

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

---

**BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

**GIYAZOVA NOZIMA BAYAZOVNA**

**TO‘QIMACHILIK KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHDA**  
**RAQOBAT STRATEGIYASIDAN FOYDALANISHNI**  
**TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11 – Marketing

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi**  
**AVTOREFERATI**

**Toshkent – 2023 yil**

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati  
mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по  
экономическим наукам**

**Contents of Dissertation Abstract of the Doctor of Philosophy (PhD) in  
Economic Sciences**

**Giyazova Nozima Bayazovna**

To'qimachilik korxonalarini rivojlantirishda raqobat strategiyasidan foydalanishni  
takomillashtirish .....3

**Гиязова Нозима Баязовна**

Совершенствование использования конкурентных стратегий в развитии  
текстильных предприятий .....25

**Giyazova Nozima Bayazovna**

Improving the use of competitive strategies in the development of textile  
enterprises.....47

**E'lon qilingan ishlar ro'yxati**

Список опубликованных работ

List of published works.....51

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

---

**BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

**GIYAZOVA NOZIMA BAYAZOVNA**

**TO‘QIMACHILIK KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHDA RAQOBAT  
STRATEGIYASIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11 – Marketing

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi  
AVTOREFERATI**

**Toshkent – 2023 yil**

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasida B2022.3.PhD/Iqt2475 raqam bilan ro'yxatga olingan.**

Dissertatsiya Buxoro davlat universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume)) ilmiy kengash veb-sahifasi (tsue.uz) va «Ziyonet» Axborot-ta'lim portali ([www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz))da joylashtirilgan.

**Ilmiy rahbar:**

**Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich**  
iqtisodiyot fanlari doktori, akademik

**Rasmiy opponentlar:**

**Boltabayev Maxmudjon Rustamovich**  
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

**Akbarov Nodir G'ofurovich**  
iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, dotsent

**Yetakchi tashkilot:**

**Namangan muhandislik–texnologiya instituti**

Dissertatsiya himoyasi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi DSc.03/30.12.2020.I.16.02 raqamli ilmiy kengashning 2023 yil “\_\_\_” \_\_\_\_\_ kuni soat \_\_\_ dagi majlisida bo'lib o'tadi. Manzil: 100003, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-28-72; faks: (99871) 239-43-51; e-mail: tdiu@tdiu.uz.

Dissertatsiya bilan Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining Kutubxonasida tanishish mumkin (\_\_\_\_\_ raqam bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 100003, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-28-72; faks: (99871) 239-43-51; e-mail: tdiu@tdiu.uz.

Dissertatsiya avtoreferati 2023 yil “\_\_\_” \_\_\_\_\_ kuni tarqatildi.  
(2023 yil “\_\_\_” \_\_\_\_\_ dagi \_\_\_\_\_ raqamli reyestr bayonnomasi).

**G.Q.Abduraxmanova**

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash raisi, i.f.d., professor

**O.Dj.Djurabayev**

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash ilmiy kotibi, i.f.f.d., (PhD)

**Sh.J.Ergashxodjayeva**

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash qoshidagi Ilmiy seminar raisi, i.f.d., professor

## KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

**Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati.** Jahon bozorida aholining keng iste'mol tovarlari tarkibiga kiruvchi to'qimachilik mahsulotlari raqobatbardoshligini ta'minlashning ahamiyati tobora oshib bormoqda. Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkilotining ma'lumotlariga ko'ra, "Yengil sanoat hissasiga dunyo sanoat ishlab chiqarishining 5,8 % i, band bo'lganlarning 14,0 % dan ortiqrog'i to'g'ri keladi. So'nggi 15 yil davomida to'qimachilik materiallari va kiyim-kechak iste'mol qilish Yevropa Ittifoqi (YI) mamlakatlarida 90,5% ga, AQSHda – 99,3% ga va Yaponiyada – 220,0% ga o'sgan"<sup>1</sup>. Shu jihatdan raqobat ustunligi asosida to'qimachilik korxonalarini barqaror rivojlanish bo'yicha marketing strategiyasini amalga oshirish mexanizmlarini takomillashtirish muhim vazifalardan hisoblanadi.

Jahon to'qimachilik mahsulotlari bozorida raqobat darajasi, sifatni boshqarish, strategik maqsadlar asosida innovatsion marketingni tashkil etish, to'qimachilik mahsulotlarini sotishning samarali innovatsion siyosatini ishlab chiqish kabi yo'nalishlarda ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Bu borada, ayniqsa, yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor to'qimachilik mahsulotlari eksport salohiyatini oshirish, sifat menejmenti tizimini joriy etishning yangi usullarini yaratish, to'qimachilik mahsulotlari konyunkturasi o'rganish yo'nalishlaridagi tadqiqotlarga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Yangi O'zbekistonni barpo etish jarayonida ishlab chiqarishni tashkil etishning klaster usulidan samarali foydalanish asosida tayyor va yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish, ayniqsa, jahon bozorlarida raqobatbardosh tayyor to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish va uning eksport salohiyatini oshirish, eksportni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash kabi yo'nalishlarida kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "To'qimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2 barobarga ko'paytirish"<sup>2</sup> vazifasi belgilangan bo'lib, mazkur vazifaning muvaffaqiyatli bajarilishi respublika to'qimachilik sanoati korxonalarini rivojlantirishda raqobat strategiyalaridan foydalanishni taqozo etadi. Bu borada milliy to'qimachilik korxonalarini barqaror rivojiga strategik omillar ta'sirini baholash yondashuvlarini takomillashtirish, tovarning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan marketing strategiyalari va moslashuvchan raqobat strategiyalarini ishlab chiqish, to'qimachilik korxonalarida strategik raqobat ustunligini ta'minlaydigan barqaror rivojlantirish tadbirlari samaradorligini oshirishda xodimlarni rag'batlantirish tizimini takomillashtirish yuzasidan taklif va tavsiyalar ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risida", 2022-yil 21-yanvardagi PF-53-son "To'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida chuqur qayta ishlash va yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor

---

<sup>1</sup> [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

<sup>2</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" PF-60-son Farmoni. // [www.lex.uz](http://www.lex.uz).

mahsulotlar ishlab chiqarishni hamda ularning eksportini rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida", 2021-yil 16-noyabrdagi PF-14-son "Paxta-to'qimachilik klasterlari faoliyatini tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida", 2020-yil 5-maydagi PF-5989-son "To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini qo'llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo'lmaydigan chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmonlari, 2020-yil 6-martdagi PQ-4633-son "Paxtachilik sohasida bozor tamoyillarini keng joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida", 2019-yil 12-fevraldagi PQ-4186-son "To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini isloh qilishni yanada chuqurlashtirish va uning eksport salohiyatini kengaytirish chora-tadbirlari to'g'risida", 2019-yil 16-sentyabrdagi PQ-4453-son "Yengil sanoatni yanada rivojlantirish va tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida", 2018-yil 31-martdagi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 253-sonli qarori "Paxta-to'qimachilik ishlab chiqarishlari va klasterlari faoliyatini tashkil etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorlari hamda mazkur sohaga tegishli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu tadqiqot ishi muayyan darajada xizmat qiladi.

**Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga bog'liqligi.** Dissertatsiya ishi respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. "Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy, axloqiy hamda madaniy-ma'rifiy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish" ustuvor yo'nalishiga muvofiq bajarilgan.

**Muammoning o'rganilganlik darajasi.** Barqaror rivojlanishda marketing konsepsiyasi va strategiyasi masalalari bilan xorijlik olimlardan: Aaker D., Azoyev G.L., Ansoff I., Assel G., Doyl P., Kotler F., Lamben J.J., Mintsberg G., Alstrend B., Lempel D., M. Porter., Torado M.P., Chandler A.D., Xoffer K.V., Shendel D. va boshqalar shug'ullangan<sup>3</sup>.

Mustaqil davlatlar hamdo'stligi mamlakatlarida sanoat korxonalari barqaror rivojlanishida raqobat strategiyasini shakllantirish va undan foydalanish mexanizmlarining nazariy asoslari: Bezrukova T.L., Belenov O.N., Godin A.M., Golubkov Ye.P., Grigoryev M. N., Yegorov Yu.N., Kozlova Ye.P., Korneyeva I.V., Xrutskiy V.E., Kutsenko Ye.I., Naumov V.N., Shkardun V.D. tomonidan o'rganilgan<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup>Aaker D. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер. - 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. - СПб.: Питер, 2011. - 496 с.; Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2016. - 208 с.; Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. - М.: Экономика, 2002. - 416 с.; Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 804 с.; Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. / Дойль П.; пер. с англ. - СПб.: Питер, 2017. - 544 с.; Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 15-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, Прогресс книга, 2020. - 844 с.; Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с фр. -СПб.: Наука, 2016. - 589 с.; Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий / Пер. с англ.; Под ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб.: Питер, 2011. - 336 с.; Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. -М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. - 454с.; Торадо М.П. Экономическое развитие: учебник / пер.с англ. Под ред. С.М.Яковлева, Л.З.Зевина. -М.: Экономический факультет МГУ, ЮНИТИ, 2017. - 671 с.; Chandler A.D. Strategy and Structure. - Cambridge, Mass: MIT Press, 2012.; Hoffer C.W. and Shendel D. Strategy Formulation: Analytical Concepts. St. Paul, MN: West Publishing Company, 2018.

<sup>4</sup>Безрукова Т.Л. Формирование механизма устойчивого развития предприятия: факторный анализ, контроллинг, моделирование: монография /Т.Л. Безрукова. - М.: МГУЛ, 2012. - 252 с.; Беленов О.Н.

O'zbekistonda marketing tizimini takomillashtirishning umumiy jihatlari va to'qimachilik korxonalarida marketing strategiyasini shakllantirish masalalari mahalliy olimlarimizdan S.S.G'ulomov, A.Sh.Bekmurodov, M.R.Boltaboyev, M.A.Ikramov, S.A.Salimov, Sh.Dj.Ergashxodjayeve, M.S.Qosimova, M.A.Yusupov, S.Sh.Yusupov va boshqa olimlarning ilmiy tadqiqot ishlarida o'rganilgan<sup>5</sup>.

Shuni ta'kidlash joizki, yuqorida qayd etilgan ilmiy-tadqiqot ishlarida raqobat ustunligi sharoitida to'qimachilik korxonalarini barqaror rivojlantirishda raqobat strategiyasidan foydalanish mexanizmlarini takomillashtirish masalalari yetarlicha o'rganilmagan.

**Dissertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi.** Dissertatsiya ishi Buxoro davlat universitetining ilmiy-tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq "Raqobatbardosh turistik hudud va klasterlarni shakllantirish asosida O'zbekistonda turizmni davlat miqyosida barqaror rivojlantirishning strategik yo'nalishlarini ishlab chiqish" mavzusidagi ilmiy tadqiqot doirasida bajarilgan.

**Tadqiqotning maqsadi** to'qimachilik korxonalarini rivojlantirishda raqobat strategiyasidan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

**Tadqiqotning vazifalari:**

ishlab chiqarish korxonalarini rivojlanishida marketingning vosita va usullaridan foydalanish jihatlari ochib berish;

marketing amaliyotida raqobat nazariyasining mohiyatini ochib berish va uning korxonani rivojlantirishdagi ahamiyatini baholash;

to'qimachilik sanoati korxonalarida raqobat strategiyalarini shakllantirishning nazariy asoslarini o'rganish;

---

Стратегический маркетинг. – Воронеж: Издательство ВГУ, 2018. – 278 с.; Годин А.М. Маркетинг: учебник для студентов вузов. – М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2019. – 651 с.; Голубков Е.П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.П.Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 290 с.; Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.; Егоров Ю.Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 292 с.; Козлова Е.П. Формирование механизма устойчивого развития промышленных предприятий на основе технологической трансформации. 08.00.05. дисс.... канд. экон. наук. Нижний Новгород, 2019. - 181с.; Корнеева И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 436 с.; Куценко Е.И. Организационно-экономический механизм устойчивого развития региона: монография. – Оренбург: Litres, 2017. – 224с.; Шкардун В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: теория, методология, практика: Монография. – М.: Дело, 2015. – 376 с.; Наумов В.Н. Стратегический маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 356 с.

<sup>5</sup>G'ulomov S.S. Marketing asoslari. – T.: Sharq, 2002. – 254 b., Soliyev A. Marketing. Bozorshunoslik. – T.: "IQTISOD-MOLIYA", 2010; Бекмуратов А.Ш., Янг Сонг Бэ. Стратегия развития текстильной промышленности Узбекистана: Кластерный подход. Монография. – Ташкент: ТГЭУ. 2006. – 112 с.; Boltaboyev M.R. To'qimachilik sanoatida marketing strategiyasi. Monografiya. – T.: FAN, 2004. – 223 b.; Икромов М.А., Салимов С.А. Международный маркетинг: учеб. Пособие для ВУЗов. – Т.: Изд-во Нац. Библ. Узбекистана им. А. Навои, 2010. – 276 с.; Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik. – T., 2019. – 361 b., Ergashxo'jayeva Sh.J. Strategik marketing: Darslik. – T.: O'zbekiston faylasuflar milliy jamiyati, 2019. – 232 b.; Yusupov S.Sh. Kuchli raqobat sharoitida O'zbekiston to'qimachilik sanoati korxonalarini rivojlantirish strategiyalari. IFFD (PhD) ilmiy daraj. olish uchun yozilgan avtoreferat. - Toshkent: TDIU, 2018. – 24 b.

O‘zbekiston to‘qimachilik sanoati rivojlanishining hozirgi holati va muammolari tahlilini amalga oshirish;

to‘qimachilik sanoati korxonalari strategik mavqei va raqobatbardoshligini tahlil qilish;

to‘qimachilik korxonalarining strategik raqobat afzalliklari asosida rivojlanishini baholash usullarini takomillashtirish;

to‘qimachilik korxonalari rivojlanishida raqobat strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish;

to‘qimachilik korxonalari raqobat strategiyalaridan foydalanish samaradorligini oshirishda motivlashtirish mexanizmini takomillashtirish va uni prognozlashni amalga oshirish;

to‘qimachilik korxonalarini rivojlantirishda raqobat strategiyasidan foydalanishni takomillashtirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqish.

**Tadqiqotning obyekti** sifatida “O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasi tarkibiga kiruvchi to‘qimachilik korxonalarining marketing faoliyati tanlangan.

**Tadqiqotning predmetini** to‘qimachilik korxonalarida raqobat strategiyalaridan foydalanish jarayonida yuzaga keladigan iqtisodiy-ijtimoiy munosabatlar tashkil qiladi.

**Tadqiqotning usullari.** Tadqiqot jarayonida statistik tahlil, kabinet va dala tadqiqoti, tanlanma kuzatuv, grafik talqin, integral baholash, ekspert baholash, iqtisodiy-matematik va prognozlash kabi usullardan foydalanilgan.

**Tadqiqotning ilmiy yangiligi** quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko‘ra to‘qimachilik korxonalarini boshqarishda marketing yondashuvini amalga oshirishda strategik marketing sifatida talqin etiluvchi “marketing strategiyasi” tushunchasi tashqi muhit o‘zgarishlariga korxonaning ichki imkoniyatlarini moslashtirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar, ularni amalga oshirish mexanizmlari majmuasi nuqtai nazaridan takomillashtirilgan;

to‘qimachilik korxonalarining strategik va taktik raqobat ustunliklarini hisobga olgan holdagi barqaror rivojlanishiga ta’sirining integral oraliq natijalari (yuqori [0,8;1]; normal [0,6;0,8]; past [0,3;0,6]) chegaralari doirasidagi yondashuviga ko‘ra, strategik raqobat ustunliklarining to‘qimachilik sanoati korxonasining rivojlanishini ta’minlashga ta’sirini diagnostik baholash taklif etilgan;

raqobat xaritasini tuzish asosida to‘qimachilik korxonasi rivojlanishini ta’minlashga yo‘naltirilgan uchta sohada fokuslashtirilgan o‘shish strategiyasini hamda uchta bozor mavqei sohasida raqobat strategiyalarini amalga oshirishni uyg‘unlashtirish taklifi asoslangan;

to‘qimachilik sanoati ishlab chiqarish hajmiga ta’sir qiluvchi omillarning ekonometrik modeli asosida “KAMALAK SHABNAM TEKS” to‘qimachilik korxonasining mahsulot sotishdan umumiy tushumi hajmining 2030-yilga qadar prognoz ko‘rsatkichlari ishlab chiqilgan.

