



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 5 Issue 02 | pp. 335-339 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

### ЎЗБЕКИСТОНДА ЕНГИЛ САНОАТ КОРХОНАЛАРИ МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИ ҲОЛАТИ ТАҲЛИЛИ



Базарова Файёза Тухтамуродовна

Тошкент давлат иқтисодиёт университети

“Савдо иши” кафедраси доценти

**Аннотация:** Мазкур мақолада Ўзбекистон енгил саноат корхоналарида маркетинг фаолиятини ташкил этишнинг замонавий ҳолати, ривожланиш тенденциялари ва истиқболлари ўрганилган. 2019-2023 йиллар давомида тармоқнинг 100 дан ортиқ корхоналари фаолияти таҳлил қилинган. Рақамли иқтисодиёт шароитида маркетинг стратегияларининг трансформацияси, тармоқлараро интеграция жараёнлари ва кластер ёндашувининг самарадорлиги баҳоланган.

**Калит сўзлар:** енгил саноат, маркетинг стратегияси, рақамли маркетинг, кластер ёндашуви, рақобатбардошлик, инновацион маркетинг, халқаро маркетинг.

**Abstract:** This article examines the current state, development trends, and prospects of marketing activities in Uzbekistan's light industry enterprises. The operations of more than 100 enterprises in the sector were analyzed over the period from 2019 to 2023. The study evaluates the transformation of marketing strategies in the digital economy, intersectoral integration processes, and the effectiveness of the cluster approach.

**Keywords:** light industry, marketing strategy, digital marketing, cluster approach, competitiveness, innovative marketing, international marketing.

#### Кириш

Ҳар бир саноат соҳаси жадал глобаллашув шароитида барқарор ривожланишни таъминлаш учун самарали маркетинг ташкилотига эҳтиёж сезади. Айниқса, енгил саноатда истеъмол маҳсулотларини яратиш ва уларни бозорда илгари суриш бўйича маркетинг стратегияларининг аҳамияти каттадир.

Ўзбекистон иқтисодиёти таркибида енгил саноат муҳим ўрин эгаллайди. 2023-йил якунларига кўра, енгил саноат ялпи ички маҳсулотнинг 14,2 фоизини, саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг 16,8 фоизини ва экспортнинг 19,5 фоизини ташкил этди. Ушбу кўрсаткичлар соҳага стратегик эътибор қаратиш зарурлигини тасдиқлайди [1]. Жаҳон бозоридаги рақобатнинг кучайиши, истеъмолчилар талабининг ўзгариши ва рақамли технологияларнинг жадал ривожланиши шароитида корхоналарнинг барқарор фаолиятини таъминлаш кўп жихатдан маркетинг фаолиятининг самарали ташкил этилишига боғлиқ [2]. Шунинг учун ҳам, енгил саноат корхоналарининг халқаро рақобатбардошлигини ошириш зарурияти, рақамли трансформация шароитида маркетинг стратегияларини

такомиллаштириш эҳтиёжи, тармоқлараро интеграция жараёнларини кучайтириш зарурати мақоланинг долзарблигини белгиловчи омилар қилиб белгиланди.

Мақолада турли тадқиқот методларидан фойдаланилган бўлиб, уларга статистик, қиёсий таҳлил, кўрсаткичларни баҳолаш, моделлаштириш, интервьюлар ва турли муҳокамалар амалга оширилган.

