

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

№10

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

2025 oktyabr



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 – Texnika fanlari
08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr, 769 sahifa.
2025-yil, 31-oktyabr,

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afrovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalendar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Muhammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellashtirish
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 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

Ma'lumot uchun, OAK
Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

JAHON MOLIYA TIZIMIDA “YASHIL” MOLIYALASHTIRISHNI RIVOJLANISHINING MUAMMOLARI VA SHARTLARI	12
Quliyev Begimqul Melikovich	
EKOLOGIK MIGRANTSIYANI MINTAQAVIY MIQYOSDA MUVOFIQLASHTIRISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI	18
Bahtiyor Ismoilov Ulug‘bek o‘g‘li, Kadirova Zulayxo Abduxalimovna	
O‘ZBEKISTONDA BANK XIZMATLARINI RAQAMLASHTIRISH HOLATI	25
Davletova Nilufar Tulanovna	
EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHDA MINTAQANI IQTISODIY RIVOJLANISHIGA TA‘SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	30
Qodirov Farrux Ergash o‘g‘li	
SUV RESURSLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING XORIJ TAJRIBASI	37
Kadirxodjayeva Nilufar Raxmatullayevna	
MAHALLIY XOMASHYO BAZASIDAN FOYDALANISH ORQALI ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARINI KAMAYTIRISH YO‘LLARI	46
Sultanov Dilshod Normamatovich	
IQTISODIYOTI RIVOJLANGAN DAVLATLARDA INSON KAPITALIGA INVESTITSİYALARNI JALB QILISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	50
Akhmadaliyeva Nikholakhon	
O‘QITUVCHILAR VA TALABALAR UCHUN INNOVATSION TA‘LIM DASTURLARINI ISHLAB CHIQUISHDA XALQARO STANDARTLARGA MOSLASHUV MEXANIZMLARI	62
Yuldashev Iskandar Bahromovich	
YER QA‘RIDAN FOYDALANGANLIK UCHUN SOLIQLARNING ILMIY-TADQIQOTLAR SHARHI	68
Zoxidov Ismatjon Yunusjon o‘g‘li	
RESPUBLIKA IQTISODIY TARAQQIYOTIDA OLIY TA‘LIMNI MODERNIZATSIYA QILISH VA INVESTITSIYA JOZIBADORLIGINING O‘RNI	74
Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich	
DAVLAT IQTISODIY XAVFSIZLIGINI MUSTAHKAMLASHDA SIYOSIY INSTITUTLARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH STRATEGIYALARI	80
O. Nurmuradov	
ICHKI AUDIT SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI VA BUXGALTERIYA MA‘LUMOTLARINING ICHKI AUDIT JARAYONIDA EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHNING AHAMIYATI	85
Xamidov Javoxir Shavkat o‘g‘li, Muxitdinov Shoxijaxon Xudoyor o‘g‘li	
XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB ETISHNING MOLIYAVIY MEXANIZMLARINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	90
Xuramov Zafar Rajabaliyevich	
KORPORATIV TUZILMALARDA INVESTITSION JOZIBADORLIKNI TA‘MINLASHNING AHOLI DAROMADLARINI OSHIRISHDAGI ROLI	95
Qurbonov Javlonbek Jurabekovich, Raxmatov Faxriddin Xasanovich	
GLOBAL RIVOJLANISH JARAYONIDA SUG‘URTA XIZMATLARINI ISLOH QILISH MASALALARI	99
Xushmuradov Oman, Ismoilov Sherzod Ismoil o‘g‘li	



DORIVOR O'SIMLIKLARNI QAYTA ISHLASHNING TASHKILY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	103
Usmonov Mirg'ulom Xoshim o'g'li	
BARQAROR IQTISODIY O'SISHGA ERISHISHDA SUN'IY INTELLEKT TIZIMLARINI QO'LLASH METODOLOGIYASINING AHAMIYATI	109
Nasrulloev Hayotjon Xabibulloevich	
НЕЙРОИНТУИТИВНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА НА РЫНКЕ ТРУДА.....	115
Ягудин Дмитрий Рустамович	
RESURSLARNI SOLIQQA TORTISHGA OID TADQIQOTLARNING NAZARIY TAHLILI.....	123
Nasimdjanoov Yunusjon Zoxidovich	
SOLIQ TO'LOVCHILAR FAOLIYATINI MUVOFIQLASHTIRISH: XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI VA PROGRESSIV TARIFLARNI LOYIHALASH	129
Abduraimova Nigora Abdugapparovna	
DAVLAT RAQAMLI LOYIHALARI: UZINFOCOMNING TA'LIM TIZIMI VA IQTISODIY SAMARADORLIKKA QO'SHGAN HISSASI	134
Raxmatxo'jayev Axrorxo'ja Akmal o'g'li	
РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ПАСПОРТОВ В ПРОМЫШЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ.....	140
Мансурова Сайёра Бахтияровна	
BANK XIZMATLARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	148
Xolikova Oydin Olimjonovna	
PNEVMOMEXANIK YIGIRISH TEXNOLOGIYASI XUSUSIYATLARI	153
Jumaniyazov Kadam, Salimov Shuhrat Halimovich, Nazarov Ramazon Anvarovich	
GREEN INDUSTRY AND THE ECONOMY OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY CONSTRUCTION: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND UZBEKISTAN'S OPPORTUNITIES.....	158
Mansurova Sayyora Bakhtiyor kizi	
TELEKOMMUNIKATSIYA SOHASINI RIVOJLANTIRISH TAHLILI	166
Suyunov Asror Baxtiyorovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA LOGISTIKA XIZMATLARINING MIKRO VA MAKRO TUZILMALARI, ULARNING FUNKSIONAL METADOLOGIK TAMOYILLARI.....	171
Z.Teshayev	
O'ZBEKISTONDA DAVLAT ULUSHI MAVJUD KORXONALARNI BOSHQARISHDA XORIJIY TAJRIBADAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	176
Ismailov Allayor Rashidovich	
MAHSULOT TANNARXINI ANIQLASHDA ISHLAB CHIQRISH XARJATLARINI OG'ISHISHLARI VA ULARNI TAQSIMLASH	183
Raxmatov Baxriddin Baxtiyor o'g'li	
ПОВЫШЕНИЕ СТОИМОСТИ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОБЪЕКТОВ НА ОСНОВЕ АУТСОРСИНГА	186
Исмагулова Гульмира Нуралиевна	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY KONSEPSIYASI.....	193
Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li	
O'ZBEKISTON SHAROITIDA XIZMATLAR SIFATINI OSHIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING INSTITUTSIONAL VA TASHKILYIY MEXANIZMLARI.....	198
Xudoyorov Lochinbek Bahromovich	
TIJORAT BANKLARIDA UZOQ MUDDATLI RESURSLARNI JALB QILISHDA XALQARO TAJRIBA.....	203
Abduraxmonov Akmal Nurmat o'g'li	