**Tadqiqotning amaliy natijalari** quyidagilardan iborat:



“O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasi tarkibiga kiruvchi korxonalarining strategik raqobat ustunligi va rivojlanish samaradorligi ko‘rsatkichlari o‘rtasidagi o‘zaro miqdoriy bog‘liqlikni aniqlash asosida mahsulot sotishdan olinadigan yalpi daromadni oshirish imkonini beruvchi marketing strategiyalarini shakllantirish asoslangan;

to‘qimachilik sanoati korxonalarining raqobat ustunliklarini tizimlashtirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqilgan;

to‘qimachilik korxonasining strategik mavqeini SPACE-tahlil usuli yordamida baholashning maqsadga muvofiqligi asoslangan;

to‘qimachilik korxonasida marketing samaradorligini baholash usuli ishlab chiqilgan;

to‘qimachilik sanoati korxonalarining barqaror rivojlanish darajalarini baholash mezonlari ishlab chiqilgan;

to‘qimachilik korxonasi barqaror rivojlanish darajasiga strategik raqobat ustunligi ta‘sirining modeli ishlab chiqilgan;

to‘qimachilik korxonalarini barqaror rivojlanish darajasiga omillar ta‘siri sababini o‘rganish uslubi ishlab chiqilgan;

to‘qimachilik sanoati korxonalarining raqobat ustunliklari ahamiyatini baholash shkalasi ishlab chiqilgan;

to‘qimachilik korxonasi bozori raqobat xaritasini shakllantirish matritsasi ishlab chiqilgan.

**Tadqiqot natijalarining ishonchliligi** to‘qimachilik korxonalarini rivojlantirishda raqobat strategiyasidan foydalanishni takomillashtirish yuzasidan olingan natijalarning rasmiy nashriyotlar tomonidan, taniqli xorijiy va O‘zbekiston olimlari tadqiqotlari natijalari bo‘yicha chop etilgan manbalarni o‘rganish va tahlili, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi, “O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasi va uning tarkibiga kiruvchi korxonalarining buxgalteriya va statistik hisobotlari ma‘lumotlaridan foydalanilganligi, tadqiqot natijalarining vakolatli tashkilotlar tomonidan tasdiqlangani bilan izohlanadi.

**Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati.** Tadqiqotning ilmiy ahamiyati to‘qimachilik sanoati korxonalarining raqobat ustunliklarini tizimlashtirish bo‘yicha takliflar, marketing samaradorligini baholash usuli, barqaror rivojlanish darajalarini baholash mezonlari, to‘qimachilik korxonasi barqaror rivojlanish darajasiga strategik raqobat ustunligi ta‘sirining modeli, barqaror rivojlanish darajasiga omillar ta‘siri sababini o‘rganish uslubi, raqobat ustunliklarining ahamiyatini baholash shkalasi, to‘qimachilik korxonasi bozori raqobat xaritasini shakllantirish matritsasi hamda boshqa amaliy natijalar respublika to‘qimachilik sanoatining raqobatbardoshligini oshirishga yo‘naltirilgan barqaror rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqish hamda korxonalar faoliyatida uni amaliyotga tatbiq etish chora-tadbirlarini ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati to‘qimachilik korxonalarida raqobat ustunligi sharoitida barqaror rivojlanish faoliyatining samaradorligini oshirish

orqali yuqori qo‘shimcha qiymatga ega bo‘lgan mahsulot turlarini ishlab chiqarish sohasida samarali chora-tadbirlar ishlab chiqish, shuningdek, tadqiqot natijalari oliy ta‘lim tizimi uchun darslik va o‘quv qo‘llanmalar tayyorlashda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

**Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi.** To‘qimachilik korxonalarini rivojlantirishda raqobat strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish bo‘yicha olingan ilmiy natijalar asosida:

uslubiy yondashuvga ko‘ra to‘qimachilik korxonalarini boshqarishda, marketing yondashuvini amalga oshirishda, strategik marketing sifatida talqin etiluvchi “marketing strategiyasi” tushunchasi tashqi muhit o‘zgarishlariga korxonaning ichki imkoniyatlarini moslashtirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar, ularni amalga oshirish mexanizmlari majmuasi nuqtai nazaridan takomillashtirish yuzasidan nazariy-uslubiy ishlanmalardan oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun mo‘ljallangan “Marketing kommunikatsiyasi” nomli o‘quv qo‘llanmani tayyorlashda foydalanilgan (O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligining 2022-yil 09-sentabrdagi 302-sonli buyrug‘i). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida talabalarda tashqi muhit o‘zgarishlariga korxonaning ichki imkoniyatlarini moslashtirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar, ularni amalga oshirish mexanizmlari majmuasi sifatidagi “marketing strategiyasi” tushunchasi yuzasidan mavjud nazariy-uslubiy bilimlarni kengaytirish imkoni yaratilgan;

to‘qimachilik korxonalarining strategik va taktik raqobat ustunliklarini hisobga olgan holdagi barqaror rivojlanishiga ta‘sirining integral oraliq natijalari (yuqori [0,8;1]; normal [0,6;0,8]; past [0,3;0,6]) chegaralari doirasidagi yondashuviga ko‘ra strategik raqobat ustunliklarining to‘qimachilik sanoati korxonasining rivojlanishini ta‘minlashga ta‘sirini diagnostik baholash taklifi “O‘zto‘qimachilik sanoati” uyushmasi tarkibidagi korxonalarining marketing faoliyatiga joriy etilgan (“O‘zto‘qimachilik sanoati” uyushmasining 2023-yil 19-apreldagi 03/25-776-son ma‘lumotnomasi). Natijada “BUXORO ZARHAL TEKS” MCHJ to‘qimachilik korxonasi barqaror rivojlanish darajasini tavsiflovchi umumiy integral koeffitsiyentini 2022-yilda 2021-yilga nisbatan 0,3357 bandga oshirish imkoni yaratilgan;

raqobat xaritasini tuzish asosida to‘qimachilik korxonasi rivojlanishini ta‘minlashga yo‘naltirilgan uchta sohada fokuslashtirilgan o‘sish strategiyasini hamda uchta bozor mavqei sohasida raqobat strategiyalarini amalga oshirishni uyg‘unlashtirish taklifi “O‘zto‘qimachilik sanoati” uyushmasi tarkibidagi korxonalarining marketing faoliyatiga joriy etilgan (“O‘zto‘qimachilik sanoati” uyushmasining 2023-yil 19-apreldagi 03/25-776-son ma‘lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida “KAMALAK SHABNAM TEKS” MCHJ to‘qimachilik korxonasining eksport hajmini 2022 yilda 2021 yilga nisbatan 4,48 foizga oshirish imkoni yaratilgan;

to‘qimachilik sanoati ishlab chiqarish hajmiga ta‘sir qiluvchi omillarning ekonometrik modeli asosida “KAMALAK SHABNAM TEKS” to‘qimachilik

korxonasining mahsulot sotishdan umumiy tushumi hajmining 2030-yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko'rsatkichlaridan "O'zto'qimachilik sanoat" uyushmasi tarkibidagi korxonalar faoliyatini istiqbol baholashda foydalanilgan ("O'zto'qimachilik sanoat" uyushmasining 2023-yil 19-apreldagi 03/25-776-son ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida uyushma tarkibidagi korxonalar, jumladan, "KAMALAK SHABNAM TEKS" MCHJ to'qimachilik korxonasini 2030-yilga qadar rivojlanish dasturlarini ishlab chiqish imkoni yaratilgan.

**Tadqiqot natijalarining aprobat siyasi.** Mazkur tadqiqot natijalari 6 ta xalqaro va 4 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida muhokamadan o'tkazilgan.

**Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi.** Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 19 ta ilmiy ish, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasi tomonidan tavsiya etilgan ilmiy jurnallarda 9 ta ilmiy maqola, jumladan, 5 tasi xorijiy jurnallarda chop etilgan.

**Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi.** Dissertatsiya tarkibi kirish, 3 ta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan tashkil topgan bo'lib, uning hajmi 137 betdan iborat.

## DISSERTASIYANING ASOSIY MAZMUNI

**Kirish** qismida tanlangan mavzuning dolzarbligi va zarurati asoslangan, muammoning o'rganilganlik darajasi hamda tadqiqotning maqsadi va vazifalari tavsiflangan, respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi ko'rsatilgan, tadqiqotning ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon etilgan, olingan natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyati ochib berilgan, tadqiqot natijalarini amaliyotga joriy qilinishi, nashr etilgan ilmiy ishlar va dissertatsiyaning tuzilishi bo'yicha ma'lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning "**To'qimachilik korxonalarini rivojlantirishda raqobat strategiyalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy asoslari**" deb nomlangan birinchi bobida sanoat korxonalarini barqaror rivojlanishini ta'minlashda marketingning ahamiyati asoslab berilgan, to'qimachilik sanoati korxonalarida marketing strategiyalaridan foydalanishning o'ziga xos xususiyatlari, raqobat nazariyasining mohiyati, to'qimachilik sanoati korxonalarini barqaror rivojlanishini ta'minlashda raqobat strategiyalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy asoslari yoritilgan.

Sanoat korxonalarini barqaror rivojlanishini ta'minlashda marketing tamoyillaridan foydalanish, samarali marketing tadqiqotlari natijalari asosida istiqbolda barqaror rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqish muhim rolni o'ynaydi. Marketingning evolyutsion taraqqiyotida bir qancha konsepsiyalar ham ishlab chiqilgan bo'lib, so'nggi yillarda raqamlashtirish texnologiyasining amaliyotga keng joriy etilishi munosabati bilan internet-marketing konsepsiyasi shakllandi hamda uni amaliyotga qo'llash natijasida mobil, virus, partizan marketing va blog-marketing kabi marketing turlari ham paydo bo'ldi.

Nashrlar va ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatdiki, iqtisodiy fanda "barqaror iqtisodiy rivojlanish" konsepsiyasi har xil ilmiy maktablar va ayrim mualliflar va tadqiqotchilar tomonidan tez-tez murojaat qilinishiga qaramay, yaxshi tushunilmaganligi bilan murakkablashmoqda. Dissertatsiya tadqiqotlari shuni ko'rsatdiki, hozirda konsepsiyaning rivojlanishi jarayonida "Barqaror rivojlanish" uch jihatdan ko'rib chiqila boshlandi: ekologik, iqtisodiy va ijtimoiy. "Barqaror rivojlanish" tushunchasi qaysi nuqtai nazardan kelib chiqishidan qat'iy nazar, har doim ham uchta jihatida inson faoliyatining barcha sohalarini o'z ichiga olgan ijtimoiy-iqtisodiy tizimning barqaror rivojlanishini ta'minlaydigan mexanizmi topish yoki rivojlantirish vazifasi doimo mavjud. Barqaror rivojlanish konsepsiyasi tadqiqotchilar tomonidan uch jihatdan ko'rib chiqilganiga qaramay, ko'plab mualliflar uni ta'minlash mexanizmi yagona, keng qamrovli bo'lishi kerak deb hisoblashadi.

Fikrimizcha, "Sanoat korxonasini barqaror rivojlantirish mexanizmi" atamasiga aniqlik kiritish uchun, avvalo, "mexanizm", "barqarorlik" va "rivojlanish" kategoriyalarini batafsil ko'rib chiqish kerak. Dissertatsiyada ushbu kategoriyalar mohiyati to'liq ochib berilgan va mualliflik ta'riflari keltirilgan.

"Rivojlanish" kategoriyasining zamonaviy talqini ko'p qirrali va ziddiyatli sanaladi. Har bir muallif "rivojlanish" tushunchasini o'ziga xos tarzda talqin qiladi. Bu har qanday holatda ham tabiiy o'zgarish yoki kimdir tomonidan o'zgarishga olib kelishi sifatida tushuniladi. Bizning fikrimizcha, rivojlanish obyekt mavjudlik bosqichiga qarab o'zgaradi. Shunday qilib, dastlabki bosqichda tabiiy o'zgarish yuz beradi, so'ngra obyektga turli xil atrof-muhit omillari ta'sir qiladi, bu esa mustaqil o'zgarish bilan birga obyektning sifat o'zgarishiga yordam beradi. Barqaror rivojlanish konsepsiyasi uchta yo'nalishni ajratishni nazarda tutadi: iqtisodiy, ijtimoiy va atrof-muhit, bu ularning alohida ahamiyatini, o'zaro bog'liqlik va bog'liqlikning mavjudligini ko'rsatadi, shu bilan birga ularning kamida bittasini e'tiborsiz qoldirish butun tizim barqarorligini buzishi mumkin.

Sanoat korxonalarini barqaror rivojlanishini ta'minlashda marketing tamoyillaridan foydalanish, samarali marketing tadqiqotlari natijalari asosida istiqbolda barqaror rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqish muhim rol o'ynaydi.

Umumiy holda strategiyaning ikki turini ajratish lozim – umumiy strategiyalar va xususiy strategiyalar. Strategik matritsalar o'rtasida keng tarqalgani portfel matritsalarini sanaladi. Tadqiqot jarayonida paxta tozalash sanoati korxonalarining kelgusidagi rivojlanishi bo'yicha marketing strategiyalari strategik tahlili amalga oshirilgan.

Dissertatsiyada amaliyotda eng ko'p qo'llaniladigan xo'jalik portfelining "Bozor ulushi – bozor o'sishi", "Bozor jalb etuvchanligi – raqobat ustunligi", "Tarmoq ko'rkamligi va raqobat ustunligi" va "Tarmoqning hayotiy sikli" matritsalarini mohiyatlari nazariy jihatdan ochib berilgan.

Ilmiy adabiyotlarda "raqobat", "raqobatbardoshlik" va "raqobatda ustunlik" atamalarini bo'yicha mualliflar tomonidan ko'plab ta'riflar hamda talqinlar berilgan bo'lib, dissertatsiyada ular tizimlashtirilgan. Umuman olganda, raqobat bozor

subyektlari iqtisodiy manfaatlarining to‘qnashishidan iborat bo‘lib, ular o‘rtasidagi yuqori foyda va ko‘proq naflilikka ega bo‘lish uchun kurashni anglatsa, raqobatbardoshlik alohida toifadagi obyektlarning bozordagi talabga qay darajada mosligini tavsiflaydi, ya’ni, taklifning (tovarning) talabga mosligini, korxonaning raqobat ustunligini ta’minlash imkoniyatini, mamlakatning iqtisodiy va ijtimoiy modelini tavsiflaydi, raqobatda ustunlik ma’lum bir sohada tashkilotga mijozlarni jalb qilish va uni saqlashga nisbatan imkoniyat beradigan yuqori ustunlik holatidir.

Dissertatsiyada strategik raqobat ustunliklarining to‘qimachilik sanoati korxonalarining barqaror rivojlanishiga ta’sirini asoslab berish jarayonida raqobat ustunliklarining tasniflari ishlab chiqilgan.

To‘qimachilik korxonalarini boshqarishda marketing yondashuvini amalga oshirish kompleksli marketing strategiyasini ishlab chiqish va uni amalga oshirish vositalarini tanlashni taqozo etadi. Bizning fikrimizcha, “marketing strategiyasi – bu tashqi muhit o‘zgarishlariga korxonaning ichki imkoniyatlarini moslashtirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar, ularni amalga oshirish mexanizmlari majmuasidir”.

Dissertatsiyaning **“To‘qimachilik korxonalarini rivojlantirishda raqobat strategiyalaridan foydalanish holati tahlili”** deb nomlangan ikkinchi bobida O‘zbekistonda to‘qimachilik sanoati rivojlanishining hozirgi holati va muammolari tahlili, to‘qimachilik sanoati korxonalarini strategik mavqeyi va raqobatbardoshligi tahlili amalga oshirilgan, to‘qimachilik korxonalarini barqaror rivojlanishga marketing faoliyati samaradorligining ta’siri o‘rganilgan va modeli ishlab chiqilgan.

Dissertatsiyada olib borilgan tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, respublika bo‘yicha 2023-yilning 1-yanvar holatiga 5852 ta to‘qimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarishga ixtisoslashgan xo‘jalik subyektlari faoliyat ko‘rsatgan, shundan 11 foizi to‘qimachilik, 89 foizi tikuv-trikotaj buyumlari ishlab chiqarishga ixtisoslashgan korxonalar.

