raqobatbardosh ustunliklarga ega bo'lgan joylarda ishlab chiqarish hajmini oshirish, shuningdek, yangi turdagi mahsulotlar, shu jumladan yuqori mahsuldorlik va boshqa xususiyatlarga ega yangi navlarni ishlab chiqarish orqali eksportbop to'qimachilik mahsulotlari nomenklaturasini diversifikatsiya qilish, bu esa ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va tashqi bozorlarda yanada muvaffaqiyatli raqobatlashish imkonini beradi.

3. "O'zbekistonda ishlab chiqarilgan" brendini rivojlantirish. Bu brendini targ'ib qilish uchun turli idoralar ("Uztreyd", Tashqi ishlar vazirligi, Savdo-sanoat palatasi) imkoniyatlaridan foydalangan holda maqsadli va tizimli ishlar (birinchi navbatda, axborot) zarur. O'zbek mahsulotlari uchun potensial bozorlar G'arbiy Yevropa, Skandinaviya va Fors ko'rfazi, Sharqiy va Janubi-sharqiy Osiyo mamlakatlari bo'lishi mumkin.

Rivojlangan mamlakatlar bozoriga kirish va muvaffaqiyatli raqobatlashish uchun organik mahsulotlar ishlab chiqarish tizimini joriy etish kerak. G'arbiy Yevropa davlatlari va boshqa rivojlangan mamlakatlarda ekologik toza hududlarda yetishtirilgan paxta tobora ommalashib borayotganini hisobga olsak, ekologik toza mahsulotlar bozori O'zbekistonda qayta ishlangan mahsulotlar uchun istiqbolli joy bo'lishi mumkin. Shu munosabat bilan ishlab chiqaruvchi va eksportchilar talablarni to'qimachilik mahsulotlarining xalqaro standartlariga (OEKOTEX, BSCI, GOTS, Sedexga) moslashtirishi va zarur sertifikatlar olishi kerak.

Paxta-to'qimachilik klasterlarini rivojlantirish va ularning eksport salohiyatini oshirish uchun zamonaviy marketing strategiyalarini ishlab chiqish muhimdir. Brend yaratish, raqobatbardosh narx siyosatini yuritish, onlayn savdo platformalaridan foydalanish va innovatsion yondashuvlarni joriy etish orqali xalqaro bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
2. Бегов Д.М. Эффективность формирования регионального хлопково-текстильного кластера (на материалах Согдийской области). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Душанбе, 2020.

3. Вагизова В.И. Кластеризация как инновационная форма диверсификации хозяйственных систем и фактор повышения конкурентоспособности экономики Татарстана. // Проблемы современной экономики, 2009.

4. Бутузова Л.Л. Формирование производственно-инновационных кластеров промышленных предприятий. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

5. Boltabayev M.R. O‘zbekiston Respublikasi to‘qimachilik sanoati eksport imkoniyatlarini rivojlantirishda marketing strategiyasi: doktorlik dissertatsiyasi. – T.: TDIU, 2005. – 242 b.;

6. Hakimov Z.A. Yengil sanoat korxonolari raqobatbardoshligini marketing strategiyalari asosida oshirish. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. – T., 2017. – 141 b.;

7. Yusupov S.Sh. Kuchli raqobat sharoitida O‘zbekiston to‘qimachilik sanoati korxonalarini rivojlantirish strategiyalari. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. – T., 2018. – 144 b.;

8. Toshpulatov I.A. To‘qimachilik korxonalarining raqobatbardoshligini boshqarish tizimini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. – T.: TDIU, 2019. –137 b.

9. <https://uzts.uz>.

10. <https://cyberleninka.ru/article/n/paxta-to-qimachilik-klasterlarining-iqtisodiy-samaradorligini-oshirish-yo-llari>.



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
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, aprel, 4-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**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**