MEHNATGA LAYOQATLI TRANSPORT SOHASIDAGI AHOLINI ISH O'RINLARI BILAN TA'MINLANGANLIK HOLATINI TAHLILI	207
Abdullayeva Nigora Shamsiddinovna	
TO'QIMACHILIK SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH MODELI	212
Mdraximova Gulasal Ro'zimboy qizi	
TIJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI DIVERSIFIKATSIYASI VA GAROV TA'MINOTI SIFATINING BANK BARQARORLIGIGA TA'SIRI	220
Xolbozorov Husniddin Norbek o'g'li	
O'ZBEKISTON - 2030 STRATEGIYASI DOIRASIDA TIJORAT BANKLARIDA KREDIT RISKLARINI BOSHQARISH: MUAMMOLAR VA TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	226
Norova Nozima Nabiyevna	
UY-JOY KOMMUNAL XIZMATLARNI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHNING KLASTERLI MEXANIZMI TAHLILI	232
Odamboyev Oybek Ravshanbek o'g'li	
KORPORATIV BOSHQARUV TUZILMALARIDA MOLIYAVIY MUNOSABATLARNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	236
Qurbaniyazov Shaxzodbek Karimovich	
XALQARO SAVDONING RIVOJLANISHI VA ZAMONAVIY TENDENSIYALARI	242
Jalolov Bekzod Sherzod o'g'li	
TA'LIM TIZIMINI MOLIYALASHTIRISHNING YANGI TIZIMINI JORIY ETISHGA QARATILGAN NAZARIY JIHATLAR	247
Dusanov Salim Mamarasulovich	
O'ZBEKISTONDA BUDJET TUSHUMLARINI OSHIRISHDA BOJXONA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	254
Aktamov Akbarjon Aslan o'g'li	
DAVLAT TA'LIM TASHKILOTLARIDA QURILISH XARAJATLARI HISOBINI YURITISH	262
Ostonokulov Azamat Abdugarimovich	
РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ ИНТЕГРАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ РЕСПУБЛИКИ КАРАКАЛПАКСТАН	273
Хошимова Камилла Навфал қизи	
A NEW STAGE IN THE APPLICATION OF MARKET MECHANISMS TO ENTREPRENEURIAL ACTIVITY	285
Ibrayim Maxkamov	
RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI SOG'LIQNI SAQLASH XIZMATLARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI	291
Eshbekova Xayriniso Baxtiyorovna	
QASHQADARYO VILOYATI IQTISODIYOTIDA DXSH ASOSIDA INVESTITSIYA MUHITINING SHAKLLANISHI	297
Hamroyev G'ayratjon Sultonovich	
TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA MIJOZLAR EHTIYOJLARINI O'RGANISH VA TAHLIL QILISH	301
Shaymanov To'liqin Mahmayusupovich	
ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЦИФРОВЫХ ПОДХОДОВ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ	306
Элбаева Мукаддас Рашидовна	
СИНТЕЗ НЕЧЕТКОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	311
Бахриева Хуршида Аскарходжаевна, Сафаров Шохрух Шарофович, Бахрамов Муҳаммадали Ералиевичасистент	
ШАНХАЙСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА КАК КАТАЛИЗАТОР ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	319
Базарова Гулнара Гуламовна	



O'ZBEKISTON KORXONALARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISHDA BANK KREDITLASH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	323
Pulatova Moxira Baxtiyorovna	
QUESTIONS ABOUT THE STUDY OF PERFORMANCE AND EFFICIENCY OF APPLICATION OF LOADING AND EXTRACTING EQUIPMENT	327
Azamat Umirzokov	
MATOLARNING HAVO O'TKAZUVCHANLIGI KORRELATSION TAHLILI.....	334
Ismailov Nurulla Tuychibayevich	
O'ZBEKISTONDA QISHLOQ XO'JALIGI RISKLARINI SUG'URTALASHNING AFZALLIKLARI	339
Mamadjanov Shuxrat Jalolidinovich	
IKKI QATLAMLI ARALASH TOLA TARKIBLI TRIKOTAJ TO'QIMASINI OLIISH USULI	343
Usnatdinova Elmira Faxratdinovna, Mirusmanov Baxtiyor, Abdurahimova Fazilat Abdullayevna	
MAHALLIY DAVLAT HOKIMIYATI ORGANLARIDA ENG ILG'OR TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA QAROR QABUL QILISH JARAYONLARINING OPTIMALLASHTIRISH YO'LLARI.....	347
Axmedov Farxod Raxmonjonovich	
IMPACT OF FOREIGN INVESTMENTS ON THE ECONOMY OF UZBEKISTAN: CROSS-SECTORAL ANALYSIS.....	354
Jumayeva Kamola Azimjonovna, Khasanova Iroda Azizbek kizi	
KORXONA INVESTITSION FAOLLIGINI TA'MINLASHNING NAZARIY-USLUBIY MASALALARI XUSUSIDA	362
Ilyasova Barno Axmadovna	
MILLIY IQTISODIYOTGA XORIJIY INVESTITSIYALARNI O'ZLASHTIRISHNING AMALDAGI HOLATI TAHLILI	371
G'afurov Sherzod Abduvaxob o'g'li	
EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISH ASOSIDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	378
Raximov Eshmurod Normuradovich	
O'ZBEKISTONDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASHDA EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISH YO'NALISHLARI.....	385
Berdivaliyeva Madina Komiljon qizi	
SANOAT KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING ZAMONAVIY KONSEPTUAL MEXANIZMLARI.....	392
Jalolov Abbasxon Ravshanxon o'g'li	
TEPKI UZELI KONSTRUKTIV XOSSALARI TAHLILI	398
Bozorova Farida Maxmudjonovna	
НЕОБХОДИМОСТЬ ОБЪЕДИНЕНИЯ АКЦИЗНОГО НАЛОГА НА НЕФТЕПРОДУКТЫ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	405
Пулатов Дилшод Хақбердиевич, Маматкулов Салимжон Рахмонкулович, Хужамурадов Аброрбек Рўзимурат ўғли, Воронин Сергей Александрович, Абдиев Мансур Мусурмонович	
OLIY TA'LIMGA INVESTITSIYA SIYOSATI: IQTISODIY TAHLIL VA ISTIQBOLLAR	410
Talapova Nargiza Baxriddinovna	
INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SERVICE NETWORK.....	416
Bahriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
YANGI O'ZBEKISTON INVESTITSION MUHIT VA UNGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	421
Tirkashev Farruxjon Xolyigitovich	
МНОГОМЕРНАЯ БЕДНОСТЬ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ: ОЦЕНКА ЧЕРЕЗ РАМКУ МРП	426
Мамаризоев Жахонгир Исохонович	
ОЦЕНКА И ОПТИМИЗАЦИЯ ВЛИЯНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТАБИЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБМЕННОГО КУРСА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	430
Норбаева Мухлиса Акрам кизи	



RAQAMLI TO'LOVLAR ASOSLARI VA XAVFSIZLIGI	440
<i>Yaqubov Azizbek G'anibekovich</i>	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA LOGISTIKA XIZMATLARINI BOSHQARISHNING INNOVATSION USULLARI	444
<i>Xomidov Xojjakbar Adxamovich</i>	
SOLIQ SIYOSATI ORQALI INKLYUZIV IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH MEXANIZMLARI.....	449
<i>Saydakbarova Madinaxon Anisbekovna</i>	
O'ZBEKISTONDA STARTAP EKOTIZIMINING SHAKLLANISHI VA BARQAROR RIVOJLANISHI YO'LLARI.....	454
<i>Suleymanova Shoira Alavxanovna</i>	
MILLIY IQTISODIY XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHDA TASHQI IQTISODIY FAOLIYATNING O'RNI	459
<i>Alimova Dilfuzaxon Rustam qizi</i>	
MEHNAT BOZORINI OPTIMALLASHTIRISHNING MAKROIQTISODIY BARQARORLIKKA TA'SIRI.....	464
<i>Botirova Sarvinoz Bobir qizi</i>	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA KORPORATIV BOSHQARUVNI TASHKIY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI.....	469
<i>Qurboniyazov Shaxzodbek Karimovich</i>	
INVESTITSIYA FAOLIYATINI MUQOBIL MOLIYALASHTIRISH USULLARINING MANBALARINI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI	474
<i>Boboqulov Akmal Muborakbekovich</i>	
RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING MOHIYATI VA TURLARI.....	482
<i>Zufarov Akmal Gulamiddinovich</i>	
FISKAL BOSHQARUV SAMARADORLIGINI TA'MINLASHDA SOLIQQA TORTISHNING TARTIBGA SOLISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	491
<i>Sulaymonov Farrux Shuxratovich</i>	
ИНДЕКС ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МОНИТОРИНГА УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ.....	496
<i>Хазраткулова Лола Нармуминовна</i>	
BANK MAJBURIYATLARI VA AKTIVLARINING VAQTINCHALIK NOMUTANOSIBLIK LARI RISKINI KAMAYTIRISH	502
<i>Ibrohimov D.M.</i>	
O'ZBEKISTON RAQAMLI PLATFORMALARI FAOLIYATIDA RAQOBAT SIYOSATINING ZAMONAVIY MUAMMOLARI VA YECHIMLARI.....	507
<i>Saparov Islom O'Imasovich</i>	
RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA MARKETING YONDASHUVLARINING QISHLOQ XO'JALIGIGA TATBIQI.....	514
<i>Abdikarimova Zilola Baxramovna</i>	
TIJORAT BANKLARI KAPITALI TARKIBIDA DAROMAD MANBALARINING ULUSHI VA KAPITALLASHUV JARAYONIDAGI O'RNI	520
<i>Tursunov Mustafo Mirzayevich</i>	
AHOLINI IJTIMOY HIMOYA QILISH TIZIMIDA INSTITUSIONAL HAMKORLIKNING O'ZIGA XOS JIHATLARI TAHLILI	524
<i>Abdullayeva Sayyora Aleksandrovna</i>	
O'ZBEKISTON BANK TIZIMIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IQTISODIY SAMARADORLIGI	528
<i>Bobojonova Sevara Baxrombek qizi</i>	
MINTAQA SANOATI RAQAMLI XIZMATLAR BOZORIDA TIJORATLASHTIRISHNI "SMART" MODEL I	533
<i>Norov Murodjon Maxmudovich</i>	