## 1-jadval

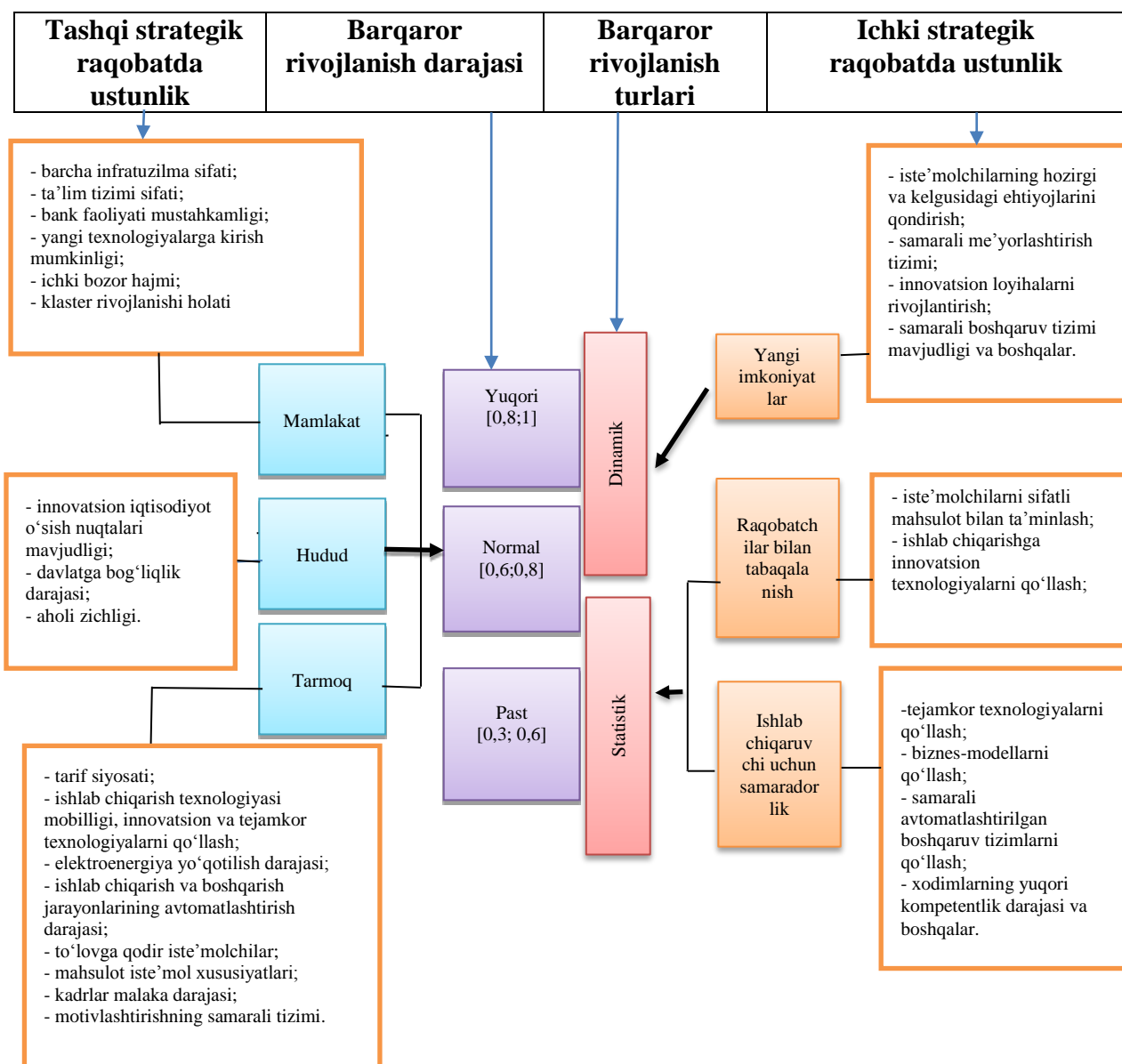
### **“O‘zto‘qimachilik sanoati” uyushmasining 2018-2022-yillardagi innovatsion-investitsion faoliyati dinamikasi<sup>6</sup>**

t/p	Ko‘psatkichlap	2018y.	2019y.	2020y.	2021y.	2022 y.
1.	O‘zlashtirilgan innovatsion-investitsiya loyihalari soni	60	65	71	85	86
2.	Innovatsion-investitsiya loyihalari qiymati, mln.doll. Shu jumladan:	550,7	829,7	474,1	836,3	326,3
	O‘z mablag‘lari hisobiga	274,5	268,6	136,4	216,5	104,6
	Tijopat banklari krediti	262,7	536,8	234,4	140,8	56,4
	Xorijiy investitsiyalar va kreditlar	13,5	24,3	103,3	479,0	165,3
3.	Yaratilgan ish o‘rinlari soni	10654	15568	16855	22820	23000
4.	Innovatsion-investitsiya loyihalar eksport salohiyati, mln.doll.	253,6	377,3	187,4	255,8	101,2

<sup>6</sup> “O‘zto‘qimachilik sanoati” uyushmasi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 14-dekabrda “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5285-sonli Farmoniga asosan 2018-2020-yillarda qiymati 1854,5 mln.doll. bo‘lgan 200 ga yaqin investitsion loyihalar amalga oshirildi. Bu loyihalarning aksariyati tayyor mahsulotlar, ya’ni bo‘yalgan ip-kalava, trikotaj mato, gazlamalar, trikotaj mahsulotlari va tikuv mahsulotlari ishlab chiqarishga ixtisoslashgan (1-jadval).

“O‘zto‘qimachilik sanoati” uyushmasining 2018-2022-yillardagi innovatsion-investitsion faoliyati ma’lumotlarni tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, tarmoq bo‘yicha 2022 yilda 23000 ta yangi ish o‘rinlari yaratishga qaratilgan umumiy qiymati 326,3 mln. AQSh dollariga teng bo‘lgan 86 ta innovatsion-investitsiya loyihalari amalga oshirilgan.



**1-rasm. To‘qimachilik korxonasi barqaror rivojlanish darajasiga strategik raqobat ustunligi ta’sirining modeli<sup>7</sup>**

<sup>7</sup>Muallif ishlanmasi.

Tarmoqni yanada rivojlantirish maqsadida 2022-2026-yillarga mo'ljallangan rivojlanish Dasturida 80000 ta yangi ish o'rinlari yaratishga mo'ljallangan umumiy qiymati 2437 mln. AQSh dollariga teng bo'lgan 225 ta innovatsion-investitsiya loyihalari amalga oshirish rejalashtirilgan. Ushbu innovatsion-investitsiya loyihalari amalga oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari ishlab chiqilgan.

Tahlilning keyingi bosqichida o'rganilayotgan "BUXORO ZARHAL TEKS" MCHJ korxonasi strategik mavqeyi jahon amaliyotida keng qo'llanilib kelinayotgan SPACE-tahlil usuli yordamida baholandi. Ushbu to'qimachilik korxonasi raqobatbardoshligi va strategik mavqeyi tahlili natijalariga tayanib, korxonaning raqobat marketing strategiyasini shakllantirish mumkin bo'ladi.

To'qimachilik sanoati korxonalarining barqaror rivojlanishini ta'minlash, yuqorida aytib o'tilganidek, taktik va strategik raqobat ustunliklari asosida amalga oshirilishi mumkin. To'qimachilik sanoati korxonalarini barqaror rivojlantirishning strategik raqobat ustunliklari va turlari va modellari turlari va guruhlari o'rtasidagi munosabatlarning mohiyatini tahlil qilish ilmiy va amaliy jihatdan qiziqarlidir.

Dissertatsiyada to'qimachilik korxonalarini strategik va taktik raqobat ustunliklarini hisobga olgan holda uning sanoat xususiyatlarini aks ettiruvchi to'qimachilik korxonasi rivojlanishining barqaror rivojlanishiga strategik raqobat ustunliklarining ta'siri modeli yaratilgan (1-rasm).

To'qimachilik korxonalarining strategik raqobat ustunligi va barqaror rivojlanish samaradorligi ko'rsatkichlari o'rtasidagi o'zaro miqdoriy bog'liqliklarga asoslanib, uning asosida ko'zlangan natijani ta'minlash imkonini beruvchi marketing strategiyalarini shakllantirish amalga oshiriladi.

Dissertatsiyaning **"To'qimachilik korxonalarining barqaror rivojlanishini ta'minlashda raqobat strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish"** deb nomlangan uchinchi bobida to'qimachilik korxonalarini rivojlanishiga strategik raqobat ustunligining ta'siri modeli va nazorat mexanizmini takomillashtirish amalga oshirilgan, to'qimachilik korxonalarini rivojlanish darajasiga omillar ta'siri sababini o'rganish uslubi, to'qimachilik sanoati korxonalarining raqobat ustunliklarining ahamiyatini baholash shkalasi, to'qimachilik korxonasi bozori raqobat xaritasini shakllantirish matritsasi ishlab chiqilgan, shuningdek, to'qimachilik korxonalarini strategik raqobat ustunligini ta'minlash asosida rivojlantirishning motivlashtirish mexanizmini takomillashtirish va uni prognozlash amalga oshirilgan.

Barqaror rivojlanish omillari hamda imkoniyatlarini izlab topish uchun, bizningcha, chuqurroq tarzda samarali usullarni qo'llagan holda keng qamrovli sababni o'rganishni amalga oshirish talab etiladi. Shuning uchun dissertatsiyada to'qimachilik sanoati korxonalarini ishlab chiqarish xususiyatlaridan kelib chiqqan holda ularning barqaror rivojlanish darajasiga omillar ta'siri sababini o'rganish uslubi ishlab chiqilgan. Ushbu uslubga asosan, to'qimachilik korxonalarini barqaror rivojlanish darajasiga omillar ta'siri sababini o'rganish uslubi quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi: "Sanoat korxonasi barqaror rivojlanish darajasiga omillar ta'siri sababini o'rganish", "Sanoat korxonasi mavjud

raqobatbardosh ustunliklarini aniqlash va baholash”, “Strategik raqobatbardosh ustunliklarning sanoat korxonasi rivojlanishiga ta’sirini baholash”.

### 3-jadval

#### To‘qimachilik sanoati korxonasi rivojlanishining ichki darajasini baholash tarkibiy qismlari<sup>8</sup>

Ko‘rsatkich nomlanishi	Tavsifi
<b>1. IQTISODIY TARKIBIY QISM</b>	
<b>Investitsiyaning tavsifi</b>	
Resurs qaytimi	Korxonada faoliyatida 1 so‘m avanslashtirilgan mablag‘ga to‘g‘ri keluvchi sotuv hajmini tavsiflaydi: $K_{res.qay} = T_{max} / VB_{o'rt}$ bu yerda, $VB_{o'rt}$ – o‘rganilayotgan davrda korxonada umumiy kapitalining o‘rtacha qiymati.
<b>Ishlab chiqarish tavsifi</b>	
Fond qaytimi	Mayjud o‘rnatilgan asbob-uskunalar qay darajada foydalanilganlikni, ya’ni har bir so‘m asbob-uskunadan foydalanish natijasida qancha miqdorda mahsulot ishlab chiqarilganlikni ko‘rsatib, mahsulot ishlab chiqarish hajmini asosiy ishlab chiqarish vositalari yillik o‘rtacha qiymatiga nisbati kabi topiladi: $f_{f.qay} = T_{max} / F_{asos}$ bu yerda, $F_{asos}$ – korxonaning asosiy ishlab chiqarish fondlari yillik o‘rtacha qiymati.
<b>Moliyaviy tavsif</b>	
O‘z kapitali aylanuvchanligi ko‘effitsiyenti	korxonada o‘z kapitali aylanish tezligini tavsiflaydi: $O_{Oz} = T_{max} / SK_{o'rt}$ bu yerda, $SK_{o'rt}$ - o‘rganilayotgan davrda korxonada o‘z kapitali o‘rtacha qiymati.
<b>Tashkiliy tavsif</b>	
Yuqori malakali xodimlar ulushi ko‘effitsiyenti	Xodimlar umumiy sonida yuqori malakali xodimlar ulushini tavsiflaydi: $K_{yux} = YU_x / U_x$
<b>Marketing tavsifi</b>	
Mahsulot raqobatbardoshligi ko‘effitsiyenti	Mahsulotning raqobatda ustunlik darajasini tavsiflaydi
<b>Texnik-texnologik tavsif</b>	
Asosiy vositalar yaroqlilik ko‘effitsiyenti	asosiy fondlar jismoniy va ma’naviy eskirish darajasini tavsiflaydi
<b>2. IJTIMOYIY TARKIBIY QISM</b>	
Kadrlar barqarorligi ko‘effitsiyenti	mehnat jamoasining ijtimoiy tarkibiy qismdan ehtiyoji qondirilishi
<b>3. EKOLOGIK TARKIBIY QISM</b>	
Tashqi muhit ifloslanish intensivligi ko‘effitsiyenti	faoliyatning atrof-muhitga ta’sirini tavsiflaydi
<b>4. XAVF-XATAR TARKIBIY QISMI</b>	
Strategik va taktik xavflarga barqarorligini (tashqi muhitning) tavsiflovchi integral ko‘effitsiyenti	strategik xavf-xatarlar ta’siri
	taktik xavf-xatarlar ta’siri

<sup>8</sup>Muallif ishlanmasi.



Tadqiqot jarayonida to‘qimachilik sanoati korxonalarining ichki barqaror rivojlanish holatini to‘rtta o‘zaro bog‘liq tarkibiy qismlar: iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik va xavfning barqarorligini tavsiflaydigan resurs qaytimi, fond qaytimi, o‘z kapitali aylanuvchanligi koeffitsiyenti, yuqori malakali xodimlar ulushi koeffitsiyenti, mahsulot raqobatbardoshligi koeffitsiyenti, asosiy vositalar yaroqlilik koeffitsiyenti, asosiy vositalar yaroqlilik koeffitsiyenti, tashqi muhit ifloslanish intensivligi koeffitsiyenti, strategik va taktik xavflarga barqarorligini (tashqi muhitning) tavsiflovchi integral koeffitsiyentlarining integral ko‘rsatkich bo‘yicha baholashning takomillashtirilgan usuli taklif etilgan (3-jadval).

Iqtisodiy tarkibiy qism birlamchi integral ko‘rsatkichi quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$i.int = \sqrt[6]{K_{res.qay.} * K_{f.qay.} * O_{uz} * K_{yux} * K_{m.r.} * K_{as.yar.}} \quad (1)$$

Umumiy integral ko‘rsatkichning qiymati quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$umumiy. = \sqrt[4]{U_{i.int.} * ijt. * ekol. * xx} \quad (2)$$

bu yerda,  $i.int.$  - iqtisodiy tarkibiy qismning jamlama ko‘rsatkichi;

$ijt.$  - ijtimoiy tarkibiy qismning jamlama ko‘rsatkichi;

$ekol.$  - ekologik tarkibiy qismning jamlama ko‘rsatkichi;

$xx$  – xavf-xatar tarkibiy qismning jamlama ko‘rsatkichi.

To‘qimachilik sanoati korxonalarining barqaror rivojlanish turi va darajalarini tavsiflovchi umumiy integral koeffitsiyentlarning qiymatlari 4-jadvalda keltirilgan.

**4-jadval**

**To‘qimachilik sanoati korxonalarining barqaror rivojlanish turi va darajalarini tavsiflovchi umumiy integral koeffitsiyentlarning qiymatlari<sup>9</sup>**

Daraja	Barqaror rivojlanish turlari	Barqarorlik darajasi nomlanishi	Barqaror rivojlanish umumiy integral ko‘rsatkichi qiymati
1	dinamik	yuqori barqaror rivojlanish	$0,8 < U_{umumiy} \leq 1$
2	dinamik statistik	normal barqaror rivojlanish	$0,6 < U_{umumiy} \leq 0,8$
3	statistik	normal barqaror rivojlanish	$0,4 < U_{umumiy} \leq 0,6$
4	-	kritik barqaror rivojlanish	$0,3 < U_{umumiy} \leq 0,4$
5	-	inqirozli barqaror rivojlanish	$U_{umumiy} \leq 0,3$

<sup>9</sup>Muallif ishlanmasi.

Uslubiyatni sinovdan o'tkazish uchun empirik asos sifatida Toshkent shahri va Buxoro viloyatining quyidagi hududiy tarmoq korxonalarini tanladi: "BUXORO ZARHAL TEKS" MCHJ, "KAMALAK SHABNAM TEKS" MCHJ, "TEXTILES SPEKTRUM COLORS" qo'shma korxonasi, "BETLIS TEKSTIL" MCHJ, "FULL COTTON" MCHJ. Tadqiqotda qatnashgan to'qimachilik korxonalarida barqaror rivojlanish darajasini tavsiflovchi umumiy integral koeffitsiyenti 0,091-0,804 oralig'ida bo'lgan. 2022-yilda esa biz tomondan barqaror rivojlanishni ta'minlash bo'yicha berilgan takliflarni amaliyotga qo'llash natijasida holat bir qadar yaxshilangan.

Ushbu yilda "BUXORO ZARHAL TEKS" MCHJda barqaror rivojlanish darajasi "yuqori barqaror rivojlanish" dinamik darajasida bo'lgan bo'lsa, "FULL COTTON" MCHJda barqaror rivojlanish darajasi "normal barqaror rivojlanish" dinamik/statistik, "KAMALAK SHABNAM TEKS" MCHJ, "TEXTILES SPEKTRUM COLORS" qo'shma korxonasi, "FULL COTTON" MCHJ, "BETLIS TEKSTIL" MCHJda barqaror rivojlanish darajasi "normal barqaror rivojlanish" statistik darajasi kuzatiladi.

Tadqiqot jarayonida to'qimachilik mahsulotlari bozorining muayyan ulushini ta'minlash uchun zarur bo'lgan savdo hajmini oshirish strategik maqsadiga erishish uchun to'qimachilik korxonasi uchta sohada fokuslashtirilgan o'sish strategiyasini amalga oshirishi lozimligi aniqlandi:

a) bozor mavqeyini mustahkamlash (bir xil mahsulot bilan bir xil bozor): to'qimachilik korxonasi mavjud bozordagi raqobatbardoshligini oshirish, yangi mijozlarni qidirish va jalb qilish;

b) bozorni rivojlantirish (shu mahsulot uchun yangi bozor): respublikamiz va xorijda mahsulotni sotish geografiasini kengaytirish;

v) mahsulot ishlab chiqish (shu bozorda yangi mahsulot): diversifikatsiya siyosatini amalga oshirish orqali yaqin vaqt oralig'ida qo'shimcha qiymat hosil qiladigan tayyor tikuv mahsulotlarini ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish.