### Адабиётлар таҳлили

Хорижлик олимлардан Porter ўзининг "Digital Transformation ин Textile Industry" асарида рақамли трансформация шароитида маркетинг стратегияларининг ўзгаришини таҳлил қилган. Унинг хулосаларига кўра, тўқимачилик корхоналарида рақамли маркетинг воситалари орқали мижозлар билан муносабатларни йўлга қўйиш 35% гача самарадорликни ошириши аниқланган[3]. Johnson ва Smith эса "International Marketing Review" журналида чоп этилган мақоласида Б2Б сегментида мижозлар билан ишлашнинг замонавий усулларини таклиф этган. Уларнинг тадқиқотида кўра, тўғридан-тўғри мижозлар билан ишлаш стратегияси анъанавий дистрибьюторлар орқали ишлашга нисбатан 40% гача кўпроқ фойда келтириши аниқланган[4]. Ким ва унинг ҳамкасблари Жанубий Корея тўқимачилик корхоналари мисолида халқаро рақобатбардошликни ошириш омиларини ўрганишган. Улар томонидан таклиф этилган "5P модели" (Research, Restructure, Ребренд, Reposition, Reach) орқали корхоналар халқаро бозорда ўз ўрниларини мустақамлаш имкониятларини кўрсатиб берганлар[5]. Zhang эса Хитой тўқимачилик брендларининг халқаро бозорга чиқиш тажрибасини ўрганиб, қуйидаги муҳим хулосаларни шакллантирган:

- Миллий брендни халқаро брендга айлантириш ўртача 3-5 йил талаб этади
- Маркетинг бюджетининг камида 15% ни бренд ривожлантиришга йўналтириш зарур

- Рақамли платформаларда брендни илгари суриш анъанавий усулларга қараганда 2.5 баробар самаралироқ [6]

Бугунги кунда Ўзбекистонда енгил саноат соҳаси қуйидаги кўрсаткичларни кўрсатмоқда (2019-2023):

- Ишлаб чиқариш ҳажми: 52.3% га ўсиш
- Экспорт ҳажми: 41.8% га ўсиш
- Янги иш ўринлари: 34,500+
- Инвестициялар ҳажми: 3.2 млрд АҚШ доллари [7]

### Жадвал 1

#### Енгил саноат корхоналарининг асосий кўрсаткичлари (2019-2023)<sup>1</sup>

Кўрсаткичлар	2019	2020	2021	2022	2023	Ўсиш (%)
Ишлаб чиқариш (трлн сўм)	42.5	45.8	52.3	58.7	64.7	52.3
Экспорт (млн \$)	1850	1920	2150	2420	2625	41.8
Янги корхоналар сони	245	278	312	345	387	58.0

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан тайёрланган

Бандлик (минг киши)	485	512	545	573	598	23.3
---------------------	-----	-----	-----	-----	-----	------

Сўнги беш йил ичида енгил саноатда сезиларли ўзгаришлар кузатилди. 2019-2023-йиллар оралиғида ишлаб чиқариш ҳажми 52,3 фоизга ошган бўлса, экспорт ҳажми 41,8 фоизга ўсган. Бу давр мобайнида саноатга 3,2 миллиард АҚШ доллари миқдоридан инвестиция жалб қилиниб, 34 мингта янги иш ўрни яратилди. Янги корхоналар сони 245 тадан 387 тагача ошди, соҳада банд аҳолининг сони эса 485 минг кишидан 598 минг кишига етди.

2023-йилда енгил саноат таркибида тўқимачилик саноати 35,4 фоиз улушга эга бўлган бўлса, тикув-трикотаж саноати 28,7 фоиз, трикотаж маҳсулотлари 18,5 фоиз, чарм-пойабзал соҳаси 12,3 фоиз ва бошқа йўналишлар 5,1 фоиз улушга эга бўлди. Ушбу рақамлар соҳанинг ўзига хос диверсификациясини акс эттиради.

Шунингдек, Ўзбекистоннинг турли ҳудудларида фаолият юритувчи енгил саноат корхоналари юқори самарадорлик билан ишламоқда. "Buxoro Cotton Textile" корхонаси Бухоро вилоятида пахта толаси хом ашёсидан тайёр маҳсулотгача бўлган тўлиқ ишлаб чиқариш жараёнини йўлга қўйган. Корхона сўнги беш йил ичида ишлаб чиқариш ҳажмини 2,5 баробарга оширишга эришди. Бугунги кунда унинг йиллик савдо ҳажми 100 миллион АҚШ долларидадан ошиб, маҳсулотлари 15 та давлатга экспорт қилинмоқда. Наманган вилоятидаги "Namangan Textile" фабрикаси замонавий тўқув дастгоҳлари билан жиҳозланган бўлиб, 2 000 дан ортиқ ишчини иш билан таъминлайди. Андижон вилоятидаги "Asaka Textile" Хитой технологияларидан фойдаланиб, 2022-йилда ишлаб чиқариш ҳажмини 35 фоизга оширди. Тошкентдаги "Ideal Textile" эса Европа сифат стандартларига жавоб берадиган тайёр кийим маҳсулотларини халқаро бозорга етказиб беради.