TOMORQADAN SAMARALI FOYDALANISH- KAMBAG'ALLIK MUAMMOSINI YUMSHATISHNING MUHIM OMILI	539
Xamidjon Shaxobov	
SUG'URTA KORXONALARIDA REZERVLAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	544
Najimova Nigora	
TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA XITOY BOZORINING O'RNINI	549
Mardanov Aziz Yusupovich	
THE IMPORTANCE OF GREEN ENERGY IN THE ECONOMY OF FERGANA REGION: CURRENT TRENDS AND PROBLEMS	555
Khayrullaev Zoidjon	
TIJORAT BANKLARIDA MUAMMOLI KREDITLARNING UNDIRILISHI BO'YICHA XORIJ TAJRIBASI	559
Mitillayev Ibrohimjon Tursunpulatovich	
RAQAMLI MOLIYAVIY XIZMATLAR SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI.....	563
Muyassarzoda Fayziyeva	
MOLIYAVIY MEXANIZM SIFATIDA SUG'URTA TASHKILOTLARI TO'LOVGA LAYOQATLILIGINI BELGILASHNING O'ZIGA XOS HUSUSIYATLARI	570
Abdullayev Erkinjon A'zamovich	
MAMLAKAT YAIM QO'SHILGAN QIYMAT HAJMINI STATISTIK VA EKONOMETRIK TAHLIL USULLARI ASOSIDA PROGNOZLASH	578
Jalolov Ilhomjon Isomiddinovich	
XALQARO TURIZM XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	585
Eshtaev Alisher Abdug'aniyevich, Ivatov Irisbeg	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA BUXGALTERIYA HISOBI VA AUDIT TIZIMLARINI AVTOMATLASHTIRISHNING METODOLOGIK ASOSLARI	590
To'laganov Ziyovuddin Kamolitdin o'g'li	
JAHON SEMENT SANOATIDAGI TENDENSIYALAR VA O'ZBEKISTONNING BARQAROR RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	595
Abdujabbarov Abdulaziz Abdurashid o'g'li	
РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	600
Бекбаева Феруза Бахтиеровна	
BARQAROR MOLIYAVIY RENTABELLIK BANKLARNING DAROMADLILIGINI TA'MINLASH OMILI SIFATIDA.....	606
Umarov Davron Shavkatovich	
REKLAMA XIZMATLARI BOZORIDA RAQOBATBARDOSHLIKKA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR.....	612
Xamrakulov Azamat Baxritdinovich	
ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБУЧЕНИЕМ (LMS) В ОНЛАЙН ОБРАЗОВАНИИ И ЕЕ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: АНАЛИЗ И СРАВНЕНИЕ	618
Атабоева Шахризода Равшановна, Бекчанов Бекчан Юлдашевич	
ЦИФРОВИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА: ПЕРСПЕКТИВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ	623
Киличева Ф.Б.	
DAVLAT TIBBIYOT MUASSASALARIDA DEBITORLAR VA KREDITORLAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	628
Sultonova Mushtariy Abdulabbosovna	
NARX BELGILASH-IQTISODIY MANFAATDORLIKNING ASOSIY OMILI VA NARXNI SHAKLLANTIRISH TAMOIYILLARI	635
Soxadaliyev Abdurashid Mamadaliyevich	



SUTNI QAYTA ISHLASH KORXONALARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDAGI ISHLAB CHIQRISH JARAYONLARINI TAHLIL QILISH.....	639
Normuradov Nurbek Sunatilloevich	
O‘ZBEKISTONDA BUDJET TUSHUMLARINI OSHIRISHDA TARIF STAVKALARINI OPTIMALLASHTIRISH ORQALI FISKAL BARQARORLIKNI KUCHAYTIRISH (OZIQ-OVQAT IMPORTI MISOLIDA).....	644
Rizayev Mirmahmud Xotamjanovich	
IPOTEKA KREDITLASH JARAYONINING XORIJ TAJRIBASI.....	652
Akrom Mardiyev	
O‘ZBEKISTON TIJORAT BANKLARI MOLIYAVIY BARQARORLIGI TAHLILI	659
Ulashbayev Shohruh Abdivaxobovich	
CHARACTERISTICS OF APPLYING NEW HETEROCOMPOSITE POLYMER MATERIALS IN ENGINEERING ACTIVITIES	665
Umida Ziyamukhamedova, Mirjalol Abdulakimov	
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ «МАХАЛЛАБАЙ»: ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ И ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ.....	672
Қосимжонов Нозимжон Қозимжон ўғли	
EKOLOGIK AUDITNI TASHKIL ETISHDA RISKLARNI JORIY ETISH TARTIBI	676
Abdullayev Xurshidjon Nazrullo o‘g‘li	
CORPORATE CULTURE AND ITS ROLE IN TALENT MANAGEMENT	683
Shoyunusova Arofat, Sanjar Mirzaliev	
SIRDARYO VILOYATI SHAROITIDA BIOMASSA ASOSIDA OZUQA ISHLAB CHIQRISH IMKONIYATLARI.....	687
Xazratkulov Niyoz Namazbayevich	
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	692
Воронин Сергей Александрович, Азимова Феруза Маликовна	
ENERGETIKA LOYIHALARINI RAQAMLASHTIRISHDA TO‘SIQLAR VA IMKONIYATLAR	700
Tilakov Ismoiljon Usmonovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SOG‘LIQNI SAQLASH TIZIMINI RAQAMLASHTIRISHNING AHAMIYATI	706
O‘roqov Firdavs Ortiqniyoz o‘g‘li	
O‘ZBEKISTONDA RAQAMLI BOZORLARNI MONOPOLIYAGA QARSHI TARTIBGA SOLISH MEKANIZMLARI VA TAKOMLLASHTIRISH TAKLIFLARI.....	710
Mingboev Asqar Qandaharovich	
JAHON SEMENT SANOATIDAGI TENDENSIYALAR VA O‘ZBEKISTONNING BARQAROR RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	717
Abdujabbarov Alisher Abdullayevich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	722
Mufitillayeva Safiya Qodir qizi	
KORXONALAR FAOLIYATINI BAHOLASHDA STATISTIK AXBOROT TIZIMINING O‘RNI	728
Musurmonova Mahbuba Omonovna	
INNOVATSION YONDASHUVLAR VA ULARNING AGRAR SOHAGA TA‘SIRI.....	732
Ortiqov Sulton Davronqul o‘g‘li	
DIRECTIONS FOR EFFECTIVE ORGANIZATION OF STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING OF COSTS.....	736
Pardaeva Shakhnoza Abdinabiyevna	
БОРЬБА С ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКОЙ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	740
Арзиев Шерзод	