To'qimachilik korxonalarini ma'lumotlar asosida bozor raqobat xaritasi to'qimachilik korxonalarini uchun 2021-2022-yillar oralig'ida ishlab chiqarish hajmi ma'lumotlariga asoslanib tuzildi (5-jadval).

Bozor raqobat xaritasi ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, o'rganilayotgan davrda "BUXORO ZARHAL TEKS" MCHJ to'qimachilik korxonasi bozor yetakchi korxonasi sanalib, raqobat mavqeyini tez yaxshilaydigan korxonaga sanaladi. Yuqori raqobat mavqeidagi korxonalar sirasiga "BETLIS TEKSTIL" MCHJ to'qimachilik korxonasi kirsada, raqobat mavqeyi yaxshilanib bormoqda. Past raqobat mavqeidagi korxonalar sirasiga "KAMALAK SHABNAM TEKS" MCHJ to'qimachilik korxonasi kirib, raqobat mavqeyi yaxshilanib borayotgan korxonaga sanaladi. Bozor autsayderlari sirasiga "FULL COTTON" MCHJ to'qimachilik korxonasi kirsada, ammo ushbu korxonaga raqobat mavqeyi yomonlashib borayotgan korxonaga sanaladi. Bozor autsayderlari sirasiga "TEXTILES SPEKTRUM KOLORS" qo'shma korxonasi to'qimachilik korxonasi kirsada, ammo ushbu korxonaga raqobat mavqeyi tez yomonlashib borayotgan korxonaga sanaladi.

To‘qimachilik korxonasi bozori raqobat xaritasini shakllantirish matritsasi<sup>10</sup>

Bozor ulushi, o‘shish sur‘ati,			Guruhlar			
			I	II	III	IV
			Bozor yetakchi korxonasi	Yuqori raqobat mavqeidagi korxonalar	Past raqobat mavqeidagi korxonalar	Bozor autsayderlari
			0,362	0,325-0,361	0,188-0,324	0,039-0,187
Guruhlar	I	Raqobat mavqeini tez yaxshilaydigan korxonalar [0,3449;∞)	“BUXORO ZARHAL TEKS” MCHJ			
	II	Raqobat mavqeini yaxshilaydigan korxonalar [0; 0,3449)		“BETLIS TEKSTIL” MCHJ		
	III	Raqobat mavqei yomonlashib borayotgan korxonalar [-0,153;0)			“KAMALAK SHABNAM TEKS” MCHJ	“FULL COTTON” MCHJ
	IV	Raqobat mavqei tez yomonlashib boradigan korxonalar (-∞;- 0,153)				“TEXTILES SPEKTRUM KOLORS” qo‘shma korxonasi

5-jadvalda keltirilgan to‘qimachilik korxonasi bozor raqobat xaritasi matritsasiga ko‘ra to‘qimachilik korxonalarining raqobat mavqei quyidagicha baholanadi:

$$\text{Agarda } U_k \in \begin{pmatrix} U_{o'rt} + 3\sigma_2; U_{\max} \\ U_{o'rt}; U_{o'rt} + 3\sigma_2 \\ U_{o'rt} - 3\sigma_1; U_{o'rt} \\ U_{\min}; U_{o'rt} - 3\sigma_1 \end{pmatrix} \begin{array}{l} \text{– bozor yetakchi korxonasi} \\ \text{– kuchli raqobat mavqeiga ega} \\ \text{– kuchsiz raqobat mavqeiga ega} \\ \text{– autsayderlar} \end{array}$$

Shunga ko‘ra, to‘qimachilik korxonasining marketing raqobat strategiyalari matritsasi 6-jadvaldagidek bo‘ladi.

Dissertatsiyada to‘qimachilik korxonasining raqobat ustunligi asosida barqaror rivojlanishini ta‘minlash jarayoniga kadrlarning doimiy jalb qilinishini ta‘minlash maqsadida sanoat korxonasi xodimlarining innovatsion ijodkorligini

<sup>10</sup>Emperik ma‘lumotlar asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

o'shishga qaratilgan motivatsion mexanizmni ishlab chiqish bo'yicha takliflar berilgan.

**6-jadval**

**To'qimachilik korxonasi raqobat marketing strategiyalari matritsasi<sup>11</sup>**

Bozordagi mavqei	Faol strategiyalar	Nofaol strategiyalar
Bozor yetakchi korxonalar	“Egallash” “Himoya”	“Joyni egallab olish” “Joyni band qilish”
Bozor yetakchi korxonalar orqasidan boruvchilar	“Hujum” “Yorib o'tish”	“Orqasidan borish” “O'rab olish”
Bevosita raqobatdan qochadiganlar	“Kuchlarni birlashtirish”	“Mavqeini saqlab qolish” “Aylanib o'tish”

To'qimachilik sanoatini barqaror rivojlanish darajasi hamda strategik raqobat afzalliklari o'zaro aloqadorligi asosida kelgusida rivojlantirishga bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi. Ular jumlasiga asosiy vositalar yillik o'rtacha qiymati, mehnat unumdorligi, umumiy aylanma mablag'lar summasi, mahsulot raqobatbardoshligi koeffitsiyenti va boshqa bir qator omillarni keltirish mumkin.

Ushbu masalalarni yechish uchun “O'zto'qimachilik sanoati” uyushmasi tarkibiga kiruvchi “KAMALAK SHABNAM TEKS” mas'uliyati cheklangan jamiyat tanlab olindi. Ushbu korxonaning iqtisodiy rivojlanish ko'rsatkichlari bo'yicha ko'p omilli ekonometrik model tuzish uchun quyidagi omillar tanlab olindi (2010-yildan 2022-yilgacha bo'lgan davrdagi ma'lumotlar olindi): natijaviy ko'rsatkich – korxonaning mahsulot (tovar, ish, xizmat)ni sotishdan tushgan umumiy tushum, mln. so'm- (Y), ta'sir etuvchi omillar – korxonaning asosiy vositalar yillik o'rtacha qiymati, mln so'm- (X<sub>1</sub>), aylanma vositalar qiymati, mln. so'm – (X<sub>2</sub>), mehnat unumdorligi, mln. so'm/kishi - (X<sub>3</sub>).

Ko'p omilli ekonometrik model tuzishdan oldin omillar bo'yicha tavsifiy statistika o'tkazildi. Buning uchun maxsus ekonometrik modellashtirish dasturi – Eviews 10 dasturidan foydalanildi.

Hisob-kitoblar bo'yicha natijalar quyidagi 7-jadvalda keltirilgan.

7-jadval ma'lumotlaridan foydalanib, ko'p omilli ekonometrik modelning matematik ko'rinishini keltiramiz:

$$\log(Y) = -10,08 + 0,76 * \ln(X_1) + 0,25 * \ln(X_2) + 1,83 * \ln(X_3) \quad (3)$$

(3.08)    (0,09)                      (0.08)                      (0,69)

bu yerda dumaloq qavslar ichida har bir omilning standart xatoligi ko'rsatilgan.

<sup>11</sup>Muallif ishlanmasi.

**Ko‘p omilli ekonometrik modelning hisoblangan parametrlari  
“KAMALAK SHABNAM TEKS” MCHJ mahsulot (tovar, ish, xizmat)ni  
sotishdan tushgan umumiy tushum ko‘rsatkichi o‘zgarishining empirik  
modelini qurish<sup>12</sup>**

Bog‘liq o‘zgaruvchi: Y – Mahsulot (tovar, ish, xizmat)ni sotishdan tushgan umumiy tushum ko‘rsatkichi				
Usul: to‘liq mukammallashtirilgan eng kichik kvadratlar usuli				
Qator: 2010-2022				
Kiritilgan o‘zgaruvchilar: 3 ta				
O‘zgaruvchi	Model koeffitsiyentlari	Standart xatolik	t-Styudent mezon	R-qiymati
X <sub>1</sub>	0.76	0.09	8.46	0.00
X <sub>2</sub>	0.25	0.08	2.92	0.02
X <sub>3</sub>	1.83	0.69	2.64	0.03
konstanta	-10.08	3.08	-3.28	0.01
R <sup>2</sup> – determinatsiya koeffitsiyenti		0.98		
Tekislangan R <sup>2</sup> – determinatsiya koeffitsiyenti		0.97		
Regressiyaning standart xatosi		0.18		
Uzoq muddatli dispersiya		0.01		

Ko‘p omilli ekonometrik modelning (3) statistik ahamiyatligini yoki o‘rganilayotgan jarayonga adekvatligini (mos kelishini) tekshirishda Fisherning F-mezoni qo‘llanildi, hisoblangan parametrlari (regressiya koeffitsiyentlari) ishonchliligini tekshirishda Styudentning t-mezonidan foydalanildi. Tadqiqotning ilmiy natijalari va olib borilgan ekonometrik tahlillar hamda ishlab chiqilgan modellar yordamida tanlab olingan obyektning ko‘p omilli prognozi qiymatlari ishlab chiqiladi.

**“KAMALAK SHABNAM TEKS” MCHJning asosiy ko‘rsatkichlarini trend  
modeli natijalari<sup>13</sup>**

№	Ko‘rsatkich nomi	Trend modeli	R <sup>2</sup>
1	Asosiy vositalarning yillik o‘rtacha qiymati, mln. so‘m	$X_{1t} = -1152,1 + 2077,9 * dt + 496,3 * t$ (107,3) (156,2) (220,2)	0,99
2	Umumiy aylanma mablag‘lar summasi, mln. so‘m	$\ln(X_{2t}) = 4,40 + 2,49 * \ln(t)$ (0,16) (0,01)	0,98
3	Mehnat unumdorligi, ming so‘m/kishi	$Z_{1t} = -37,41 + 16,21 * dt + 2,53t$	0,94
4	Mahsulot hajmi, mln. so‘m	$Z_{2t} = -14294,61 + 6316,84 * t$	0,87

<sup>12</sup>Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

<sup>13</sup> Korxonada ma‘lumotlari asosida muallif tomonidan hisob kitob qilingan

Unga ko‘ra, dastlab “KAMALAK SHABNAM TEKS” MCHJ ning prognozida ta‘sir etuvchi ekzogen omillarning vaqt omili ta‘sirida o‘zgarishining trend modeli va 3-tenglamadan foydalangan holda natijaviy va ta‘sir etuvchi omillarning o‘rta muddat (2022-2030 yillar) davomidagi prognoz ko‘rsatkichlari aniqlandi (9-jadval).

Tuzilgan trend modellariga ko‘ra, korxonada umumiy tushumni faollashtiruvchi omillar keyingi davrlarda o‘shish tendensiyasiga ega bo‘lishi mumkinligini ko‘rish mumkin.

Ushbu omillarni trend modellari asosida 2023-2030-yillarga prognozlashtirilib, ular asosida korxonada umumiy tushumni prognoz qiymatlari (3) ekonometrik model asosida aniqlandi. Prognoz natijalariga ko‘ra, korxonada umumiy tushum keyingi yillarda oshib borishi aniqlandi (9-jadval).

**9-jadval**

**“KAMALAK SHABNAM TEKS” MCHJ korxonasining 2022-2030-yillarda mahsulot (tovar, ish, xizmat)ni sotishdan tushgan umumiy tushum ko‘rsatkichi va unga ta‘sir qiluvchi omil ko‘rsatkichlari prognozlari<sup>14</sup>**

Yillar	Mahsulot (tovar ish xizmatlar)ni sotishdan tushgan umumiy tushum,mln. so‘m (Y)	Asosiy vositalarning yillik o‘rtacha qiymati, mln so‘m (X <sub>1</sub> )	Mehnat unumdorligi (X <sub>2</sub> ), ming so‘m/kishi	Umumiy aylanma mablag‘lar summasi, mln so‘m (X <sub>3</sub> )
2022	61,448	30,493	332,71	336
2023	72,687	32,119	398,92	356
2024	83,747	34,742	458,36	366
2025	95,742	37,365	522,07	375
2026	108,706	39,987	589,94	384
2027	123,925	43,186	667,81	394
2028	140,531	46,295	754,63	403
2029	199,554	49,953	851,22	413
2030	271,393	53,649	963,58	423

Aniqlangan ekonometrik model asosidagi qisqa muddat uchun hisoblangan prognoz ko‘rsatkichlari yaqin kelajakda korxonada uchun mahsulot (tovar, ish, xizmat)ni sotishdan tushgan umumiy tushum ko‘rsatkichi va unga ta‘sir qiluvchi omil ko‘rsatkichlari o‘zgarishiga bog‘liq holda o‘shib borish tendensiyasiga ega bo‘lishini ko‘rsatmoqda.

<sup>14</sup>Korxonada ma‘lumotlari asosida muallif tomonidan hisob kitob qilingan.

## XULOSA

Olib borilgan tadqiqot natijalari bo'yicha quyidagi xulosalar qilindi:

1. "O'zto'qimachilik sanoat" uyushmasi korxonalarida innovatsion-investitsion loyihalarni o'zlashtirish hisobiga 2022-yilda 2018-yilga nisbatan kalava-ip ishlab chiqarish hajmi – 7,0 ming tonnaga kamaygan, trikotaj matosi – 26,4 ming tonnaga, tayyor tikuvchilik trikotaj buyumlari ishlab chiqarish hajmi 175,0 mln.donaga, paypoq mahsulotlari hajmi 1,51 mln.juftga, bo'yalgan trikotaj matosi ishlab chiqarish hajmi esa 12,2 ming tonnaga oshgan. Shuningdek, tarmoq uchun innovatsion mahsulot hisoblangan 36 ming tonna bo'yalgan ip, hamda 175,4 ming metr aralash tolali gazlama ishlab chiqarildi. Ushbu ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, tarmoqda loyihalarni amalga oshirish asosan qo'shimcha qiymat hosil qiladigan tayyor mahsulotlar turlarini ishlab chiqarish hajmini oshirishga qaratilgan.

2. Dissertatsiyada to'qimachilik sanoati korxonalarida ishlab chiqarish xususiyatlaridan kelib chiqqan holda "Sanoat korxonasining barqaror rivojlanish darajasiga omillar ta'siri sababini o'rganish", "Sanoat korxonasining mavjud raqobatbardosh ustunliklarini aniqlash va baholash", "Strategik raqobatbardosh ustunliklarning sanoat korxonasining barqaror rivojlanishiga ta'sirini baholash" kabi uch bosqichli ularning barqaror rivojlanish darajasiga omillar ta'siri sababini o'rganish uslubini ishlab chiqilgan.

3. Tadqiqot jarayonida to'qimachilik sanoati korxonalarining tashqi muhit ta'siri omillariga moslanuvchanlikni ta'minlashda ichki barqaror rivojlanish holatini to'rtta o'zaro bog'liq tarkibiy qismlar: iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik va xavfning barqarorligi nuqtai nazaridan integral ko'rsatkich bo'yicha baholashning takomillashtirilgan usuli taklif etilgan.

4. Tadqiqotda qatnashgan to'qimachilik korxonalarida barqaror rivojlanish darajasini tavsiflovchi umumiy integral koeffitsiyenti 0,091-0,804 oraliqda bo'lgan. 2022-yilda esa biz tomondan barqaror rivojlanishni ta'minlash bo'yicha berilgan takliflarni amaliyotga qo'llash natijasida holat bir qadar yaxshilangan. Ushbu yilda "BETLIS TEKSTIL" MCHJda barqaror rivojlanish darajasi "normal barqaror rivojlanish" dinamik/statistik darajasida bo'lgan bo'lsa, "BUXORO ZARHAL TEKS" MCHJ, "KAMALAK SHABNAM TEKS" MCHJ, "TEXTILES SPEKTRUM KOLORS" qo'shma korxonasi, "FULL COTTON" MCHJda barqaror rivojlanish darajasi "normal barqaror rivojlanish" statistik darajasi kuzatiladi.

5. Dissertatsiyada hisob-kitob natijalari asosida bozor ulushi miqdori va uning o'zgarishiga tayangan holda to'qimachilik korxonalarining bozor raqobat xaritasi tuzilgan. Ushbu matritsa raqobatda ustunlik va strategik salohiyatlardan foydalanish darajalari bilan bir-biridan farqlanuvchi to'qimachilik korxonalarining 16 ta namunaviy holati (kvadrati)ni ifodalaydi. To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish bo'yicha 2022-yilda to'qimachilik korxonalarining bozor raqobat

xaritasini tuzish uchun Buxoro viloyati va Toshkent shahrida faoliyat olib borayotgan to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchi to'qimachilik korxonalarining 2021 va 2022-yillardagi ishlab chiqarilgan mahsulot hajmida ularning bozor ulushi asos sifatida qabul qilingan.