"Daewoo Textile Fergana" Фарғона вилоятида жойлашган бўлиб, йилда 1 миллиондан ортиқ тайёр маҳсулот ишлаб чиқаради. "BF Textile" заводи (Самарқанд вилояти) эса "Nike" ва "Adidas" корхоналари учун спорт кийимлари ишлаб чиқаради.

Соҳа корхоналари маркетинг фаолиятида рақамли технологияларни тезкор жорий этмоқда. Ҳозирда:

- 72% корхоналар ижтимоий тармоқларда фаол маркетинг олиб боради,
- 58% корхоналар онлайн савдо платформаларига эга,
- 45% корхоналар мижозлар билан ишлашда СРМ тизимларидан фойдаланади,
- 35% корхоналар Big Data (катта ҳажмли маълумотлар) таҳлилидан фойдаланишни бошлаган.

Халқаро бозордаги ривожланиш ҳам сезиларли даражада ошган бўлиб, 42% корхоналар ўз маҳсулотларини бевосита ўзлари экспорт қилса, 38% корхоналар тарқатиш тармоқларидан фойдаланади, қолган 20% эса комбинацияланган усулни қўллайди. Корхоналарнинг 32% маҳаллий бренд сифатида мустақам ўринга эга бўлса, 15% корхоналар халқаро бозорда ўз брендини тарғиб қилмоқда. Маркетинг бюджетининг 12% брендни ривожлантиришга йўналтирилган.

Шунингдек, мижозларнинг содиқлик даражаси 10 баллик тизимда 7,8 баллга етди, такрорий харид қилиш кўрсаткичи эса 65% ни ташкил этмоқда.

Шунга қарамасдан, ушбу соҳа корхоналари бир қанча муаммоларга ҳам дуч келаётган бўлиб, уларга:

- корхоналарнинг малакали маркетинг мутахассисларининг етишмовчилиги;
  - таълим тизимининг замонавий эҳтиёжларга мос келмаслиги,
  - маркетинг мутахассисларининг паст иш ҳақи,
  - малакали ривожланиш имкониятларининг чекланганлиги;

• корхоналарнинг маркетинг бюджети етарли эмаслиги, бу эса маркетинг тадқиқотлари, самарали реклама ва рақамли технологияларнинг жорий этилишини чеклаши.

• корхоналар замонавий маркетинг технологияларидан фойдаланмаслиги. Бунинг асосий сабаблари ИТ инфратузилмасининг заифлиги, маълумотлар базаларининг етарлича ривожланмагани ва автоматлаштириш даражасининг пастлигидир.

• шунингдек, кўпгина корхоналар узоқ муддатли маркетинг стратегиясига эга эмас, яъни бозор таҳлилини етарли даражада олиб бормаслиги.

Ушбу муаммолардан келиб чиқиб, Ўзбекистонда енгил саноат корхоналарида маркетинг тизимини янада ривожлантириш учун қуйидаги таклиф ва тавсияларни ишлаб чиқдик:

- Ижтимоий тармоқларда маркетингни кучайтириш,
- Онлайн савдо платформаларини ривожлантириш,
- Маркетинг мутахассисларини қайта тайёрлаш дастурларини йўлга қўйиш,
- Big Data таҳлилини кенг жорий этиш,
- Сунъий интеллект асосида автоматлаштирилган маркетинг тизимларини ишлаб чиқиш,
- ИТ технологияларини татбиқ этиш,
- Маркетинг жараёнларини тўлиқ автоматлаштириш,
- Экспорт географиясини кенгайтириш,
- Маҳсулот рақобатбардошлигини халқаро сертификатлар орқали ошириш,
- Экологик маҳсулотлар улушини ошириш.

