

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI  
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI  
DSc.03/30.12.2020.I.16.02 RAQAMLI ILMIY KENGASH  
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

Qo'lyozma huquqida  
**UDK: 339.138:659.1:6P9**

**ZIYAYEVA SHAHLO SHOAKBAR QIZI**

**TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARINING BREND JOZIBADORLIGINI  
MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH**

**08.00.11 – Marketing**

Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) darajasini olish uchun tayyorlangan  
dissertatsiya

**Ilmiy rahbar:** Sattarov Saidmurod Abdusharipovich  
falsafa doktori (PhD), dotsent.

**Toshkent 2025 yil**

## MUNDARIJA

<b>KIRISH.....</b>	<b>3</b>
<b>I BOB. TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARINING BREND JOZIBADORLIGINI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI.</b>	<b>13</b>
1.1. Brendni shakllantirish va rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanishning nazariy jihatlari .....	13
1.2. Tikuv-trikotaj korxonalari brend jozibadorligini oshirishga ilmiy yondashuvlar .....	30
1.3. Tikuv-trikotaj mahsulotlari brendini shakllantirish va rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar tajribalari.....	43
Birinchi bob bo'yicha xulosalar .....	53
<b>II BOB. TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARINING BREND JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH HOLATI .....</b>	<b>55</b>
2.1. O'zbekistonda tikuv-trikotaj korxonalarining brend yaratish jarayoni va amaliyoti .....	55
2.2. Tikuv-trikotaj korxonalarining brend strategiyalaridan foydalanish jarayonlarini baholash.....	62
2.3. Tikuv-trikotaj sanoati korxonalari brendlariga mijozlar munosabatini baholash .....	70
Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar .....	87
<b>III BOB. TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARINING BREND JOZIBADORLIGINI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH YO'LLARI .....</b>	<b>89</b>
3.1. Tikuv-trikotaj korxonalari branding amaliyotida raqamli marketingning strategiyalaridan foydalanish.....	89
3.2. Modalar biznesida "yashil brend" marketing strategiyalaridan foydalanish imkoniyatlari va samaradorligi.....	96
3.3. Mahalliy tikuv-trikotaj korxonalarining brend strategiyalaridan foydalanish asosida samaradorligini oshirish yo'llari .....	104
Uchinchi bo'yicha xulosalar .....	117
<b>XULOSA.....</b>	<b>119</b>
<b>FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI .....</b>	<b>122</b>
<b>Ilovalar .....</b>	<b>132</b>

## KIRISH

**Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati.** Jahon mamlakatlarida tikuv-trikotaj mahsulotlari bozorida korxonalar marketing faoliyatida brending asosiy strategik maqsadga aylanib, global raqobatda ustunligini ta'minlash va qo'shilgan qiymat yaratishning ustuvor yondashuvi sifatida qaralmoqda. "Global kiyim-kechak bozori 2024-2030-yillar davomida yillik o'rtacha 2,8 foiz o'sishi prognoz qilinayotgan bir vaqtda 95 foizi iste'mol hashamatli bo'lmagan ommaviy mahsulotlarga tegishli bo'lishi kutilmoqda". Mazkur o'sish tendensiyalariga asoslangan holda global brending strategiyalari asosida jahonning TOP-10 talik yetakchilari hisoblangan Nike, Adidas, Zara, H&M, Shein, Uniqlo, Skechers kabi kiyim brendlarining 2023-yildagi 32 foizlik bozor ulushini 2030-yilgacha 50 foizdan oshirish maqsadlarida harakat qilmoqda,<sup>1</sup> natijada mamlakatlarda shakllangan raqobat mahalliy brendlarni globallashtirish imkoniyatlarini cheklab bormoqda.

Jahonning global kiyim-kechak brendlari tez rivojlanayotgan kiyim va moda sanoatida raqobatbardoshlikni va o'sishni saqlab qolish uchun turli strategik yo'nalishlardan foydalanib, bu borada qator ilmiy izlanishlar olib borilmoqda.

Jumladan, barqaror moda, eko-brending, kiyim-kechaklarni qayta ishlash va qayta sotishni rag'batlantirish, elektron tijoratni kengaytirish va onlayn platformalarga yuqori darajada sarmoyalar kiritish, mijozlarni jalb qilish uchun ijtimoiy media va shaxsiylashtirilgan marketingdan foydalanish, rivojlanayotgan bozorlarda kengayish, bozorlarning o'ziga xos ehtiyojlarini qondirish uchun mahalliyashtirilgan mahsulot va xizmatlarni taklif qilish, smart kiyimlar sanoatini rivojlantirish, mijozlarni saqlab qolish va takroriy xaridlarni rag'batlantirish uchun "Bir umrlik mijoz" tamoyillarini qo'llash kabilar bu boradagi tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi.

O'zbekistonda kiyim sanoatini global raqobatda ustunligini ta'minlay oladigan brend strategiyalari ishlab chiqish, iste'mol nafililigi va qo'shilgan qiymati

---

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/outlook/cmo/apparel/worldwide>

yuqori boʻlgan tayyor kiyimlar bilan jahonning yetakchi brendlariga munosib raqobatlasha oluvchi mahalliy brendlarni shakllantirishga alohida eʼtibor qaratilmoqda. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022—2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi toʻgʻrisida”gi PF-60-son farmonida “Toʻqimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2 barobarga koʻpaytirish”, “Tayyor mahsulotlar uchun milliy brendlarni rivojlantirish va ularning eksportini oshirish, jumladan milliy va xorijiy brenddagi tayyor mahsulot eksporti hajmini 2026-yilda 5 mlrd. AQSH dollariga yetkazish”<sup>2</sup> vazifalari belgilab berilgan. Belgilangan vazifalarni bajarilishi mahalliy tikuv-trikotaj korxonalarining brend jozibadorligini marketing strategiyalari asosida oshirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlarga ustuvorlik berishni taqozo etmoqda.

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-son “Oʻzbekiston — 2030” strategiyasi toʻgʻrisida”, 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2022-2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi toʻgʻrisida”, 2023-yil 2-sentyabrdagi PF-155-son “Toʻqimachilik sanoatini moliyaviy qoʻllab-quvvatlash boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”, 2023-yil 10-yanvardagi PF-2-son “Paxta-toʻqimachilik klasterlari faoliyatini qoʻllab-quvvatlash, toʻqimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini tubdan isloh qilish hamda sohaning eksport salohiyatini yanada oshirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”, 2022-yil 21-yanvardagi PF-53-son “Toʻqimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida chuqur qayta ishlash va yuqori qoʻshilgan qiymatli tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni hamda ularning eksportini ragʻbatlantirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi farmonlari, 2019-yil 12-fevraldagi PQ-4186-son “Toʻqimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini isloh qilishni yanada chuqurlashtirish va uning eksport salohiyatini kengaytirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi qarori, Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2022-yil 30-sentyabrdagi 556-son “Toʻqimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida

---

<sup>2</sup> Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022 — 2026 Yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi toʻgʻrisida”gi PF-60-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/5841063>