6. Bozor raqobat xaritasi ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, o'rganilayotgan davrda "BUXORO ZARHAL TEKS" MCHJ to'qimachilik korxonasi bozor yetakchi korxonasi sanalib, raqobat mavqeini tez yaxshilaydigan korxonaga sanaladi. Yuqori raqobat mavqeidagi korxonalar sirasiga "BETLIS TEKSTIL" MCHJ to'qimachilik korxonasi kirsada, uning raqobat mavqei yaxshilanib bormoqda. Past raqobat mavqeidagi korxonalar sirasiga "KAMALAK SHABNAM TEKS" MCHJ to'qimachilik korxonasi kirib, u raqobat mavqei yaxshilanib borayotgan korxonaga sanaladi.

7. To'qimachilik korxonasining raqobat ustunligi asosida barqaror rivojlanishini ta'minlash jarayoniga kadrlarning doimiy jalb qilinishini ta'minlash maqsadida sanoat korxonasi xodimlarining innovatsion ijodkorligini oshirishga qaratilgan motivatsion mexanizmni ishlab chiqish bo'yicha takliflar berilgan.

8. Tadqiqotda "KAMALAK SHABNAM TEKS" mas'uliyati cheklangan jamiyatning 2023-2030 yillarda mahsulot sotishdan tushgan umumiy tushum ko'rsatkichiga ta'sir qiluvchi omillar asosida uning prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.



**НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/30.12.2020.I.16.02 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ  
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ  
ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

---

**БУХАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ГИЯЗОВА НОЗИМА БАЯЗОВНА**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ  
СТРАТЕГИИ В РАЗВИТИИ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

08.00.11 – Маркетинг

**АВТОРЕФЕРАТ**

**диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам**

**Ташкент – 2023**

**Тема диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам зарегистрирована Высшей аттестационной комиссии при Министерстве Высшего образования, науки и инновации Республики Узбекистан под номером B2022.3.PhD/Iqt2475.**

Диссертация выполнена в Бухарском государственном экономическом университете  
Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета (tsue.uz) и информационно-образовательном портале «Ziyonet»([www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)).

**Научный руководитель:** **Гулямов Саидахор Саидахмедович**  
доктор экономических наук, академик

**Официальные оппоненты:** **Болтабаев Махмуджон Рустамович**  
доктор экономических наук, профессор

**Акбаров Нодир Гофурович**  
доктор философии по экономическим наукам, доцент

**Ведущая организация:** **Наманганский инженерно-технологический институт**

Защита диссертации состоится «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г. в \_\_\_\_ час. на заседании Научного совета DSc.03/30.12.2020.I.16.02 по присуждению ученых степеней при Ташкентском государственном экономическом университете. Адрес: 100003, г.Ташкент, ул.Ислама Каримова, 49. Тел.: (99871) 239-28-72; факс: (99871) 239-43-51; e-mail: tdiu@tdiu.uz.

С диссертацией можно ознакомиться в Библиотеке Ташкентского государственного экономического университета (зарегистрирована за №\_\_\_\_). Адрес: 100003, г.Ташкент, ул.Ислама Каримова, 49. Тел.: (99871) 239-28-72; факс: (99871) 239-43-51; e-mail: tdiu@tdiu.uz.

Автореферат диссертации разослан «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.  
(реестр протокола рассылки № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.).

**Г.Қ.Абдурахманова**  
Председатель научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

**О.Дж.Джурабаев**  
Учёный секретарь научного совета по присуждению ученых степеней, д.ф.э.н., (PhD)

**Ш.Ж.Эргашходжаева**  
Председатель научного семинара при научном совете по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

## **ВВЕДЕНИЕ (аннотация докторской диссертации (PhD))**

**Актуальность и востребованность темы диссертации.** На мировом рынке все больше возрастает значение обеспечения конкурентоспособности текстильной продукции, входящей в состав товаров широкого потребления. По данным Организации экономического сотрудничества и развития, “на долю легкой промышленности приходится 5,8% мирового промышленного производства и более 14,0% занятых. За последние 15 лет потребление текстильных материалов и одежды выросло на 90,5% в странах Европейского союза (ЕС), в США – на 99,3%, а в Японии – на 220,0%”<sup>1</sup>. В связи с этим совершенствование механизмов реализации маркетинговой стратегии устойчивого развития текстильных предприятий на основе конкурентных преимуществ является одной из важных задач.

В настоящее время в мире проводится ряд научных исследований по таким направлениям, как уровень конкуренции на мировом текстильном рынке, управление качеством, организация инновационного маркетинга на основе стратегических целей, а также разработка эффективной инновационной политики сбыта текстильной продукции. В этом отношении особое внимание уделяется исследованиям в направлении повышения экспортного потенциала готовой текстильной продукции с высокой добавленной стоимостью, создания новых методов внедрения системы управления качеством, изучения конъюнктуры на текстильную продукцию.

В процессе формирования Нового Узбекистана реализуются комплексные меры по таким направлениям, как расширение производства готовой продукции с высокой добавленной стоимостью на основе эффективного использования кластерного метода организации производства, в особенности производство готовой текстильной продукции, конкурентоспособной на мировых рынках, и повышение ее экспортного потенциала, государственной поддержки экспорта. В Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы поставлена задача «увеличения производства продукции текстильной промышленности в 2 раза»<sup>2</sup>, успешное решение которой требует использования конкурентных стратегий в развитии предприятий текстильной промышленности республики. В связи с этим важно разработать предложения и рекомендации по совершенствованию подходов к оценке влияния стратегических факторов на устойчивое развитие национальных текстильных предприятий, маркетинговые стратегии направленные на повышение конкурентоспособности продукта и разработке гибких конкурентных стратегий, совершенствованию системы мотивации сотрудников для повышения эффективности мероприятий по устойчивому развитию, обеспечивающих стратегическое конкурентное преимущество текстильных предприятий.

---

<sup>1</sup> [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

<sup>2</sup> Указ Президента Республики Узбекистан УП-60 от 28 января 2022 года “О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы”. // [www.lex.uz](http://www.lex.uz).

Данное диссертационное исследование в определенной степени служит выполнению задач, определенных в указах Президента Республики Узбекистан УП-60 от 28 января 2022 года «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», УП-53 от 21 января 2022 года «О мерах по стимулированию глубокой переработки, производства и экспорта готовой продукции с высокой добавленной стоимостью текстильными и швейно-трикотажными предприятиями», УП-14 от 16 ноября 2021 года «О мерах по регулированию деятельности хлопково-текстильных кластеров», УП-5989 от 5 мая 2020 года «О неотложных мерах по поддержке текстильной и швейно-трикотажной промышленности», постановлениях Президента Республики Узбекистан ПП-4633 от 6 марта 2020 года а также других нормативно-правовых актах, относящихся к данной сфере, ПП-4186 от 12 февраля 2019 года «О мерах по дальнейшему углублению реформ и расширению экспортного потенциала текстильной и швейно-трикотажной промышленности», ПП-4453 от 16 сентября 2019 года «О мерах по дальнейшему развитию легкой промышленности и стимулированию производства готовой продукции», Постановлении Кабинета Министров Республики Узбекистан №253 от 31 марта 2018 года «О дополнительных мерах по организации деятельности хлопково-текстильных производств и кластеров», а также других нормативно-правовых актах, относящихся к данной сфере.

**Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики.** Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий республики I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

**Степень изученности проблемы.** Вопросами маркетинговой концепции и стратегии в области устойчивого развития занимались зарубежные ученые, такие как Аакер Д., Азоев Г.Л., Ансофф И., Ассэль Г., Дойль П., Котлер Ф., Ламбен Ж.-Ж., Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д., Портер М., Торадо М.П., Чандлер А.Д., Хоффер К.В., Шендел Д. и другие<sup>3</sup>.

Теоретические основы механизмов формирования и использования конкурентной стратегии при устойчивом развитии промышленных предприятий в странах Содружества Независимых государств изучены

---

<sup>3</sup>Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер. - 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. - СПб.: Питер, 2011. - 496 с.; Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2016. - 208 с.; Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. - М.: Экономика, 2002. - 416 с.; Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 804 с.; Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. / Дойль П.; пер. с англ. - СПб.: Питер, 2017. - 544 с.; Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 15-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, Прогресс книга, 2020. - 844 с.; Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с фр. СПб.: Наука, 2016. - 589 с.; Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий / Пер. с англ.; Под ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб.: Питер, 2011. - 336 с.; Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. - 454с.; Торадо М.П. Экономическое развитие: учебник / пер.с англ. Под ред. С.М.Яковлева, Л.З.Зевина. -М.: Экономический факультет МГУ, ЮНИТИ, 2017. - 671 с.; Chandler A.D. Strategy and Structure. - Cambridge, Mass: MIT Press, 2012.; Hoffer C.W. and Shendel D. Strategy Formulation: Analytical Concepts. St. Paul, MN: West Publishing Company, 2018.

такими учеными, как Т.Л.Безрукова, О.Н.Беленов, А.М.Годин, Е.П.Голубков, М.Н.Григорьев, Ю.Н.Егоров, Е.П.Козлова, И.В.Корнеева, В.Е.Хруцкий, Е.И.Куценко, В.Н.Наумов, В.Д.Шкардун<sup>4</sup>.

Общие аспекты совершенствования маркетинговой системы в Узбекистане и вопросы формирования маркетинговой стратегии на текстильных предприятиях изучены в исследованиях отечественных ученых Гулямова С.С., Бекмуродова А.Ш., Болтабоева М.Р., Икрамова М.А., Салимова С.А., Эргашходжаевой Ш.Дж., Косимовой М.С., Юсупова М.А., Юсупова С.Ш. и др.<sup>5</sup>.

Следует отметить, что в вышеупомянутых научно-исследовательских работах недостаточно изучены вопросы совершенствования механизмов использования конкурентной стратегии в устойчивом развитии текстильных предприятий в условиях конкурентного преимущества.

**Связь диссертационного исследования с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация.** Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ Бухарского государственного университета в рамках научного проекта на тему «Разработка стратегических направлений устойчивого развития туризма в масштабах государства в Узбекистане на основе формирования конкурентоспособных туристических зон и кластеров».

**Целью исследования** является разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию использования конкурентной стратегии развития текстильных предприятий.

**Задачи исследования:**

---

<sup>4</sup>Безрукова Т.Л. Формирование механизма устойчивого развития предприятия: факторный анализ, контроллинг, моделирование: монография /Т.Л. Безрукова. – М.: МГУЛ, 2012. – 252 с.; Беленов О.Н. Стратегический маркетинг. – Воронеж: Издательство ВГУ, 2018. – 278 с.; Годин А.М. Маркетинг: Учебник для студентов вузов. – М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2019. – 651 с.; Голубков Е.П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.П.Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 290 с.; Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник для вузов/ М.Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.; Егоров Ю.Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 292 с.; Козлова Е.П. Формирование механизма устойчивого развития промышленных предприятий на основе технологической трансформации. 08.00.05. дисс. канд. экон. наук. Нижний Новгород, 2019. - 181с.; Корнеева И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов/ И.В. Корнеева, В.Е. Хруцкий. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 436 с.; Куценко Е.И. Организационно-экономический механизм устойчивого развития региона: монография. – Оренбург: Litres, 2017. – 224с.; Шкардун В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: теория, методология, практика: Монография. – М.: Дело, 2015. – 376 с.; Наумов В.Н. Стратегический маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 356 с.

<sup>5</sup>Гуломов С.С. Маркетинг асослари. – Т.: Шарк, 2002. – 254 б., Soliyev A. Marketing. Bozorshunoslik. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2010; Бекмуродов А.Ш., Янг Сонг Бэ. Стратегия развития текстильной промышленности Узбекистана: Кластерный подход. Монография. – Ташкент: ТГЭУ. 2006. – 112 с.; Болтабоев М.Р. Тўқимачилик саноатида маркетинг стратегияси. Монография. – Т.: ФАН, 2004. – 223 б.; Икрамов М.А., Салимов С.А. Международный маркетинг: учеб. Пособие для ВУЗов. – Т.: Изд-во Нац. Библ. Узбекистана им. А. Навои, 2010. – 276 с.; Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik. – Т., 2019. – 361 б., Ergashxo`jaeva Sh.J. Strategik marketing: Darslik. – Т.: O`zbekiston faylasuflar milliy jamiyati, 2019. – 232 б.; Юсупов С.Ш. Кучли рақобат шароитида Ўзбекистон тўқимачилик саноати корхоналарини ривожлантириш стратегиялари. ИФФД (PhD) илмий дараж. олиш учун ёзилган автореферат. - Тошкент: ТДИУ, 2018. – 24 б.

раскрытие аспектов использования инструментов и методов маркетинга в развитии производственных предприятий;

определение сущности теории конкуренции в маркетинговой практике и оценка ее значения в развитии предприятия;

характеристика теоретических основ формирования конкурентных стратегий на предприятиях текстильной промышленности;

анализ текущего состояния и проблем развития текстильной промышленности Узбекистана;

анализ стратегического положения и конкурентоспособности предприятий текстильной промышленности;

совершенствование методов оценки развития текстильных предприятий на основе стратегических конкурентных преимуществ;

совершенствование использования конкурентных стратегий в развитии текстильных предприятий;

совершенствование механизма мотивации и внедрение его прогнозирования при повышении эффективности использования конкурентных стратегий текстильных предприятий;

разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию использования конкурентной стратегии развития текстильных предприятий.

**Объектом исследования** является маркетинговая деятельность текстильных предприятий, входящих в ассоциацию «Узтекстильпром».

**Предметом исследования** являются социально-экономические отношения, возникающие в процессе использования конкурентных стратегий на текстильных предприятиях.

**Методы исследования.** В ходе исследования использованы методы статистического анализа, кабинетные и полевые исследования, выборочное наблюдение, методы графической интерпретации, методы интегральной и экспертной оценки, экономико-математические методы.

**Научная новизна исследования** заключается в следующем:

понятие «маркетинговая стратегия», трактуемое как стратегический маркетинг при реализации маркетингового подхода в управление текстильными предприятиями согласно методологическому подходу, усовершенствовано с точки зрения комплекса мер, направленных на адаптацию внутренних возможностей предприятия к изменениям внешней среды, а также совокупности механизмов их реализации;

предложена диагностическая оценка влияния стратегических конкурентных преимуществ на обеспечение развития предприятия текстильной отрасли в соответствии с подходом в рамках пределов интегральных промежуточных результатов (высокий [0,8;1]; нормальный [0,6;0,8]; низкий [0,3;0,6]) влияния на устойчивое развитие с учетом стратегических и тактических конкурентных преимуществ текстильных предприятий;

обосновано предложение по гармонизации реализации конкурентных стратегий в области трех рыночных позиций и стратегии роста,

сфокусированной в трех областях, направленных на обеспечение развития текстильного предприятия на основе составления конкурентной карты;

на основе эконометрической модели факторов, влияющих на объем производства текстильной промышленности, разработаны прогнозные показатели объема общей выручки от реализации продукции текстильного предприятия «KAMALAK SHABNAM TEKS» до 2030 года.

**Практические результаты исследования** состоят в следующем:

обосновано формирование маркетинговых стратегий, позволяющих увеличить валовой доход от реализации продукции, на основе определения количественной взаимосвязи между показателями стратегического конкурентного преимущества и эффективности развития предприятий, входящих в ассоциацию «Узтекстильпром»;

разработаны предложения по систематизации конкурентных преимуществ предприятий текстильной промышленности;

обоснована целесообразность оценки стратегического положения текстильного предприятия с использованием метода SPACE-анализа;

разработан метод оценки эффективности маркетинга на текстильном предприятии;

разработаны критерии оценки уровней устойчивого развития предприятий текстильной промышленности;

разработана модель влияния стратегического конкурентного преимущества на уровень устойчивого развития текстильного предприятия;

разработана методика изучения причин влияния факторов на уровень устойчивого развития текстильных предприятий;

разработана шкала оценки важности конкурентных преимуществ предприятий текстильной промышленности;

разработана матрица формирования конкурентной карты рынка текстильных предприятий.

**Достоверность результатов исследования.** Достоверность результатов исследования определяется тем, что полученные результаты по совершенствованию использования конкурентной стратегии в развитии текстильных предприятий, используются официальными издательствами для изучения и анализа опубликованных источников по результатам исследований выдающихся зарубежных и узбекских ученых, а также использованием данных бухгалтерской и статистической отчетности Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан, ассоциации «Узтекстильпром» и входящих в нее предприятий.

**Научная и практическая значимость результатов исследования.** Научная значимость исследования определяется тем, что предложения по систематизации конкурентных преимуществ предприятий текстильной промышленности, метод оценки эффективности маркетинга, критерии оценки уровней устойчивого развития, модель влияния стратегического конкурентного преимущества на уровень устойчивого развития текстильного предприятия, метод изучения причины влияния факторов на уровень устойчивого развития, шкала для оценки значимости конкурентных

преимуществ, матрица формирования конкурентной карты на рынке текстильных предприятий, а также другие практические результаты могут быть использованы при разработке стратегий устойчивого развития, направленных на повышение конкурентоспособности текстильной промышленности республики, а также при разработке мер по их внедрению на практике в деятельность предприятий.

