

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY
TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR
VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

Qo‘lyozma huquqida UDK:
336:33s5(575.1)

BAZAROVA FAYYOZA TUXTAMURODOVNA

**YENGIL SANOAT KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATINI
TAKOMILLASHTIRISH (to‘qimachilik sanoati korxonolari misolida)**

08.00.11 – Marketing

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun
yozilgan

D I S S E R T A T S I Y A

Ilmiy rahbar: i.f.d., prof.
Sh. Ergashxodjayeva

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

KIRISH	3
I bob. YENGIL SANOAT KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING NAZARIY VA USLUBIY ASOSLARI.....	14
1.1. Yengil sanoat korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etishning nazariy asoslari.....	14
1.2. Yengil sanoat korxonalarida mijozlarga yo‘naltirilgan marketing faoliyatini tashkil etishning uslubiy jihatlari	25
1.3. Yengil sanoat korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish bo‘yicha xorij tajribalari va ulardan O‘zbekistonda foydalanish imkoniyatlari	38
Birinchi bob bo‘yicha xulosa.....	58
II YENGIL SANOAT KORXONALARIDA MARKETING bob. FAOLIYATINI TASHKIL ETISH HOLATI TAHLILI.....	60
2.1. O‘zbekistonda yengil sanoatini rivojlanish tendensiyalari va raqobat muhiti tahlili.....	60
2.2. Yengil sanoat korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish va raqobatbardoshlik holati tahlili.....	72
2.3. Yengil sanoat korxonalarining mijozlarga yo‘naltirilgan marketing faoliyatini baholash va strategik imkoniyatlarni aniqlash	84
Ikkinchi bob bo‘yicha xulosa.....	101
III YENGIL SANOAT KORXONALARIDA MARKETING bob. FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	103
3.1. Yengil sanoat korxonalarida barqarorlik va ijtimoiy o‘zgarishlarga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqish.....	103
3.2. Yengil sanoat korxonalarida marketing faoliyatini milliy brend qiymatini oshirishga qaratilgan yondashuvlarda takomillashtirish	115
3.3. Yengil sanoat korxonalarini marketing strategiyalaridan foydalanish asosida rivojlantirish istiqbollari.....	131
Uchinchi bob bo‘yicha xulosa.....	147
XULOSA.....	150
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	153
ILOVALAR.....	162

KIRISH

Dissertasiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon iqtisodiyotida yengil sanoat korxonalarida marketing faoliyatini takomillashtirish, ayniqsa to‘qimachilik, tikuv-trikotaj va poyabzal ishlab chiqarish tarmoqlarida global qiymat zanjirlarida barqaror raqobatbardoshlikka erishishning muhim sharti sifatida namoyon bo‘lib, mahsulotni pozitsiyalash, brend kapitalini shakllantirish va bozorlar diversifikatsiyasini chuqurlashtirishga xizmat qiladi. Marketing tadqiqotlari, raqamli marketing kanallari, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) va dizayn-brandingni integratsiyalashgan holda qo‘llash korxonalarining qo‘shimcha qiymat ulushini oshirish, eksport geografiasini kengaytirish va ichki bozor segmentlarini chuqurroq o‘zlashtirish imkonini yaratadi. “2024-yilda global to‘qimachilik bozori 1065,6 milliard AQSH dollariga baholangan bo‘lib, 2025–2033-yillarda o‘rtacha yillik o‘sish 3,57 foizni tashkil etishi kutilmoqda”¹. Jahon yengil sanoatidagi zamonaviy rivojlanish tendensiyalari marketing faoliyatini qayta ko‘rib chiqishni va strategik boshqaruvni yangi sharoitlarga moslashtirishni taqozo etmoqda. Shu nuqtayi nazardan, yengil sanoat korxonalarida marketing faoliyatini takomillashtirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini, xususan, raqamli texnologiyalar, branding va xalqaro qiymat zanjirlari bilan uyg‘unlashgan kompleks modellar orqali ilmiy tadqiq etish ushbu tarmoq raqobatbardoshligini oshirishda muhim hisoblanadi.

Jahonda yengil sanoat korxonalarida marketing faoliyatini takomillashtirishga yo‘naltirilgan ilmiy tadqiqotlar kengayib bormoqda. Raqamli texnologiyalarni integratsiya qilish orqali ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, bulutli tizimlarga o‘tish hamda sun‘iy intellekt asosida talabni prognozlash va avtomatlashtirish texnologiyalaridan foydalanish, barqaror va ekologik marketing strategiyalarini ishlab chiqish, yetkazib berish zanjirlarini raqamlashtirish, strategik ittifoqlar orqali eksport faoliyatini yaxshilash, brendlashning yangi shakllarini yaratish, elektron tijoratning tez sur‘atlarda kengaytirish, global bozor talablariga moslashtirilgan innovatsion mahsulot yaratish

¹ https://www.imarcgroup.com/textile-market?utm_source=chatgpt.com

strategiyalarini ishlab chiqish, ijtimoiy tarmoqlarda savdo funksiyalari, qisqa formatdagi video-kontent, influyenserlar bilan hamkorlik qilish va interaktiv tajribalar yaratish orqali iste'molchilar bilan aloqalarni kuchaytirishga yo'naltirilgan raqamli marketing texnologiyalarini takomillashtirish, 3D-skanerlash texnologiyalari va aqlli to'qimachilik mahsulotlari (e-textiles) ishlab chiqishni tashkil etish kabilar ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi.

O'zbekistonda yengil sanoat mahsulotlari bozorini rivojlantirish va mahalliy ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish borasida hukumat tomonidan olib borilayotgan islohotlar natijasida mamlakatning mazkur tarmog'ining xalqaro bozorlardagi nufuzi oshib borishiga erishilmoqda. So'nggi yillarda tarmoqda olib borilgan islohotlar natijasida yengil sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishda innovatsion tizimlar yo'lga qo'yilmoqda. Biroq, Xalqaro nufuzli brendlar uchun mahsulotlar ishlab chiqarish darajasi hamda eksport tarkibida rivojlangan mamlakatlarga qilingani ulushi haligacha 10 foizdan kam. Yengil sanoat korxonalarining marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarish bo'yicha global bozorlar uchun aniq strategik yechimlar mavjud emas. Yuqoridagi holatlar yengil sanoat korxonalarini faoliyatini zamonaviy marketing konsepsiyalari asosida tashkil etishni talab etmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-sentyabrdagi PQ-290-son "To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida islohotlarni jadallashtirish va eksport salohiyatini kengaytirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorida "ishlab chiqarish hajmini 9 foizga oshirish va uni 146 trillion so'mga yetkazish, sohada 2 milliard AQSH dollari miqdorida xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, eksport hajmini 3,3 milliard AQSH dollariga yetkazish hamda sohada amalga oshirilayotgan loyihalar doirasida 50 mingta ish o'rni yaratish"² vazifalari belgilab berilgan. Mazkur vazifalarni samarali ijrosini ta'minlash yengil sanoat korxonalarini o'zlarining marketing faoliyatini xalqaro bozorlarda chuqur marketing tadqiqotlarini olib borish, brendini rivojlantirish orqali eksportni ko'paytirish hamda innovatsion-

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-sentyabrdagi PQ-290-son "To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida islohotlarni jadallashtirish va eksport salohiyatini kengaytirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori. <https://lex.uz/docs/7736682>