REKREATSION TURIZM OBYEKTLARINING MOLIYAVIY BARQARORLIGI: YALTA VA KISLOVODSK SANATORIYALARI MISOLIDA.....	746
Najmitdinov G'ayratbek Sharifovich	
KORXONA SAMARADORLIGINI TA'MINLASHDA STRATEGIK REJALASHTIRISH MEZONLARI VA OMILLARINING O'RNI	752
Ubaydullayev Lutfulla Xabibullayevich	
ANALYSIS OF INTERACTIVE PLATFORMS THAT DEVELOP MOTIVATION	757
Maksuda Mukhammadovna Jurayeva, Zarnigor To'liqinovna Sattorova	
O'ZBEKISTONDA TO'QIMACHILIK VA KIYIM SANOATINING MARKETING TAHLILI	761
Tuxtayeva Oydinoy Normamatovna	



O'ZBEKISTONDA TO'QIMACHILIK VA KIYIM SANOATINING MARKETING TAHLILI

Tuxtayeva Oydinoy Normamatovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil tadqiqotchisi

E-mail: tukhtayeva_o_1978@bk.ru

ORCID: 0009-0005-8812-1548

Annotatsiya. Maqolada O'zbekiston to'qimachilik va kiyim sanoatining marketing nuqtayi nazaridan rivojlanish tendensiyalari, ichki va tashqi bozorlardagi raqobat muhiti hamda iste'molchilarning talab xususiyatlari tahlil qilingan. So'nggi yillarda mamlakatda to'qimachilik klasterlari faoliyatini kengaytirish, eksport salohiyatini oshirish va "Made in Uzbekistan" brendi ostida mahsulotlarni xalqaro bozorlarga olib chiqish bo'yicha tizimli islohotlar amalga oshirilmoqda. Tadqiqotda marketing mikromuhit omillari — mahsulot assortimenti, narx siyosati, taqsimot kanallari va reklama strategiyalari — o'rganilgan. Shuningdek, raqamli marketing vositalarining (onlayn savdo platformalari, ijtimoiy tarmoqlar, brend identifikatsiyasi) tarmoqqa ta'siri baholangan. Olingan natijalar asosida to'qimachilik korxonalarini uchun ichki bozorni chuqur o'rganish, iste'molchilar ehtiyojlariga mos mahsulotlar ishlab chiqish va eksport strategiyasini diversifikatsiya qilish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: to'qimachilik sanoati, kiyim bozori, marketing tahlili, raqamli marketing, eksport strategiyasi, iste'molchi talabi.

Abstract. This article examines the development trends of Uzbekistan's textile and clothing industry from a marketing perspective, analyzing the competitive environment in both domestic and international markets as well as the specific features of consumer demand. In recent years, the country has implemented systematic reforms aimed at expanding the activities of textile clusters, increasing export potential, and promoting products in international markets under the "Made in Uzbekistan" brand. The research explores key marketing microenvironment factors, including product assortment, pricing policy, distribution channels, and advertising strategies. The study also evaluates the impact of digital marketing tools — such as online sales platforms, social media networks, and brand identification — on the industry. Based on the findings, the paper offers recommendations for textile enterprises to conduct in-depth analysis of the domestic market, design products that meet consumer preferences, and diversify export strategies to strengthen competitiveness.

Keywords: textile industry, clothing market, marketing analysis, digital marketing, export strategy, consumer demand.

Аннотация. В статье анализируются тенденции развития текстильной и швейной промышленности Узбекистана с точки зрения маркетинга, рассматриваются конкурентная среда на внутреннем и внешнем рынках, а также особенности потребительского спроса. В последние годы в стране реализуются системные реформы, направленные на расширение деятельности текстильных кластеров, повышение экспортного потенциала и продвижение продукции на международные рынки под брендом «Made in Uzbekistan». В исследовании изучаются факторы маркетинговой микросреды — ассортимент продукции, ценовая политика, каналы распределения и рекламные стратегии. Кроме того, оценивается влияние инструментов цифрового маркетинга (онлайн-торговые платформы, социальные сети, идентификация бренда) на развитие отрасли. На основе полученных результатов разработаны рекомендации для текстильных предприятий по углублённому изучению внутреннего рынка, созданию продукции, отвечающей потребностям потребителей, и диверсификации экспортных стратегий.

Ключевые слова: текстильная промышленность, рынок одежды, маркетинговый анализ, цифровой маркетинг, экспортная стратегия, потребительский спрос.

KIRISH

Jahonning yetakchi kiyim-kechak brendlari raqobatbardoshlikni saqlab qolish va barqaror o'sishni ta'minlash maqsadida ko'p qirrali marketing strategiyalarini qo'llamoqda. Ularning faoliyatida barqaror moda konsepsiyasini rivojlantirish, ekologik toza brendingni shakllantirish hamda kiyimlarni qayta ishlash jarayonlarini keng joriy etish ustuvor yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Shu bilan birga, elektron tijorat va onlayn savdo platformalariga investitsiyalar hajmi ortib bormoqda, bu esa global moda bozorida yangi raqobat imkoniyatlarini yuzaga keltirmoqda.

Mijozlarni jalb etish va ularning sodiqligini oshirishda ijtimoiy tarmoqlar, raqamli reklama vositalari hamda shaxsiylashtirilgan marketing usullari keng qo'llanilmoqda. So'nggi yillarda esa neyromarketing yondashuvlari asosida mijoz ongiga bevosita ta'sir etuvchi reklama strategiyalari ishlab chiqilib, amaliyotda yuqori samaradorlikni ko'rsatmoqda.

Shuningdek, mahalliy brendlar ham o'z marketing strategiyalarini ijtimoiy tarmoqlar orqali muvaffaqiyatli amalga oshirib, iste'molchilarning kiyinish imijini shakllantirishda muhim yutuqlarga erishmoqda. Masalan, Avstraliyaning "Sussan" brendi o'z marketing strategiyasini yangilab, yosh iste'molchilarga yo'naltirilgan kampaniyalar orqali bozordagi mavqeiini mustahkamladi. H&M brendi esa London Fashion Week 2025 doirasida o'zining premium kolleksiyalarini namoyish etish orqali moda sanoatida o'z pozitsiyasini yanada mustahkamladi [1].

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Xorijlik marketolog olimlarning ko'plab ilmiy tadqiqotlarida brend konsepsiyasining shakllanish omillari, iste'molchilarning xulq-atvori va qaror qabul qilish jarayonlariga ta'siri, shuningdek, brendni xalqaro bozorda muvaffaqiyatli joylashtirish mexanizmlari keng tahlil qilingan. Ularning izlanishlarida brend boshqaruvi strategik marketingning ajralmas tarkibiy qismi sifatida qaralib, to'qimachilik va moda industriyasida barqaror raqobat ustunligini ta'minlash nuqtayi nazaridan brend kapitali, imij va identifikatsiya tushunchalarining ilmiy-uslubiy asoslari chuqur yoritib berilgan.