Практическая значимость результатов исследования объясняется тем, что они могут быть использованы при разработке эффективных мер в области производства продукции с высокой добавленной стоимостью за счет повышения эффективности деятельности по устойчивому развитию в условиях конкурентного преимущества текстильных предприятий, а также при подготовке учебников и учебных пособий для системы высшего образования.

**Внедрение результатов исследования.** На основе полученных научных результатов по совершенствованию конкурентных стратегий развития текстильных предприятий:

теоретико-методические разработки по совершенствованию понятия «маркетинговая стратегия», трактуемого как стратегический маркетинг при реализации маркетингового подхода в управлении текстильными предприятиями согласно методологическому подходу, с точки зрения комплекса мер, направленных на адаптацию внутренних возможностей предприятия к изменениям внешней среды, а также совокупности механизмов их реализации использованы при подготовке учебного пособия «Маркетинговые коммуникации», предназначенного для студентов высших образовательных учреждений (Приказ Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан №302 от 9 сентября 2022 года). В результате внедрения в практику данного научного предложения у студентов появилась возможность расширить существующие теоретические и методические знания о понятии «маркетинговая стратегия» как совокупности мер, направленных на адаптацию внутренних возможностей предприятия к изменениям внешней среды, механизмах их реализации;

предложение о диагностической оценке влияния стратегических конкурентных преимуществ на обеспечение развития предприятия текстильной отрасли в соответствии с подходом в рамках пределов интегральных промежуточных результатов (высокий [0,8;1]; нормальный [0,6;0,8]; низкий [0,3;0,6]) влияния на устойчивое развитие с учетом стратегических и тактических конкурентных преимуществ текстильных предприятий внедрено в маркетинговую деятельность предприятий ассоциации «Узтекстильпром» (справка ассоциации «Узтекстильпром» №03/25-776 от 19 апреля 2023 года). В результате удалось увеличить общий интегральный коэффициент, характеризующий уровень устойчивого развития текстильного предприятия ООО «BUXORO ZARHAL TEKS» на 0,3357 пункта в 2022 году по сравнению с 2021 годом;

предложение о гармонизации реализации конкурентных стратегий в области трех рыночных позиций и стратегии роста, сфокусированной в трех



областях, направленных на обеспечение развития текстильного предприятия на основе составления конкурентной карты, внедрено в маркетинговую деятельность предприятий ассоциации «Узтекстильпром» (справка ассоциации «Узтекстильпром» №03/25-776 от 19 апреля 2023 года). В результате реализации данного научного предложения удалось увеличить объем экспорта текстильного предприятия ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS» на 4,48% в 2022 году по сравнению с 2021 годом;

прогнозные показатели объема общей выручки от реализации продукции текстильного предприятия «KAMALAK SHABNAM TEKS» до 2030 года, разработанные на основе эконометрической модели факторов, влияющих на объем производства текстильной промышленности, использованы при перспективной оценке деятельности предприятий ассоциации «Узтекстильпром» (справка ассоциации «Узтекстильпром» №03/25-776 от 19 апреля 2023 года). В результате реализации данного научного предложения предприятия, входящие в ассоциацию, в том числе текстильное предприятие ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS», получили возможность разработать программы развития до 2030 года.

**Апробация результатов исследования.** Основные результаты диссертации прошли апробацию на 6 международных и 4 республиканских научно-практических конференциях.

**Опубликованность результатов исследования.** По теме диссертации было опубликовано 19 научных работ, из них 9 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для публикации основных результатов докторских диссертаций, в том числе 4 в республиканских и 5 в зарубежных журналах.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 137 страниц.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

Во введении обоснованы актуальность и востребованность темы исследования, показана степень изученности проблемы, сформулированы цель и задачи исследования, показано соответствие приоритетным направлениям развития науки и технологий республики, а также изложена научная новизна и практические результаты исследования, раскрыто научное и практическое значение полученных результатов, приведены сведения о внедрении в практику результатов исследования, опубликованные работы и сведения о структуре диссертации.

В первой главе диссертации **«Научно-теоретические основы использования конкурентных стратегий в развитии текстильных предприятий»** обоснована значимость маркетинга в обеспечении устойчивого развития промышленных предприятий, освещена специфика использования маркетинговых стратегий на предприятиях текстильной промышленности, сущность теории конкуренции, научно-теоретические

основы использования конкурентных стратегий в обеспечении устойчивого развития предприятий текстильной промышленности.

Использование принципов маркетинга и разработка стратегий устойчивого развития на основе результатов эффективных маркетинговых исследований играют важную роль в обеспечении устойчивого развития промышленных предприятий. В ходе эволюционного развития маркетинга также были разработаны несколько концепций, а в последние годы в связи с широким внедрением в практику цифровых технологий появилось понятие интернет-маркетинга, что привело к появлению таких видов маркетинга, как мобильный, вирусный, партизанский маркетинг, а также блог-маркетинг.

Анализ публикаций и научной литературы показал, что понятие «устойчивое экономическое развитие» в экономической науке осложняется тем, что несмотря на проводимые исследования множества научных школ и авторов, данная категория недостаточно полно освещена. Диссертационные исследования показали, что в настоящее время в процессе разработки концепции «устойчивое развитие» рассматривается с трех аспектов: экологического, экономического и социального. Независимо от того, с какой точки зрения исходит понятие «устойчивое развитие», всегда существует задача поиска или разработки механизма, обеспечивающего устойчивое развитие социально-экономической системы, которая включает в себя все сферы человеческой деятельности в ее трех аспектах. Несмотря на то, что концепция устойчивого развития рассматривается исследователями в трех аспектах, многие авторы считают, что механизм ее обеспечения должен быть единым, всеобъемлющим.

На наш взгляд, для уточнения термина «механизм устойчивого развития промышленного предприятия», прежде всего, необходимо подробно рассмотреть категории «механизм», «устойчивость» и «развитие». В диссертации полностью раскрыта сущность этих категорий и даны авторские определения.

Современная трактовка категории «развитие» является многогранной и противоречивой. Каждый автор трактует понятие «развитие» своеобразно. В любом случае под ним понимается естественное изменение или изменение, вызванное кем-то, где также присутствует слово «изменение». На наш взгляд, объект развития меняется в зависимости от стадии существования. Таким образом, на начальном этапе происходит естественное изменение, а затем на объект воздействуют различные факторы окружающей среды, которые вместе с самостоятельным изменением способствуют качественному изменению объекта. Концепция устойчивого развития подразумевает разделение трех направлений: экономического, социального и экологического, что указывает на их особую значимость, наличие взаимосвязей и зависимостей, в то время как игнорирование хотя бы одного из них может нарушить устойчивость всей системы.

Использование принципов маркетинга и разработка стратегий устойчивого развития на основе результатов эффективных маркетинговых

исследований играют важную роль в обеспечении устойчивого развития промышленных предприятий.

В общем случае следует различать два типа стратегий – общие стратегии и частные стратегии. Наиболее распространенными среди стратегических матриц являются портфельные матрицы. В ходе исследования был проведен стратегический анализ маркетинговых стратегий дальнейшего развития предприятий хлопкоочистительной промышленности.

В диссертации теоретически раскрыты сущности наиболее часто используемых на практике хозяйственного портфеля матрицы «Доля рынка – рост рынка», «Привлекательность рынка – конкурентное преимущество», «Привлекательность отрасли и конкурентное преимущество», а также матрицы жизненного цикла отрасли.

В научной литературе авторами дано множество определений и трактовок терминов «конкуренция», «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество», систематизация которых была осуществлена в диссертации. В целом, в то время как конкуренция заключается в столкновении экономических интересов субъектов рынка, что означает борьбу между ними за получение более высокой прибыли и большей выгоды, конкурентоспособность характеризует степень соответствия определенных категорий объектов рыночному спросу, то есть она описывает соответствие предложения (товара) спросу, возможность обеспечения конкурентного преимущества предприятия, экономическую и социальную модель страны, конкурентное преимущество - это состояние превосходящего преимущества, которое дает организации возможность привлекать и удерживать клиентов в определенной области.

В диссертации разработана классификация конкурентных преимуществ в процессе обоснования влияния стратегических конкурентных преимуществ на устойчивое развитие предприятий текстильной промышленности.

Реализация маркетингового подхода в управлении текстильными предприятиями требует разработки комплексной маркетинговой стратегии и выбора инструментов ее реализации. На наш взгляд, маркетинговая стратегия - это совокупность комплексных мер и механизмов их реализации, направленных на адаптацию внутренних возможностей предприятия к изменениям внешней среды.

Во второй главе диссертации **«Анализ состояния использования конкурентных стратегий в развитии текстильных предприятий»** проведен анализ текущего состояния и проблем развития текстильной промышленности Узбекистана, анализ стратегического положения и конкурентоспособности предприятий текстильной промышленности, изучено влияние эффективности маркетинговой деятельности на устойчивое развитие текстильных предприятий и разработана соответствующая модель.

Результаты проведенного в диссертации анализа показывают, что по состоянию на 1 января 2023 года в республике действовало 5852 хозяйствующих субъекта, специализирующихся на производстве продукции текстильной промышленности, из которых 11 процентов - текстильные

предприятия, а 89 процентов - предприятия, специализирующиеся на производстве швейных и трикотажных изделий.

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 14 декабря 2017 года № ПФ-5285 «О мерах по ускоренному развитию текстильной и швейно-трикотажной промышленности» в 2018-2020 годах реализовано около 200 инвестиционных проектов стоимость которых составляет 1854,5 млн. долларов США.

Большинство этих проектов специализируются на производстве готовой продукции – а именно крашеной пряжи, трикотажного полотна, ткани, трикотажных и швейных изделий (табл. 1).

Анализ данных об инновационной и инвестиционной деятельности ассоциации «Узтекстильпром» в 2018-2022 годах показывает, что 2022 году было реализовано 86 проектов с общей стоимостью 326,3 миллиона долларов США направленных на создание 23000 новых рабочих мест по всей отрасли.

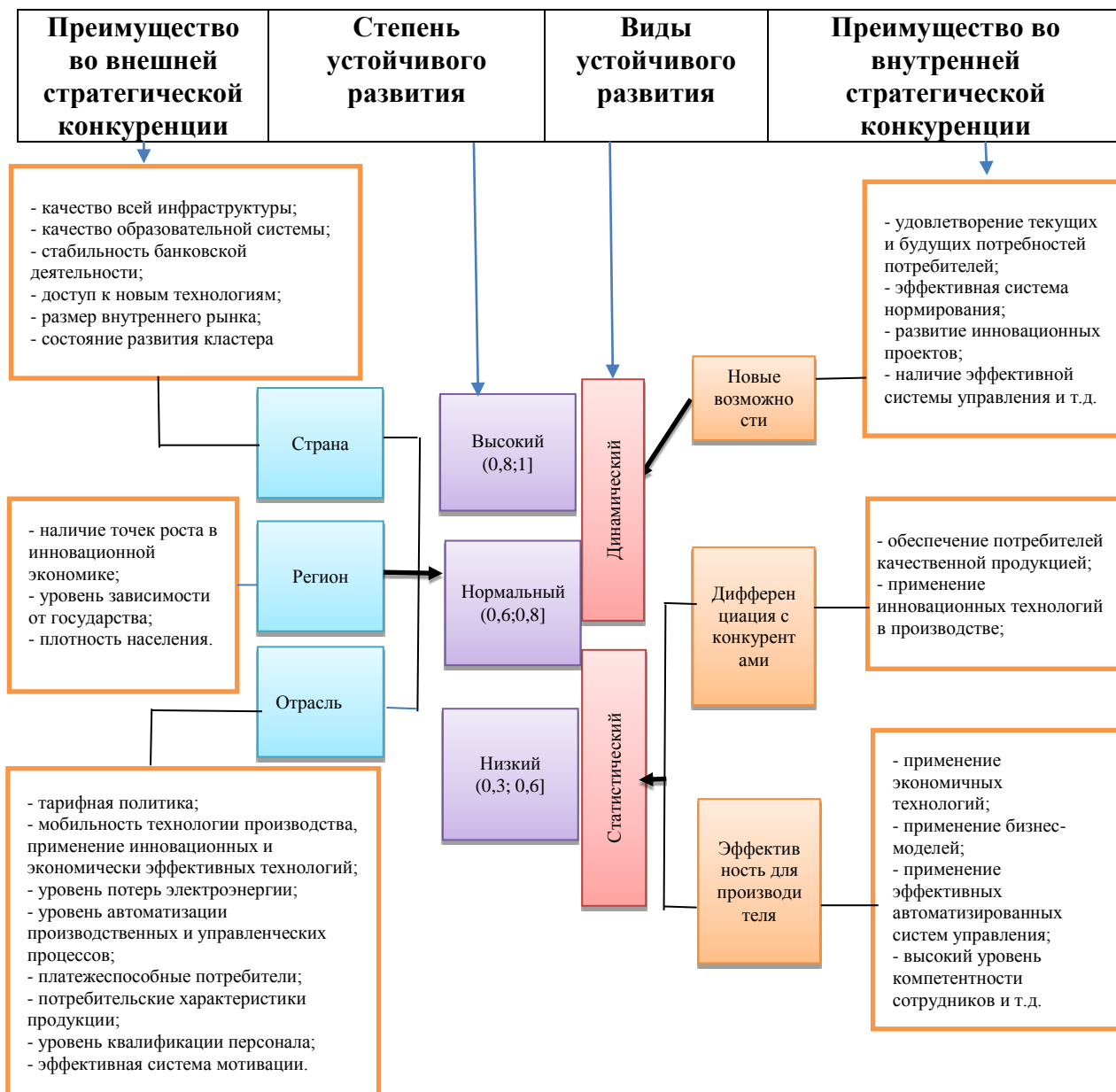
**Таблица 1**

**Динамика инновационно-инвестиционной деятельности ассоциации «Узтекстильпром» за 2018-2022 гг.<sup>6</sup>**

№	Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
1.	Количество освоенных инновационно-инвестиционных проектов	60	65	71	85	86
2.	Стоимость инновационно-инвестиционных проектов, млн.долл. В том числе:	550,7	829,7	474,1	836,3	326,3
	за счет собственных средств	274,5	268,6	136,4	216,5	104,6
	кредиты коммерческих банков	262,8	536,7	234,4	140,8	56,4
	иностранные инвестиции и кредиты	13,5	24,3	103,3	479,0	165,3
3.	Количество созданных рабочих мест	10654	15568	16855	22820	23000
4.	Экспортный потенциал инновационно-инвестиционных проектов, млн.долл.	253,6	377,3	187,4	255,8	101,2

Для дальнейшего развития отрасли в Программе развития на 2022-2026 годы планируется реализовать 225 инновационно-инвестиционных проектов с общей стоимостью 2437 млн.долларов США направленных на создание 80000 новых рабочих мест. Разработаны организационно-экономические механизмы реализации этих инновационно-инвестиционных проектов.

<sup>6</sup> Разработка автора на основе данных ассоциации «Узтекстильпром»



**Рис. 1. Модель влияния стратегического конкурентного преимущества на уровень устойчивого развития текстильного предприятия<sup>7</sup>**

Стратегическое положение изучаемого предприятия ООО «BUXORO ZARNAL TEKS» оценено на следующем этапе анализа с использованием широко применяемого в мировой практике метода SPACE-анализа. Опираясь на результаты анализа конкурентоспособности и стратегического положения данного текстильного предприятия, можно будет сформулировать конкурентную маркетинговую стратегию предприятия.

Обеспечение устойчивого развития предприятий текстильной промышленности, как уже упоминалось выше, может осуществляться на основе тактических и стратегических конкурентных преимуществ. Имеет важное значение практический анализ сущности взаимосвязей между типами и группами стратегических конкурентных преимуществ и типами и моделями устойчивого развития предприятий текстильной промышленности.

<sup>7</sup>Разработка автора.

В диссертации создана модель влияния стратегических конкурентных преимуществ на устойчивое развитие текстильного предприятия, отражающая его отраслевые особенности, учитывающая преимущества стратегической и тактической конкуренции текстильных предприятий (рис. 1).

На основе количественных взаимосвязей между показателями эффективности устойчивого развития и стратегическим конкурентным преимуществом текстильных предприятий формируются маркетинговые стратегии, обеспечивающие намеченный результат.

В третьей главе диссертации **«Совершенствование использования конкурентных стратегий в обеспечении устойчивого развития текстильных предприятий»** осуществлено совершенствование механизма контроля и модели влияния стратегического конкурентного преимущества на развитие текстильных предприятий, разработана методика изучения причины влияния факторов на уровень развития текстильных предприятий, шкала для оценки значимости конкурентных преимуществ предприятий текстильной промышленности, матрица формирования конкурентной карты рынка текстильных предприятий, а также на основе обеспечения стратегического конкурентного преимущества текстильных предприятий, осуществлено совершенствование механизма мотивации развития и его прогнозирование.