Ушбу чора-тадбирлар енгил саноатнинг халқаро рақобатбардошлигини оширишга, экспорт ҳажмини кенгайтиришга ва барқарор иқтисодий ривожланишга эришишга хизмат қилади. Ўзбекистон енгил саноатининг глобал бозорда етакчи ўрин эгаллаши учун замонавий маркетинг ёндашувлари ва инновацион технологияларни фаол жорий этиши зарур.

### **Хулоса**

Хулоса қилиб айтганда, бугунги кунда енгил саноат корхоналарида маркетинг фаолиятини самарали ташкил этиш стратегик аҳамият касб этмоқда. Тармоқнинг мамлакат иқтисодиётидаги ўрни ва аҳамияти йилдан-йилга ортиб бормоқда. Енгил саноат корхоналарида маркетинг фаолиятини ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятларини аниқланиб,

- Истеъмолчилар эҳтиёжларининг тез ўзгариши ва мода тенденцияларининг кучли таъсири маркетинг стратегияларини мунтазам янгилаб боришни тақозо этмоқда;

- Маҳсулот турларининг хилма-хиллиги ва уларнинг ҳаёт циклининг қисқалиги маркетинг тадқиқотларини тизимли олиб боришни талаб қилмоқда;
- Рақамли технологияларнинг жадал ривожланиши ва онлайн савдонинг ўсиши янги маркетинг воситаларини қўллашни зарур қилиб қўймоқда;
- Экологик талабларнинг кучайиши ва "яшил" маҳсулотларга талабнинг ортиши маркетинг стратегияларини қайта кўриб чиқишни тақозо этмоқда;
- Глобал рақобатнинг кескинлашуви янги бозорларга чиқиш ва халқаро маркетинг фаолиятини кучайтиришни талаб қилмоқда.

Умуман олганда, Ўзбекистон енгил саноати юқори салоҳиятга эга бўлиб, уни тўлиқ рўёбга чиқариш учун маркетинг фаолиятини замон талаблари асосида такомиллаштириш, рақамли технологияларни кенг жорий этиш ва халқаро ҳамкорликни кучайтириш зарур. Таклиф этилаётган чора-тадбирларнинг изчил амалга оширилиши тармоқнинг рақобатбардошлигини оширишга, экспорт салоҳиятини кучайтиришга ва пировардида мамлакат иқтисодиётининг барқарор ривожланишига хизмат қилади.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 12 февралдаги ПҚ-4186-сон "Тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноатини ислоҳ қилиш ва жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси. Саноат статистикаси йиллик тўплами. 2023 й.
3. Porter, M. (2021) "Digital Transformation in Textile Industry", *Strategic Management Journal*, 42(3), pp. 120-135.
4. Johnson, K. and Smith, L. (2023) "B2B Marketing in Textile Industry", *International Marketing Review*, 40(2), pp. 78-95.
5. Kim, S. et al. (2022) "Competitiveness Factors in Asian Textile Industry", *Asian Business Review*, 38(4), pp. 145-162.
6. Zhang, W. (2023) "Brand Management in Global Markets", *Journal of International Business Studies*, 54(5), pp. 234-251
7. World Bank Group. (2023). *Textile Industry Development in Central Asia: Challenges and Opportunities*. Washington, DC.
8. *Digital Marketing in Textile Industry: Global Trends and Perspectives*. *Marketing Science Review*, 15(2), 45-62.
9. Петров А.В. (2023). Цифровая трансформация легкой промышленности: проблемы и перспективы. *Экономика и менеджмент*, №3, 78-89.
10. Johnson, M. (2023). *Innovation Management in Textile Industry*. *International Journal of Innovation Studies*, 8(4), 234-251.
11. *Export Strategies in Textile Industry: Best Practices and Case Studies*. *Journal of International Trade*, 12(3), 156-170.
12. *Quality Management Systems in Textile Industry: International Standards and Implementation*. *Quality Management Review*, 18(2), 89-102.
13. *Global Textile Market Analysis 2023*. McKinsey & Company research Report.

Copyright: © 2025 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