Mazkur yo'nalishda Keller K. L. [2], Kotler P., Mrad M., Park H., Lim R. E., Blasi S. [3], Brigato L., Sedita S. R., Mogaji E., Wei X., Jung S., Yin Z. va boshqa xorijiy tadqiqotchilarning ilmiy ishlari alohida ahamiyat kasb etadi. Ularning tadqiqotlari brend yaratish amaliyoti va metodologiyasini, savdo markalarini brendlash jarayonidagi yondashuvlarni, brend kapitalini shakllantirish hamda uni barqaror oshirish yo'llarini tahlil qiladi. Shuningdek, mijozlar ongida brend jozibadorligini kuchaytirish, iste'molchi sadoqatini oshirish va brend imijini barqarorlashtirishga qaratilgan nazariy hamda amaliy yondashuvlar ishlab chiqilgan.

Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi mamlakatlari olimlari orasida ham mazkur soha bo'yicha qimmatli ilmiy tadqiqotlar olib borilgan. Jumladan, G. A. Bagiyev, V. M. Tarasevich, S. I. Antoshkin [4], N. A. Olmezova, Glupko-Fedoricheva S. S., Mirakyan A. G., Xvorostyanaya A. S., Kayumova R. F., Minyazeva A. A., Nevolyani Yu. M., Gordeeva V. V., Bobrova Ya. M. va Sarjinskaya M. A. singari olimlarning ishlari shular jumlasidandir. Ularning ilmiy izlanishlarida iste'mol tovarlari brendini shakllantirish, brendni xalqaro bozorlarda samarali ilgari surish, hamda mahalliy kiyim brendlarining global raqobatda ustunliklarini ta'minlash masalalari keng yoritilgan.

O'zbekistonlik iqtisodchi olimlar ham marketing va branding sohalarida muhim ilmiy yutuqlarga erishgan. Jumladan, A. S. Soliyev, N. Q. Yo'ldoshev, M. A. Ikramov, A. Sh. Bekmurodov, M. R. Boltabayev, A. A. Fattaxov, Sh. J. Ergashxodjayeva, M. S. Qosimova, A. N. Samadov, I. S. Xotamov, S. A. Eshmatov, Z. A. Xakimov, N. G. Zufarova, S. S. Odilova, va A. R. Oqboyevlarning ilmiy ishlari buning yaqqol dalilidir. Ularning tadqiqotlarida marketing va branding fanlarini rivojlantirish, brend yaratish nazariyalarining ilmiy-metodologik asoslarini shakllantirish, hamda O'zbekiston korxonalarida brendni innovatsion yondashuvlar asosida boshqarish masalalari chuqur o'rganilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda O'zbekiston to'qimachilik va kiyim sanoatining marketing nuqtayi nazaridan rivojlanish tendensiyalari, raqobat muhiti hamda iste'molchilarning talab xususiyatlarini tahlil qilishga qaratilgan tizimli yondashuv qo'llanildi. Ishda analitik va statistik tahlil, qiyosiy metod, hamda marketing mikromuhiti omillarini (mahsulot, narx, taqsimot va reklama) o'rganish usullari asos sifatida tanlandi.

Ma'lumot manbalari sifatida O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi hisobotlari, xalqaro ilmiy maqolalar (Keller, Kotler, Blasi, Brigato va boshqalar) hamda amaliy marketing kuzatuvlari asos qilib olindi.

Shuningdek, raqamli marketing vositalarining (ijtimoiy tarmoqlar, onlayn savdo platformalari, brend identifikatsiyasi) sanoat tarmoqlariga ta'sirini baholashda kontent tahlil va empirik kuzatuv usullari qo'llanildi.

Tadqiqot natijalari asosida mahalliy to'qimachilik korxonalarining ichki bozorni chuqur o'rganish, iste'molchi ehtiyojlariga mos mahsulot ishlab chiqish va eksport strategiyasini diversifikatsiyalash bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

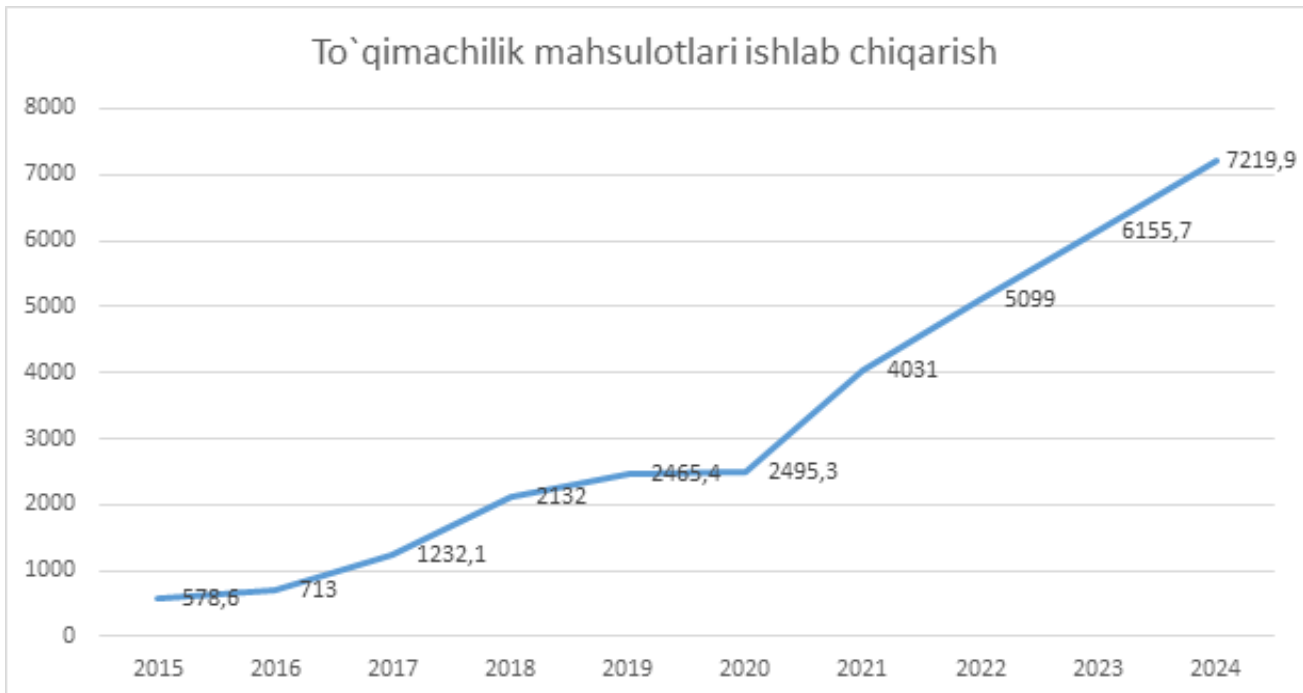
TAHLIL VA NATIJALAR

Iqtisodiy nuqtayi nazardan, yengil sanoat tarmog'ining mamlakat sanoat tizimidagi ulushi moda industriyasining rivojlanishi uchun zarur xomashyo bazasi va qayta ishlash quvvatlarini shakllantiruvchi asosiy omil hisoblanadi. Mazkur tarmoqning ishlab chiqarish salohiyati mamlakatning eksport imkoniyatlarini kengaytirish bilan bir qatorda, ichki bozorni sifatli va raqobatbardosh mahsulotlar bilan ta'minlashga xizmat qilmoqda.



Hozirda to'qimachilik va kiyim-kechak ishlab chiqarish yo'nalishida faoliyat yuritayotgan 49 ta yirik korxonada nafaqat ichki bozor uchun kiyim-kechak, trikotaj va gazlama mahsulotlarini ishlab chiqarmoqda, balki eksportbop tayyor tovarlar yaratish orqali qo'shilgan qiymat zanjirini kuchaytirish va iqtisodiy samaradorlikni oshirishga munosib hissa qo'shmoqda.