На наш взгляд, для поиска факторов и возможностей устойчивого развития необходимо провести всестороннее причинно-следственное исследование, используя эффективные методы более глубоким образом, в связи с чем в диссертации разработана методика изучения причины влияния факторов на уровень их устойчивого развития на основе производственных особенностей предприятий текстильной промышленности. Методика изучения причин влияния факторов на уровень устойчивого развития текстильных предприятий, основанная на данной методике, включает в себя следующие этапы: 1. Определение факторов, влияющих на уровень устойчивого развития промышленного предприятия; 2. Выявление и оценка существующих конкурентных преимуществ промышленного предприятия; 3. Оценка влияния стратегических конкурентных преимуществ на устойчивое развитие промышленного предприятия.

В ходе исследования предложен усовершенствованный метод оценки состояния внутреннего устойчивого развития предприятий текстильной промышленности по коэффициентам, характеризующим устойчивость (внешней среды) к стратегическим и тактическим рискам, показателям ресурсоотдачи, фондоотдачи, коэффициента оборачиваемости собственного капитала, коэффициента доли высококвалифицированного персонала, коэффициента конкурентоспособности продукции, коэффициента пригодности основных средств, коэффициента интенсивности загрязнения внешней среды, характеризующих четыре взаимосвязанные составляющие: экономический, социальный, экологический и рисковый составляющие (таблица 3).

Таблица 3

**Составляющие оценки внутреннего уровня развития предприятия  
текстильной промышленности<sup>8</sup>**

Название показателя	Описание
<b>1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ</b>	
<b>Описание инвестиции</b>	
Ресурсоотдача	<p>Описывает объем продаж, соответствующий 1 сум авансированных средств в деятельности предприятия:</p> $K_{рес.отд} = T_{max.} / BB_{сред.},$ <p>где <math>BB_{сред.}</math> – среднее значение совокупного капитала предприятия за исследуемый период.</p>
<b>Описание производства</b>	
Фондоотдача	<p>Показывает, в какой степени было использовано существующее установленное оборудование, то есть сколько продукта было произведено в результате использования оборудования на каждый сум, определяется как отношение объема производства продукции к среднегодовому показателю основных средств производства:</p> $f_{ф.отд.} = T_{max.} / \Phi_{основ.},$ <p>где <math>\Phi_{основ.}</math> – среднегодовой показатель основных производственных фондов предприятия.</p>
<b>Финансовое описание</b>	
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	<p>описывает скорость оборачиваемости собственного капитала предприятия:</p> $O_{собст.} = T_{max.} / СК_{сред.},$ <p>где <math>СК_{сред.}</math> - среднее значение собственного капитала предприятия за исследуемый период.</p>
<b>Организационное описание</b>	
Коэффициент доли высококвалифицированного персонала	<p>Описывает долю высококвалифицированных сотрудников в общей численности сотрудников:</p> $K_{вкп} = Ю_x / Y_x,$
<b>Маркетинговое описание</b>	
Коэффициент конкурентоспособности продукции	<p>Описывает степень конкурентного преимущества продукции</p>
<b>Технико-технологическое описание</b>	
Коэффициент пригодности основных средств	<p>описывает степень физического и морального устарения основных фондов</p>
<b>2. СОЦИАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ</b>	
Коэффициент устойчивости кадров	<p>удовлетворение потребности трудового коллектива в социальном компоненте</p>
<b>3. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ</b>	
Коэффициент интенсивности загрязнения внешней среды	<p>описывает воздействие деятельности на окружающую среду</p>
<b>4. РИСКОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ</b>	
Интегральный коэффициент, характеризующий устойчивость (внешней среды) к стратегическим и тактическим рискам	влияние стратегических рисков
	влияние тактических рисков

<sup>8</sup>Разработка автора.

Первичный интегральный показатель экономической составляющей рассчитывается по следующей формуле:

$$U_{\text{и.экон.}} = \sqrt[6]{K_{\text{рес.отд.}} * K_{\text{ф.отд.}} * O_{\text{собст.}} * K_{\text{в.к.пер.}} * K_{\text{кон.прод.}} * K_{\text{приг.о.с.}}} \quad (1)$$

Значение общего интегрального показателя рассчитывается по следующей формуле:

$$U_{\text{общий}} = \sqrt[4]{U_{\text{и.экон.}} * U_{\text{соц.}} * U_{\text{экол.}} * U_{\text{риск.}}} \quad (2)$$

где,  $U_{\text{и.экон.}}$  - совокупный показатель экономической составляющей;

$U_{\text{соц.}}$  - совокупный показатель социальной составляющей;

$U_{\text{экол.}}$  - совокупный показатель экологической составляющей;

$U_{\text{риск.}}$  - совокупный показатель рискованной составляющей.

Значения общих интегральных коэффициентов, характеризующих тип и уровни устойчивого развития предприятий текстильной промышленности, представлены в таблице 4.

**Таблица 4**

**Значения общих интегральных коэффициентов, характеризующих тип и уровни устойчивого развития предприятий текстильной промышленности<sup>9</sup>**

Уровень	Типы устойчивого развития	Название устойчивого развития	Значение общего интегрального показателя устойчивого развития
1	динамический	высокий уровень устойчивого развития	$0,8 < U_{\text{общий}} \leq 1$
2	динамический	нормальный уровень устойчивого развития	$0,6 < U_{\text{общий}} \leq 0,8$
	статический		
3	статический	нормальный уровень устойчивого развития	$0,4 < U_{\text{общий}} \leq 0,6$
4	-	критический уровень устойчивого развития	$0,3 < U_{\text{общий}} \leq 0,4$
5	-	кризисный уровень устойчивого развития	$U_{\text{общий}} \leq 0,3$

В качестве эмпирической основы для тестирования методики были выбраны следующие региональные отраслевые предприятия города Ташкента и Бухарской области: ООО «BUXORO ZARHAL TEKS», ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS», СП «TEXTILES SPEKTRUM KOLORS», ООО «BETLIS TEKSTIL», ООО «FULL COTTON». Общий интегральный коэффициент, характеризующий уровень устойчивого развития текстильных предприятий, участвующих в исследовании, находился в диапазоне 0,091-0,804. В результате практического применения нашего предложения по обеспечению устойчивого развития в 2022 году ситуация несколько улучшилась.

В 2022 году уровень устойчивого развития ООО «BUXORO ZARHAL TEKS» был на динамическом уровне «высокого устойчивого развития», в то время как уровень устойчивого развития ООО «FULL COTTON» был на динамическом/статическом уровне «нормального устойчивого развития», ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS», СП «TEXTILES SPEKTRUM

<sup>9</sup>Разработка автора.



KOLORS», ООО «FULL COTTON», ООО «BETLIS TEKSTIL» наблюдается нормальный статический уровень устойчивого развития.

В ходе исследования было выявлено, что для достижения стратегической цели увеличения объема продаж, необходимого для обеспечения определенной доли рынка текстильной продукции, текстильному предприятию следует реализовать фокусированную стратегию роста в трех областях:

а) укрепление рыночных позиций (тот же рынок с той же продукцией): повышение конкурентоспособности текстильного предприятия на существующем рынке, поиск и привлечение новых клиентов;

б) развитие рынка (новый рынок сбыта для той продукции): расширение географии продаж продукции в республике и за рубежом;

**Таблица 5**

**Матрица формирования конкурентной карты рынка текстильных предприятий<sup>10</sup>**

Доля рынка, темпы роста,		Группы			
		I	II	III	IV
		Предприятие – лидер рынка	Предприятия высоко конкурентной позиции	Предприятия низко конкурентной позиции	Аутсайдеры рынка
		0,362	0,325-0,361	0,188-0,324	0,039-0,187
Группы	I	Предприятия, быстро улучшающие свои конкурентные позиции [0,3449;∞)	ООО «BUXORO ZARHAL TEKS»		
	II	Предприятия, улучшающие свои конкурентные позиции [0; 0,3449)		ООО «BETLIS TEKSTIL»	
	III	Предприятия, ухудшающие свои конкурентные позиции [0; 0,3449) [-0,153;0)		ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS»	ООО «FULL COTTON»
	IV	Предприятия, быстро ухудшающие свои конкурентные позиции (-∞;- 0,153)			СП «TEXTILES SPEKTRUM KOLORS»

в) разработка продукта (новый продукт на том же рынке): наладить производство готовых швейных изделий, генерирующих добавленную стоимость в ближайшем будущем путем реализации политики диверсификации.

На основе данных предприятий текстильной промышленности составлена конкурентная карта рынка на основе данных об объемах производства предприятий текстильной промышленности в период 2021-2022 гг. (табл. 5).

Данные конкурентной карты рынка показывают, что в исследуемый период текстильное предприятие ООО «BUXORO ZARHAL TEKS» является

<sup>10</sup>Разработан автором на основе эмпирических данных.

ведущим предприятием на рынке, которое быстро улучшает свои конкурентные позиции. К числу предприятий, занимающих высокие конкурентные позиции, относится и текстильное предприятие ООО «BETLIS TEKSTIL», позиция которого улучшается. Среди предприятий с низкой конкурентной позицией текстильное предприятие ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS» является предприятием, улучшающим свои конкурентные позиции. ООО «FULL COTTON» относится к аутсайдерам рынка, оно является предприятием, которое ухудшает свои конкурентные позиции. К аутсайдерам рынка относится и СП «TEXTILES SPEKTRUM KOLORS», являющееся предприятием, конкурентные позиции которого значительно ухудшилось.

Согласно матрице конкурентной карты рынка текстильных предприятий, представленной в таблице 6, конкурентные позиции текстильных предприятий оцениваются следующим образом:

$$\text{Если } Y_k \in \begin{pmatrix} Y_{cp} + 3\sigma_2; Y_{max} \\ Y_{cp}; Y_{cp} + 3\sigma_2 \\ Y_{cp} - 3\sigma_1; Y_{cp} \\ Y_{min}; Y_{cp} - 3\sigma_1 \end{pmatrix} \begin{array}{l} \text{— предприятие — лидер рынка} \\ \text{— обладает сильной конкурентной позицией} \\ \text{— обладает слабой конкурентной позицией} \\ \text{— аутсайдеры} \end{array}$$

Соответственно, матрица маркетинговых конкурентных стратегий текстильного предприятия будет такой же, как в таблице 6.

**Таблица 6**

**Матрица маркетинговых конкурентных стратегий текстильного предприятия<sup>11</sup>**

Позиция на рынке	Активные стратегии	Неактивные стратегии
Предприятия – лидеры рынка	«Захват» «Защита»	«Овладение местом» «Занятие места»
Последователи лидеров рынка	«Нападение» «Прорыв»	«Следование» «Окружение»
Избегающие прямой конкуренции	«Объединение сил»	«Сохранение позиции» «Обход»

В диссертации представлены предложения по разработке мотивационного механизма, направленного на повышение инновационной креативности ра

овных средств, производительность труда, общий объем оборотных срботников промышленного предприятия с целью обеспечения постоянной вовлеченности персонала в процесс обеспечения устойчивого развития текстильного предприятия на основе конкурентного преимущества.

Ряд факторов влияет на дальнейшее развитие текстильной промышленности на основе уровня устойчивого развития и взаимодействия стратегических конкурентных преимуществ. К ним относятся среднегодовая

<sup>11</sup>Разработка автора.

стоимость оснедств, коэффициент конкурентоспособности продукции и ряд других факторов.

Для решения данного вопроса было выбрано общество с ограниченной ответственностью «KAMALAK SHABNAM TEKS», входящее в ассоциацию «Узтекстильпром». Для построения многофакторной эконометрической модели по показателям экономического развития данного предприятия были выбраны следующие факторы (были взяты данные за период с 2010 по 2022 год): результирующий показатель - общая выручка предприятия от реализации продукции (товаров, работ, услуг), млн. сум - (Y), влияющие факторы - среднегодовая стоимость основных средств предприятия, млн. сум - (X<sub>1</sub>), стоимость оборотных средств, млн. сум - (X<sub>2</sub>), производительность труда, млн. сум/чел. - (X<sub>3</sub>).

Перед построением многофакторной эконометрической модели была проведена описательная статистика по факторам, для чего была использована специальная программа эконометрического моделирования - программа Eviews 10.

**Таблица 7**

**Расчетные параметры многофакторной эконометрической модели  
Построение эмпирической модели изменения показателя общей  
выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг) ООО  
«KAMALAK SHABNAM TEKS»<sup>12</sup>**

Зависимая переменная: Y – показатель общей выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг)				
Метод: метод полностью усовершенствованных наименьших квадратов				
Ряд: 2010-2022				
Включенные переменные: 3				
Переменная	Коэффициенты модели	Стандартная ошибка	t-критерий Стьюдента	P-значение
X <sub>1</sub>	0.76	0.09	8.46	0.00
X <sub>2</sub>	0.25	0.08	2.92	0.02
X <sub>3</sub>	1.83	0.69	2.64	0.03
константа	-10.08	3.08	-3.28	0.01
R <sup>2</sup> – коэффициент детерминации		0.98		
Сглаженный коэффициент детерминации R <sup>2</sup> –		0.97		
Стандартная ошибка регрессии		0.18		
Долгосрочная дисперсия		0.01		

Результаты расчетов представлены в нижеприведенной таблице 7.

Построенная экономико-математическая модель имеет вид:

$$\log(Y) = -10,08 + 0,76 * \ln(X_1) + 0,25 * \ln(X_2) + 1,83 * \ln(X_3) \quad (3)$$

(3.08)    (0,09)                    (0.08)                    (0,69)

где в круглые скобки заключена стандартная ошибка каждого фактора.

При проверке статистической значимости или адекватности изучаемому процессу (соответствие) многофакторной эконометрической модели (3) применялся F-критерий Фишера, при проверке достоверности рассчитанных

<sup>12</sup> Разработано автором

параметров (коэффициентов регрессии) использовался t-критерий Стьюдента. С помощью научных результатов исследования и проведенного эконометрического анализа, а также разработанных моделей разрабатываются значения многофакторного прогноза выбранного объекта. (табл. 8).

**Таблица 8**

**Результаты трендовой модели основных показателей  
ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS»<sup>13</sup>**

№	Название показателя	Трендовая модель	R <sup>2</sup>
1	Среднегодовая стоимость основных средств, млн. сум	$X_{1t} = -1152,1 + 2077,9 * dt + 496,3 * t$ (107,3) (156,2) (220,2)	0,99
2	Общая сумма оборотных средств, млн. сум	$\ln(X_{2t}) = 4,40 + 2,49 * \ln(t)$ (0,16) (0,01)	0,98
3	Производительность труда, тыс. сум/чел.	$Z_{1t} = -37,41 + 16,21 * dt + 2,53t$	0,94
4	Объем продукции, млн. сум	$Z_{2t} = -14294,61 + 6316,84 * t$	0,87

Первоначально в прогнозе ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS» с помощью трендовой модели изменения влияющих экзогенных факторов под влиянием фактора времени и 3-уравнения были определены прогнозные показатели результирующих и влияющих факторов на среднесрочный период (2022-2030 гг.) (табл.9).

По составленным моделям тренда видно, что факторы, активизирующие совокупный доход предприятия, могут иметь тенденцию роста в последующие периоды.

Эти факторы были спрогнозированы на 2023-2030 годы на основе моделей тренда, были определены прогнозные значения совокупной выручки предприятия на основе эконометрической модели (3). По результатам прогноза определено, что общая выручка предприятия в последующие годы увеличится (табл. 9).

**Таблица 9**

**Прогнозы общей выручки ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS» от реализации продукции (товаров, работ, услуг) и влияющих на него факторов в 2022-2030 годах<sup>14</sup>**

Годы	Общая выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг), млн. сум (Y)	Среднегодовая стоимость основных средств, млн сум (X <sub>1</sub> )	Производительность труда (X <sub>2</sub> ), тыс. сум/чел.	Общая сумма оборотных средств, млн сум (X <sub>3</sub> )
2022 факт	61,448	30,493	332,71	336
2023	72,687	32,119	398,92	356
2024	83,747	34,742	458,36	366
2025	95,742	37,365	522,07	375
2026	108,706	39,987	589,94	384
2027	123,925	43,186	667,81	394
2028	140,531	46,295	754,63	403
2029	199,554	49,953	851,22	413
2030	271,393	53,649	963,58	423

<sup>13</sup> Расчет автора на основе данных предприятия

<sup>14</sup> Рассчитано автором на основе данных предприятия.

Прогнозные показатели, рассчитанные на краткосрочный период на основе определенной эконометрической модели, свидетельствуют о том, что в ближайшем будущем общая выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг) для предприятия будет иметь тенденцию к росту в зависимости от изменения показателя и влияющего на него фактора.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

По результатам проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

1. За счет освоения инновационно-инвестиционных проектов на предприятиях ассоциации «Узтекстильпром» в 2022 году объем производства пряжи снизился на 7,0 тыс. тонн по сравнению с 2018 годом, трикотажного полотна - на 26,4 тыс. тонн, объем производства готовых швейно-трикотажных изделий - на 175,0 млн. шт., носочной продукции - на 1,51 млн. пар, а объем производства крашеного трикотажного полотна увеличился на 12,2 тыс. тонн. Кроме того, было произведено 36 тыс. тонн крашеной пряжи, которая считается инновационным продуктом для отрасли, а также 175,4 тыс. метров ткани из смешанных волокон. Эти данные показывают, что реализация проектов в отрасли направлена в основном на увеличение объемов производства видов готовой продукции, создающих добавленную стоимость.

2. Исходя из производственных особенностей предприятий текстильной промышленности, на основе изучения производственных особенностей предприятий текстильной промышленности разработана методика определения влияния факторов на уровень их устойчивого развития, которая включает следующие три этапа: 1. Изучение причины влияния факторов на уровень устойчивого развития промышленного предприятия; 2. Выявление и оценка существующих конкурентных преимуществ промышленного предприятия; 3. Оценка влияния стратегических конкурентных преимуществ на устойчивое развитие промышленного предприятия.

3. В ходе исследования предложен усовершенствованный метод оценки состояния внутреннего устойчивого развития предприятий текстильной промышленности в обеспечении гибкости к факторам влияния внешней среды по интегральным показателям с точки зрения четырех взаимосвязанных составляющих: экономической, социальной, экологической и рискованной составляющих.

4. Общий интегральный коэффициент, характеризующий уровень устойчивого развития текстильных предприятий, участвовавших в исследовании, находился в диапазоне 0,091-0,804. В результате практического применения нашего предложения по обеспечению устойчивого развития в 2022 году ситуация несколько улучшилась. В 2022 году уровень устойчивого развития ООО «BETLIS TEKSTIL» был на динамическом/статическом уровне «нормального устойчивого развития», а ООО «BUXORO ZARHAL TEKS», ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS», СП «TEXTILES SPEKTRUM KOLORS», ООО «FULL COTTON»

наблюдается статический уровень устойчивого развития «нормальное устойчивое развитие».

5. На основе результатов расчетов создана конкурентная карта рынка предприятий текстильной промышленности, исходя из величины рыночной доли и ее изменения. Данная матрица представляет собой 16 выборочных случаев (квадратов) текстильных предприятий, отличающихся друг от друга уровнем конкурентного преимущества и уровня использования стратегического потенциала. Для создания конкурентной карты рынка текстильных предприятий по производству текстильной продукции в 2022 году за основу принята рыночная доля текстильных предприятий, действующих в Бухарской области и городе Ташкенте, в объеме произведенной в 2021-2022 годы продукции.

6. Данные конкурентной карты рынка свидетельствуют о том, что за исследуемый период текстильное предприятие ООО «BUXORO ZARHAL TEKS» является ведущим предприятием рынка, стремительно улучшающим свои конкурентные позиции. К числу предприятий, занимающих высокую конкурентную позицию, относится и текстильное предприятие ООО «BETLIS TEKSTIL», конкурентная позиция которого улучшается. Текстильное предприятие ООО «KAMALAK SHABNAM TEKS» относится к предприятиям с низкой конкурентной позицией и является предприятием, конкурентная позиция которого улучшается.

7. С целью обеспечения постоянной вовлеченности персонала в процесс обеспечения устойчивого развития текстильного предприятия на основе конкурентного преимущества обоснованы предложения по разработке мотивационного механизма, направленного на повышение инновационной креативности работников промышленного предприятия.

8. В ходе исследования на основе факторов, влияющих на показатель общей выручки от реализации продукции, были разработаны прогнозные показатели деятельности общества с ограниченной ответственностью «KAMALAK SHABNAM TEKS» в 2023-2030 годы.

**SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING THE SCIENTIFIC DEGREES  
DSc.03/30.12.2020.I.16.02 AT TASHKENT STATE UNIVERSITY OF  
ECONOMICS**

---

**BUKHARA STATE UNIVERSITY**

**GIYAZOVA NOZIMA BAYAZOVNA**

**IMPROVING THE USE OF COMPETITIVE STRATEGIES IN THE  
DEVELOPMENT OF TEXTILE ENTERPRISES**

**08.00.11. – «Marketing»**

**DISSERTATION ABSTRACT  
of the doctor of philosophy (PhD) in economic sciences**

**Tashkent – 2023**

**The theme of the dissertation of the Doctor of Philosophy (PhD) in economic science was registered by the Supreme Attestation Commission under the Ministry of Higher Education, Science and Innovation of the Republic of Uzbekistan under number B2022.3.PhD/Iqt2475.**

The doctoral dissertation has been prepared in Bukhara State University.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian and resume in English) on the website ([www.instat.uz](http://www.instat.uz)) and on the website of “ZiyoNet” information and educational portal ([www.ziynet.uz](http://www.ziynet.uz)).

**Scientific supervisor:** **Gulyamov Saidakhror Saidakhmedovich,**  
Doctor of Economics Sciences, Academician

**Official opponents:** **Boltabaev Makhmudjon Rustamovich,**  
Doctor of Economics Sciences, Professor

**Akbarov Nodir Gofurovich,**  
PhD in Economics, associate professor

**Leading organization:** **Namangan Institute of Engineering and Technology**

The defense of the dissertation will take place on \_ \_ \_ \_ \_ 2023 at \_\_\_ at the meeting of Scientific Council DSc.03/30.12.2020.I.16.02 of Tashkent State University of Economics (address: 100003, Tashkent, Islom Karimov str., 49. Tel: (+99871) 239-28-72; Fax: (+99871) 239-43-51; email: [tdiu@tdiu.uz](mailto:tdiu@tdiu.uz)).

The dissertation can be reviewed at the Library of the Tashkent State University of Economics (registered under № \_\_\_\_). Address: 100066, Tashkent city, Islam Karimov street, 49. Phone: (99871) 239-28-72; fax: (99871) 239-43-51; e-mail: [tsue@tseu.uz](mailto:tsue@tseu.uz).

The abstract of the dissertation sent out on " \_ " \_\_\_\_\_ 2023.  
(mailing report № \_\_\_\_ on " \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2023)

**G.K.Abdurakhmanova**

Chairman of the Scientific council  
for awarding scientific degrees,  
Doctor of Economic Sciences, Professor

**O.Dj.Djurabaev**

Scientific secretary of the Scientific  
council for awarding scientific degrees,  
doctor of economic sciences (PhD)

**Sh.J.Ergashkhodjaeva**

Chairman of the scientific seminar under  
the Scientific council for awarding  
scientific degrees, Doctor of Economic  
Sciences, Professor



## INTRODUCTION (abstract of the thesis of the (PhD))

**Research objective** is to develop proposals and recommendations for improving the use of competitive strategies in the development of textile enterprises.

**Research object** is the marketing activities of textile enterprises that are part of the association "Uztuqimachilik sanoat".

**Research subject** is economic and social relations that arise in the process of using competitive strategies in textile enterprises.

**Scientific novelty of research** is as follows:

According to the methodological approach, the concept of "marketing strategy" interpreted as strategic marketing in the implementation of the marketing approach in the management of textile enterprises has been improved from the point of view of complex measures aimed at adapting the internal capabilities of the enterprise to changes in the external environment, as well as a set of mechanisms for their implementation;

Integrated intermediate results of the impact on sustainable development of textile enterprises taking into account strategic and tactical competitive advantages (high  $[0.8;1]$ ; normal  $[0.6;0.8]$ ; low  $[0.3;0.6]$ ) diagnostic assessment of the impact of strategic competitive advantages on ensuring the development of the textile industry enterprise has been proposed according to the approach;

On the basis of drawing up a competitive map, a proposal to harmonize the implementation of a focused growth strategy in three areas and competitive strategies in three market positions aimed at ensuring the development of a textile enterprise has been substantiated;

Based on the econometric model of the factors influencing the production volume of the textile industry, forecast indicators of the total income from the sale of products of the textile enterprise "KAMALAK SHABNAM TEKS" until 2030 have been developed.

**Implementation of research results.** Based on the scientific results obtained on improving the use of competitive strategies in the development of textile enterprises:

The concept of "marketing strategy", interpreted as strategic marketing in the implementation of a marketing approach in the management of textile enterprises according to a methodological approach, is a complex set of measures aimed at adapting the internal capabilities of the enterprise to changes in the external environment, theoretical and methodological developments on improving them from the point of view of the complex of mechanisms for their implementation were used in the preparation of the educational manual "Marketing communication" intended for students of higher educational institutions (Order No. 302 of the Ministry of Higher and secondary specialized education of the Republic of Uzbekistan dated September 9, 2022). As a result of the introduction into practice of this scientific proposal, it was possible to expand the existing theoretical and methodological knowledge of students on the concept of "marketing strategy" as a set of complex measures aimed at adapting the internal

capabilities of the enterprise to changes in the external environment, as mechanisms for implementation;

Integral interim results (high  $[0.8;1]$ ; normal  $[0.6;0.8]$ ; low  $[0.3;0.6]$ ) limits of impact on sustainable development of textile enterprises taking into account strategic and tactical competitive advantages in accordance with the approach of the framework, the proposal for a diagnostic evaluation of the impact of strategic competitive advantages on ensuring the development of the textile industry enterprise was introduced into the marketing activities of the enterprises within the "Uztoqimachilik sanoati" association (Reference number 03/25-776 dated April 19, 2023 of the "Uztoqimachilik sanoati" association). As a result, it was possible to increase the overall integral coefficient by 0.3357 points describing the level of sustainable development of the textile enterprise "BUKHORO ZARHAL TEKS" LLC in 2022 compared to 2021;

The proposal to harmonize the implementation of focused growth strategies in three areas and competitive strategies in three market positions aimed at ensuring the development of a textile enterprise based on the creation of a competitive map was introduced into the marketing activities of enterprises within the association "Uztoqimachilik sanoati" ("Uztoqimachilik sanoati" association dated April 19, 2023, reference number 03/25-776). As a result of the implementation of this scientific proposal, it was possible to increase the export volume by 4.48% of textile enterprise "KAMALAK SHABNAM TEKS" LLC in 2022 compared to 2021;

**Approval of research results.** The results of this research were discussed at 6 international and 4 national scientific-practical conferences.

**Publication of research results.** A total of 19 scientific works on the topic of the dissertation were published of which 9 scientific articles in scientific journals recommended by the Higher Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan and 5 of them in foreign journals.

**Structure and volume of thesis.** The dissertation consists of an introduction, 3 chapters, a conclusion, a list of references and appendices, and its volume is 137 pages.

**E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI**  
**СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**  
**LIST OF PUBLISHED WORKS**

**I bo'lim (I часть; I part)**

1. Giyazova N.B. Diagnostika asosida to'qimachilik korxonalarida barqaror rivojlanish darajasini hisoblash usulini takomillashtirish // Biznes – ekspert. – Toshkent, 4-son. - 2021. – 34-36 b. (08.00.00; №3)

2. Giyazova N.B. Strategik raqobatbardosh ustunliklarning zamonaviy sanoat korxonasining barqaror rivojlanishiga ta'siri diagnostikasi uslubini ishlab chiqish // Iqtisodiyot va ta'lim. – Toshkent, 4-son. - 2021. – 249-252 b. (08.00.00; №11).

3. Giyazova N.B. The share of world countries in the textile industry and the importance of marketing in its development // Iqtisodiyot va logistika. – Toshkent, 5-son. – 2022. – 5-9 b. (08.00.00; №31).

4. Giyazova N.B. Impact of strategic marketing on enterprise competitiveness. Research Jet Journal of Analysis and Inventions, Vol. 2, Issue 6 June, (2021), pp.184-189 .

5. Giyazova N.B. Development of methods for calculating the level of sustainable development in textile enterprises on the basis of diagnosis. The American Journal of Management and Economics Innovations. June 30, 2021. pp.86-90.

6. Giyazova N.B. Ensuring the Development of Textile Enterprises on the Basis of Competitive Advantage. Central asian journal of arts and design volume: 3 issue: 6 | 2022. pp.40-45.

7. Giyazova N.B. To'qimachilik korxonasi barqarorligiga ta'sir etuvchi omillarni baholash asosida iqtisodiy salohiyatini oshirish yo'llari / "Paxta, to'qimachilik va yengil sanoat mahsulotlari sifatini ta'minlashning zamonaviy konsepsiyalari" mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Namangan: NamMTI. 2021-yil 22-23-aprel. -41-43 b.

8. Giyazova N.B. To'qimachilik korxonalarida barqaror rivojlanish darajasini hisoblash usulini takomillashtirish / "Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti: muammo va yechimlar" mavzusidagi onlayn xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. - Toshkent: TDTU, 2021-yil 30-aprel. - 757-760- b.

9. Giyazova N.B. Bozor o'zgarishlari sharoitida to'qimachilik korxonalarida barqaror rivojlanish darajasini hisoblash usulini takomillashtirish. Pedagogical sciences and teaching methods: a collection scientific works of the International scientific conference (15 November, 2021) - Copenhagen: 2021. ISSUE 7 – 114-118 b.

10. Giyazova N.B. Raqamli iqtisodiyotda to'qimachilik korxonalarining barqaror rivojlanish darajalarini baholash / "Raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy himoyalash mexanizmini takomillashtirish" mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy (onlayn) anjuman maqolalar to'plami. – Andijon: AndMI. 2021-yil 26-27-aprel. - 403-405-b.

11. Giyazova N.B. To‘qimachilik sanoati korxonalari barqaror rivojlanishining raqobat ustunligi bilan o‘zaro aloqasi / “Fan, ishlab chiqarish integrallashuvi sharoitida paxta tozalash, to‘qimachilik, yengil sanoat, matbaa ishlab chiqarish innovatsion texnologiyalari dolzarb muammolari va ular yechimi” mavzusidagi respublika miqyosidagi ilmiy-amaliy anjumani materiallari to‘plami. – Toshkent: TTYeSI 2021-yil 21-22-aprel. - 353-355-b.

12. Giyazova N.B. O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida klasterlarni rivojlantirish / “Qishloq xo‘jaligida ixtisoslashgan klasterlarni shakllantirish: tajribalar, natijalar va innovatsion yondashuvlar” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjumani materiallar to‘plami. – Buxoro: BDU 2021-yil 30-noyabr. – 121-123 b.

## **II bo‘lim (II часть; II part)**

13. Giyazova N.B. Raqobat ustunligi asosida to‘qimachilik korxonalari barqaror rivojlanishini ta‘minlash yo‘llari / “Fan, ishlab chiqarish integrallashuvi sharoitida paxta tozalash, to‘qimachilik, yengil sanoat, matbaa ishlab chiqarish innovatsion texnologiyalari dolzarb muammolari va ular yechimi” mavzusidagi respublika miqyosidagi ilmiy-amaliy anjumani materiallari to‘plami. – Toshkent: TTYeSI 2021-yil 21-22 aprel. - 356-358-b.

14. Giyazova N.B. To‘qimachilik sanoati korxonalarining strategik raqobat afzalliklarini baholash /// Iqtisodiyot va ta‘lim. – Toshkent, 5-son. - 2021. – 265-268 b. (0 8.00.00; №11).

15. Giyazova N.B. Textile industry in Uzbekistan. International scientific-practical conference on "modern education: problems and solutions" Vol. 1 No. 5 (2022). pp.65-71. Giyazova N.B. Role Of Marketing Strategies In Increasing Company Competitiveness. International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR) ISSN: 2643-900X Vol. 5 Issue 3, March - 2021, Pages: 99-102.

16. Giyazova N.B. Importance of the Textile Industry: The Situation in Uzbekistan and the Legal Framework. Special Issue: Hi-Tech Tendencies of Innovative Scientific Research (2022): Miasto Przyszłości, pp.78-81.

17. Giyazova N.B. The Role of Innovative Marketing in the Development of the Textile Industry. European Journal of Business Startups and Open Society. Vol. 2 No. 11 (December - 2022): EJBSOS. pp.10-14.

18. Giyazova N.B. Marketing strategy for the competitiveness of modern enterprises. International Conference on Scientific, Educational & Humanitarian Advancements Hosted online from, Samsun, Turkey [www.econferenceglobe.com](http://www.econferenceglobe.com), July 15 th, 2021. pp.1-3.

19. Giyazova N.B. The relevance of a small business marketing strategy. International Conference on Scientific, Educational & Humanitarian Advancements Hosted online from, Samsun, Turkey. [www.econferenceglobe.com](http://www.econferenceglobe.com), July 15 th, 2021. pp.4-6.

Avtoreferat “Iqtisod-Moliya” nashriyotida tahrirdan o‘tkazildi.

Bosishga ruxsat etildi: 15.11.2023  
Bichmi: 60x84 1/8 «Times New Roman»  
Garniturada raqamli bosma usulda bosildi.  
Shartli bosma tabog‘i 3,2. Adadi: 100. Buyurtma: № 171.

«DAVR MATBUOT SAVDO» MCHJ  
Bosmaxonasida chop etildi.  
100198, Toshkent, Qo‘yliq, 4-mavze, 46.