Bu jarayonning samarali kechishi, avvalo, ishlab chiqarish tarkibini modernizatsiya qilish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, va ishlab chiqarish jarayonlarini raqamlashtirish bilan chambarchas bog'liqdir. Mazkur yondashuv mahalliy moda brendlari uchun xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlik imkoniyatlarini kengaytiradi, ularning brend qiymatini oshiradi hamda O'zbekistonning eksport salohiyatini yanada mustahkamlaydi (1-rasm).



1-rasm. O'zbekistonda to'qimachilik sanoati mahsulotlarini ishlab chiqarish (mlrd so'mda)

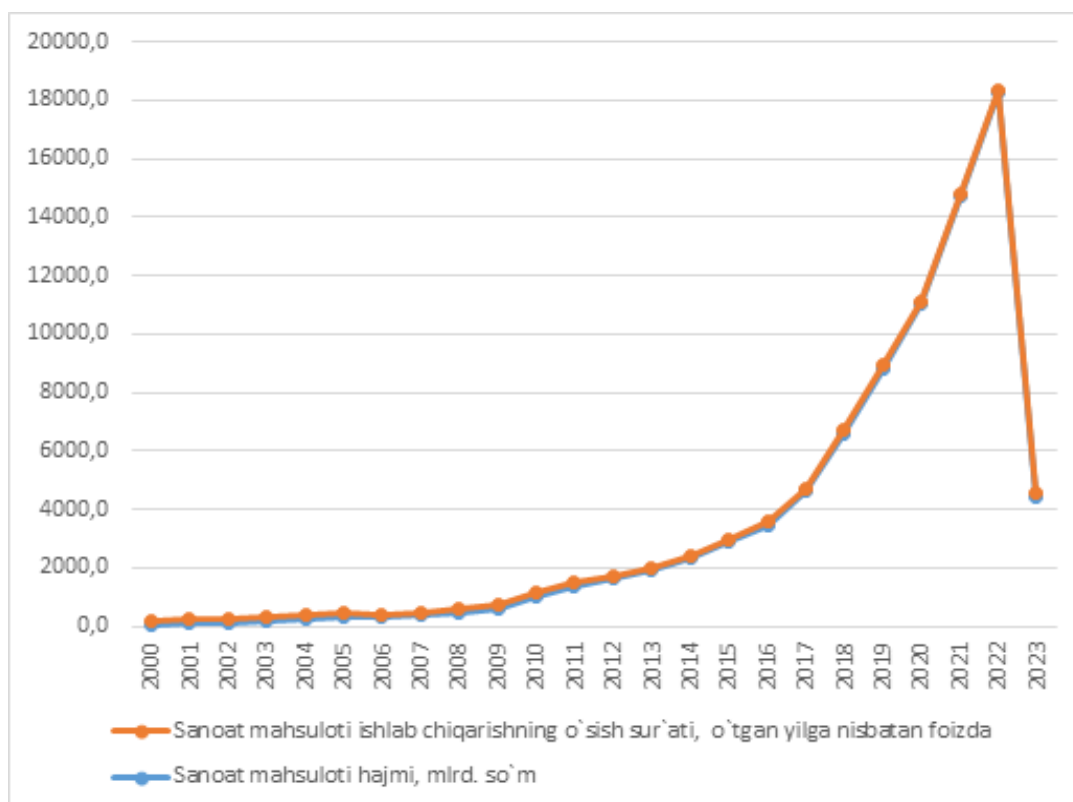
2015–2023-yillar davomida mamlakat sanoatida kuzatilgan o'sish dinamikasi, ayniqsa to'qimachilik va kiyim-kechak ishlab chiqarish tarmoqlarida, milliy iqtisodiyotning diversifikatsiyasi va yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar yaratish jarayonida muhim omil sifatida namoyon bo'ldi.

Umumiy sanoat mahsulotlari hajmi 2015-yilda 2,86 trln so'mdan 2022-yilda 18,24 trln so'mgacha o'sib, to'qqiz yil ichida qariyb yetti barobar oshgan. Bu holat O'zbekiston sanoatining strategik rivojlanish yo'nalishlari izchil amalga oshirilayotganini hamda tarmoqda texnologik modernizatsiya va ishlab chiqarish samaradorligi yuksalayotganini ko'rsatadi.

Shu bilan birga, 2023-yilda ishlab chiqarish hajmining 4,42 trln so'mga qisqarishi asosan tashqi iqtisodiy omillar, global bozorlardagi beqarorlik va logistik zanjirlardagi vaqtinchalik uzilishlar bilan izohlanadi. Biroq bu holat uzoq muddatli rivojlanish tendensiyasiga salbiy ta'sir ko'rsatmagan, balki ichki ishlab chiqarish zaxiralarini qayta ko'rib chiqish va eksport tarkibini optimallashtirish zaruratini yuzaga keltirgan.

Mazkur davrda to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 2015-yildagi 578,6 mlrd so'mdan 2022-yilda 5,1 trln so'mgacha o'sib, tarmoqni mamlakat sanoatining eng tez rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biriga aylantirdi. Kiyim-kechak ishlab chiqarish ko'rsatkichlari ham barqaror o'sishni namoyon etdi: 2015-yilda 310,5 mlrd so'm bo'lgan hajm 2022-yilga kelib 1,72 trln so'mga yetgan. Ushbu o'sish mahalliy brendlarning ichki bozordagi raqobatbardoshligini kuchaytirganini va milliy moda industriyasi shakllanayotganini tasdiqlaydi.

2023-yilda to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining 1,15 trln so'mga, kiyim-kechak ishlab chiqarishning esa 426 mlrd so'mga qisqarishi global talabning pasayishi va ayrim tashqi bozorlardagi beqarorlik bilan bog'liq. Shunga qaramay, ishlab chiqarish korxonalarini tomonidan ichki bozorni qo'llab-quvvatlash, eksportni geografik diversifikatsiya qilish va raqamli texnologiyalarni keng joriy etish orqali bu qisqa muddatli pasayishning salbiy ta'siri minimallashtirilmoqda (2-rasm).



2-rasm. Sanoatning asosiy ko'rsatkichlari

Grafik ma'lumotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, 2000–2022-yillar oralig'ida mamlakatda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi izchil o'sish sur'atlarini namoyon etgan. Ayniqsa 2016-yildan keyingi davrda o'sish jadal tus olib, sanoat tarmoqlarida tarkibiy yangilanishlar va investitsion faollik sezilarli darajada kuchaydi. 2022-yilda sanoat mahsuloti hajmi 18 trln so'mdan ortiq natijaga erishib, tarixiy rekord qayd etildi.

2023-yilda kuzatilgan qisqa muddatli pasayish esa jahon bozorida noaniqliklar, tashqi savdo aloqalaridagi cheklovlar hamda logistik zanjirlardagi vaqtinchalik uzilishlar ta'siri bilan izohlanadi. Biroq bu holat sanoatning uzoq muddatli barqaror rivojlanish tendensiyasiga ta'sir ko'rsatmagan, balki ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, eksport bozorlarini diversifikatsiya qilish va ichki resurslardan samarali foydalanish zaruratini yuzaga keltirgan.

Shu davrda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati mamlakat sanoatining eng istiqbolli tarmoqlaridan biriga aylandi. Mazkur tarmoq mahalliy moda brendlari uchun keng imkoniyatlar yaratib, xomashyodan tayyor mahsulotgacha bo'lgan to'liq qiymat zanjirini shakllantirdi. Iqtisodiy jihatdan, sanoat hajmining o'sishi qo'shilgan qiymat darajasini oshirdi, yangi ishlab chiqarish quvvatlarini ishga tushirdi va qayta ishlash zanjirlarini kengaytirdi. Natijada ichki bozorni importdan qisman ozod etish hamda eksport salohiyatini oshirish imkoniyati paydo bo'ldi.

Mahalliy moda brendlari uchun bu jarayon ichki bozorda raqobatbardosh ustunlikni ta'minlab, sifat va dizayn jihatidan xalqaro talablar bilan uyg'unlashgan mahsulotlar ishlab chiqarishga zamin yaratdi. 2016–2022-yillarda sanoat hajmining tez o'sishi milliy brendlarning tashqi bozorga chiqish imkoniyatlarini ham kengaytirdi, chunki ishlab chiqarish hajmlarining ko'payishi sifat standartlarining xalqaro mezonlarga yaqinlashuvini ta'minladi.

Marketing nuqtayi nazaridan, sanoatdagi o'sish mahalliy brendlarning iste'molchilar kiyinish imidjiga ta'sirini kuchaytiruvchi muhim omil sifatida namoyon bo'ldi. Birinchidan, ishlab chiqarish hajmining ortishi turli iste'molchi segmentlari uchun mahsulot diversifikatsiyasini ta'minladi: ommaviy segment uchun qulay va arzon mahsulotlar, premium segment uchun esa eksklyuziv dizaynli va yuqori sifatli liboslar taklif etish imkoniyati paydo bo'ldi.

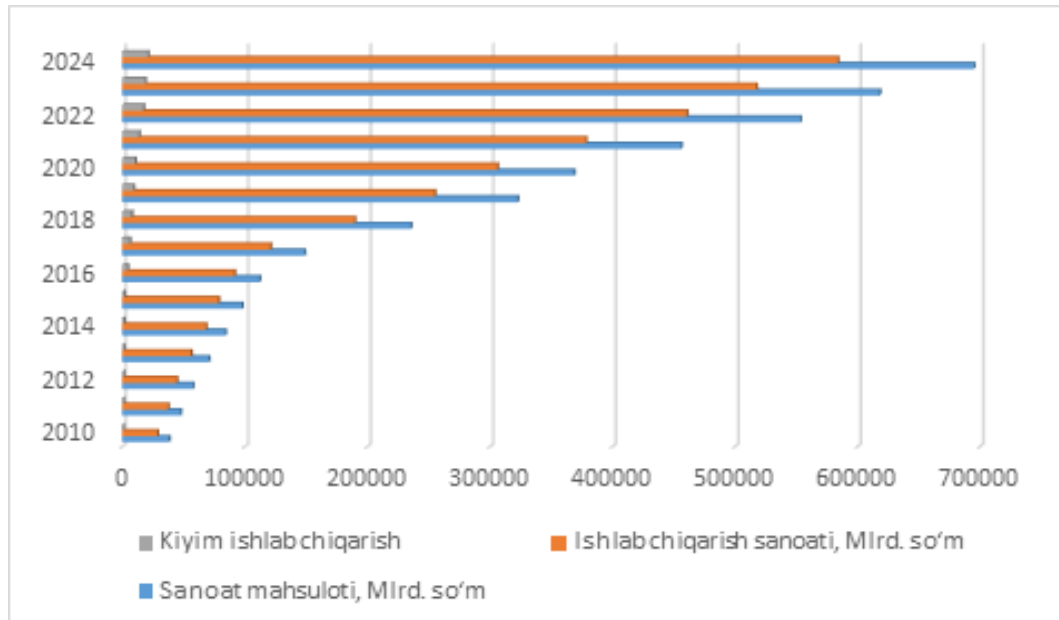
Ikkinchidan, marketing strategiyalarida milliy an'analar va zamonaviy modaning uyg'unlashtirilishi orqali mahalliy brendlar iste'molchilarning kiyinish madaniyati va milliy imidjiga sezilarli ta'sir o'tkazishga muvaffaq bo'ldi. Milliy naqshlardan, ekologik toza matolardan va mahalliy dizayn yechimlaridan foydalanish orqali "Made in Uzbekistan" tamg'asi iste'molchilar ongida sifat, milliy iftixor va ishonchlilik bilan bog'lanib bormoqda.

2023-yilda qayd etilgan pasayish esa marketing strategiyalarini yanada diversifikatsiya qilish, eksport geografiasini kengaytirish va tashqi bozorlarda barqarorlikni ta'minlash zarurligini ko'rsatadi. Bunday sharoitda



mahalliy brendlar raqamli marketing kanallari, elektron tijorat platformalari va xalqaro moda ko'rgazmalarida faol ishtirok etish orqali o'z mavqeini yanada mustahkamlashi mumkin.

Bundan tashqari, ichki bozorda narx siyosatini optimallashtirish, sifat kafolatini ta'minlash, va milliy brend qiymatini oshirishga yo'naltirilgan kommunikatsiya strategiyalarini kuchaytirish istiqboldagi muvaffaqiyat omillari sifatida alohida ahamiyat kasb etadi. Shu tarzda, O'zbekiston sanoati, xususan to'qimachilik va moda sektori, raqamli transformatsiya, innovatsiyalar va marketing strategiyalarining uyg'unlashuvi orqali barqaror o'sish modeliga o'tmoqda (3-rasm).



3-rasm. O'zbekiston Respublikasida kiyim ishlab chiqarish

2010–2022-yillar davomida mamlakat sanoatida, ayniqsa ishlab chiqarish tarmoqlarida izchil o'sish tendensiyasi kuzatilib, shu jarayonda kiyim ishlab chiqarish sohasi ham iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi sifatida shakllandi. Jadval va grafik ma'lumotlariga ko'ra, umumiy sanoat mahsuloti hajmi 2010-yilda 38,1 trln so'mdan 2022-yilda 553,2 trln so'mgacha o'sib, qariyb o'n to'rt barobar oshgan. Shu bilan birga, ishlab chiqarish sanoati hajmi 2010-yildagi 28,7 trln so'mdan 2022-yilda 460,4 trln so'mgacha ko'tarilib, mamlakat iqtisodiyotida ishlab chiqarish tarmoqlarining yetakchi o'rin egallayotganini yaqqol namoyon etgan.

Ushbu umumiy o'sish fonida kiyim ishlab chiqarish sohasida ham sezilarli o'sish kuzatildi. 2010-yilda 575,8 mlrd so'm bo'lgan ishlab chiqarish hajmi 2022-yilga kelib 17,2 trln so'mga yetgan, ya'ni qariyb 30 barobar o'sish qayd etilgan. Bu natija kiyim-kechak sanoatining milliy iqtisodiyotdagi roli tobora ortib borayotganini, shuningdek, ushbu tarmoqning yuqori qo'shilgan qiymat yaratish imkoniyatiga ega ekanini ko'rsatadi.

Kiyim ishlab chiqarishning umumiy sanoatdagi ulushi 2010-yilda 1,5 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2016-yildan boshlab 3–4 foiz oralig'ida shakllanib, 2022-yilda 3,1 foizga yetgan. Ishlab chiqarish sanoati tarkibidagi ulushi esa 2010-yilda 2 foiz bo'lgan bo'lsa, 2016–2022-yillar oralig'ida 3,5–5 foiz atrofida barqarorlashgan. Ushbu ko'rsatkichlar kiyim-kechak sanoatining barqaror o'sish potentsialiga ega strategik yo'nalish ekanini va umumiy sanoatning innovatsion tarkibiy qismi sifatida shakllanayotganini tasdiqlaydi.

Marketing nuqtayi nazaridan, kiyim ishlab chiqarish hajmining ortishi mahalliy brendlar uchun ichki va tashqi bozorlarda imidjini kuchaytirish imkoniyatlarini kengaytirmoqda. Ichki bozorda brendlar zamonaviy marketing strategiyalarini joriy etish orqali iste'molchilarning kiyinish imidjiga ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Masalan, yosh iste'molchilar uchun innovatsion dizaynlar, organik va ekologik toza matolardan tayyorlangan mahsulotlar orqali "green fashion" konsepsiyasini rivojlantirish, katta yoshdagi iste'molchilar uchun esa milliy naqsh va an'anaviy uslublarni uyg'unlashtirgan "cultural branding" yondashuvini qo'llash marketing samaradorligini oshiradi.

Bundan tashqari, raqamli marketing vositalari va elektron tijorat platformalaridan foydalanish mahalliy brendlarga nafaqat ichki bozorda o'z mavqeini mustahkamlash, balki xalqaro moda industriyasida ham faol ishtirok etish imkonini bermoqda. Shu tariqa, O'zbekiston kiyim ishlab chiqarish sohasi innovatsion yondashuvlar, brend strategiyalari va raqamli marketing mexanizmlarining uyg'unligi asosida barqaror o'sish bosqichiga kirib bormoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, 2010–2022-yillar davomida kiyim ishlab chiqarish hajmining qariyb 30 barobar o'sishi va uning sanoatdagi ulushining barqaror ortib borishi O'zbekistonning milliy moda industriyasi uchun yangi istiqbollar va imkoniyatlar yaratdi. Ushbu o'sish nafaqat ishlab chiqarish quvvatlarining kengayganini, balki mahalliy brendlarning ichki va tashqi bozorlarda mustahkam o'rin egallash salohiyatini ham namoyon etdi.

Mazkur imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun marketing strategiyalarini milliy dizayn, ekologik toza ishlab chiqarish va raqamli kommunikatsiya vositalari asosida shakllantirish muhimdir. Shu yo'l bilan mahalliy brendlar iste'molchilarning kiyinish imidjiga ijobiy ta'sir o'tkazishi, ularning milliy brendlarga nisbatan ishonchini mustahkamlashi hamda "Made in Uzbekistan" tamg'asi bilan xalqaro bozorda o'z brend qiyofasini shakllantirishi mumkin.

O'zbekistonning to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati bozorida rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilish, iste'molchilarning kiyinish imidjiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash va ularni marketing strategiyalari bilan uyg'unlashtirish bugungi kunda alohida ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi. Brendlar reytingi tahlilidan ko'rinib turibdiki, mahalliy bozorda faoliyat yuritayotgan korxonalar turli iste'molchi segmentlariga yo'naltirilgan strategiyalarni qo'llamoqda: masalan, "Pandora" va "Indenim" kabi yirik brendlar kiyim-kechak va aksessuarlar bozorida yetakchi o'rinni egallagan bo'lsa, "Bellstore", "Express Beauty" va "Incosemetic Asia" kabi brendlar kosmetika va go'zallik sohasida faoliyat yuritmoqda. Bu holat milliy moda bozorining diversifikatsiyasi natijasida iste'molchilarning turli ehtiyojlarini qondirish imkoniyati kengayganini anglatadi.

Shuningdek, "Indenim" va "Aynimo" brendlari milliy jinsi va zamonaviy kiyim-kechak ishlab chiqarishni yo'lga qo'yib, milliy brendlarning zamonaviy, xalqaro standartlarga mos imijini shakllantirishda muhim rol o'ynamoqda. Bunday yondashuvlar to'qimachilik sanoatida qayta ishlash darajasining oshishiga, dizayn innovatsiyalarining kengayishiga va brend kapitalining kuchayishiga zamin yaratmoqda.

Mahalliy brendlar raqobatbardoshlikni oshirish uchun iste'molchilarning imidjiy ehtiyojlariga yo'naltirilgan strategiyalarni faol qo'llamoqda. Ular o'z faoliyatida raqamli marketing kanallarini rivojlantirish, ijtimoiy tarmoqlarda milliy uslubni global trendlar bilan uyg'unlashtirish, hamda xalqaro moda ko'rgazmalarida ishtirok etish orqali bozor pozitsiyasini mustahkamlab bormoqda.

Masalan, "Fratelli Casa" va "Cotton Button" ichki kiyim ishlab chiqarish yo'nalishida funktsionallik va estetika uyg'unligini ta'minlayotgan bo'lsa, "Black Quail" brendi milliy teridan tayyorlangan premium aksessuarlari bilan yuqori segmentda o'z o'rnini mustahkamlab bormoqda.

Bundan tashqari, "Express Beauty", "Hairboss" va "Oriflame" kabi brendlar iste'molchilarning shaxsiy imidjini shakllantirishda qo'shimcha qiymat yaratib, moda industriyasi bilan uzviy sinergiya hosil qilmoqda. Bunday hamkorlik orqali iste'molchilar nafaqat kiyim-kechak, balki umumiy estetik obrazni to'liq mukammallashtirish imkoniyatiga ega bo'lishmoqda.

Qayd etilgan brendlar O'zbekistonning to'qimachilik va moda sanoatida mahalliy brend nufuzini oshirish, iste'molchilarning kiyinish madaniyatiga ta'sir o'tkazish, hamda mamlakatning imidjiy salohiyatini yuksaltirishda strategik ahamiyat kasb etmoqda. Shu jarayonda marketing strategiyalarining samaradorligi — ya'ni milliy dizaynni xalqaro trendlar bilan uyg'unlashtirish, raqamli kommunikatsiyani kuchaytirish, va iste'molchi uchun emotsional qiymat yaratish — asosiy drayver sifatida namoyon bo'lmoqda.

Natijada, "Made in Uzbekistan" brendi nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro maydonda ham muvaffaqiyatli pozitsiyani egallash imkoniyatiga ega bo'lib bormoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. [Vogue Business]. *Inside H&M's London Fashion Week takeover*. — 2023. — <https://www.voguebusiness.com/story/fashion/inside-handms-london-fashion-week-takeover>
2. Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). *Branding in B2B firms*. In *Handbook of Business-to-Business Marketing* (pp. 205–224). Edward Elgar Publishing.
3. Blasi, S., Brigato, L., & Sedita, S. R. (2020). *Eco-friendliness and fashion perceptual attributes of fashion brands: An analysis of consumers' perceptions based on Twitter data mining*. *Journal of Cleaner Production*, 244, 118701. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.118701>
4. Антошкин, С. И. (2017). *Управление брендом инновационной продукции*. Диссертация на соискание учёной степени к.э.н. Специальность 08.00.05 — экономика и управление народным хозяйством (маркетинг, управление инновациями). Санкт-Петербург.
5. Anggraeni, A., & R. (2015). *Effects of Brand Love, Personality and Image on Word of Mouth: The Case of Local Fashion Brands Among Young Consumers*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 211, 442–447. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.058>
6. Johnstone, L., & Lindh, C. (2022). *Sustainably sustaining (online) fashion consumption: Using influencers to promote sustainable (un)planned behaviour in Europe's millennials*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102775>



7. Kim, Y., & Sullivan, P. (2019). *Emotional branding speaks to consumers' heart: The case of fashion brands*. *Fashion and Textiles*, 6, 1–16. <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0164-y>
8. Ray, S., & Nayak, L. (2023). *Marketing Sustainable Fashion: Trends and Future Directions*. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su15076202>
9. Şener, T., Bişkin, F., & Kilinc, N. (2019). *Sustainable dressing: Consumers' value perceptions towards slow fashion*. *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.2330>
10. Jung, J., Kim, S., & Kim, K. (2020). *Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty*. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.019>
11. Chetioui, Y., Benlafqih, H., & Lebdaoui, H. (2020). *How fashion influencers contribute to consumers' purchase intention*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 24, 361–380. <https://doi.org/10.1108/jfmm-08-2019-0157>
12. Tsabitah, N., & Anggraeni, R. (2021). *The Effect of Brand Image, Brand Personality and Brand Awareness on Purchase Intention of Local Fashion Brand "This Is April"*. *Kinerja*, 25(2). <https://doi.org/10.24002/kinerja.v25i2.4701>
13. Nyadzayo, M., Johnson, L., & Rossi, M. (2020). *Drivers and outcomes of brand engagement in self-concept for luxury fashion brands*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 24, 589–609. <https://doi.org/10.1108/jfmm-05-2018-0070>

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2025. № 10

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

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100