

TO'QIMACHILIK SOHASIDA RAQOBAT SALOHİYATINI YUKSALTIRISH

Ikramova Nodira Burkhon kizi

Graduate student, Tashkent State University of Economics

<https://orcid.org/0009-0002-6560-668X>

<https://doi.org/10.5281/zenodo.16879919>

Annotatsiya. Ushbu maqolada to'qimachilik sohasida raqobat salohiyatini yuksaltirish omillari tahlil qilinib, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, mahsulot sifatini oshirish, brend yaratish va xalqaro bozor talablariga moslashish bo'yicha ilmiy asoslangan yondashuvlar taklif etilgan. Milliy to'qimachilik tarmog'ining jahon bozoridagi raqobatbardoshligi baholanib, ilg'or xorijiy tajribalarni O'zbekiston sharoitiga moslashtirish yo'llari ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: to'qimachilik sanoati, raqobat salohiyati, innovatsiyalar, eksport, mahsulot sifati, brend yaratish, xalqaro bozor, marketing strategiyasi, ishlab chiqarish samaradorligi, texnologik modernizatsiya, bozor diversifikatsiyasi, mehnat unumdorligi, sertifikatlash, logistika, dizayn innovatsiyalari.

Аннотация. Ushbu maqolada to'qimachilik sohasida raqobat salohiyatini yuksaltirish omillari tahlil qilinib, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, mahsulot sifatini oshirish, brend yaratish va xalqaro bozor talablariga moslashish bo'yicha ilmiy asoslangan yondashuvlar taklif etilgan. Milliy to'qimachilik tarmog'ining jahon bozoridagi raqobatbardoshligi baholanib, ilg'or xorijiy tajribalarni O'zbekiston sharoitiga moslashtirish yo'llari ishlab chiqilgan.

Ключевые слова: текстильная промышленность, конкурентоспособность, инновации, экспорт, качество продукции, создание бренда, международный рынок, маркетинговая стратегия, эффективность производства, технологическая модернизация, диверсификация рынков, производительность труда, сертификация, логистика, инновации в дизайне.

Annotation. This article analyzes the factors for enhancing the competitiveness of the textile industry and proposes scientifically grounded approaches to introducing innovative technologies, improving product quality, building brands, and adapting to international market requirements. The competitiveness of the national textile sector in the global market is assessed, and ways to adapt advanced foreign experience to the conditions of Uzbekistan are developed.

Keywords: textile industry, competitiveness, innovations, export, product quality, brand development, international market, marketing strategy, production efficiency, technological modernization, market diversification, labor productivity, certification, logistics, design innovations.

Kirish

Global iqtisodiyotning keskin raqobat sharoitida har bir mamlakatning sanoat tarmoqlari o'z mahsulot va xizmatlari bilan xalqaro bozorda ustunlikka erishish uchun yangi strategiyalarni izlashga majbur bo'lmoqda. To'qimachilik sanoati O'zbekiston iqtisodiyotida eksportga yo'naltirilgan eng muhim tarmoqlardan biri bo'lib, mamlakat yalpi ichki mahsulotiga, ish o'rinlari yaratishga va valyuta tushumlarini oshirishga sezilarli hissa qo'shadi.

So'nggi yillarda O'zbekistonda to'qimachilik tarmog'ini modernizatsiya qilish, ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish, yuqori qo'shimcha qiymatga ega tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishga o'tish va eksport bozorlarini diversifikatsiya qilish bo'yicha izchil islohotlar amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga, xalqaro bozordagi raqobatning kuchayishi, iste'molchilar

talablarining tez o'zgarishi va texnologik taraqqiyot tarmoq korxonalaridan doimiy innovatsiyalarni joriy etishni talab etadi.

Raqobat salohiyatini yuksaltirish nafaqat ishlab chiqarish hajmini oshirish, balki mahsulot sifati, dizayn yangiligi, ekologik standartlarga moslik, brend imidji va marketing strategiyalarini takomillashtirish kabi ko'plab omillarni qamrab oladi. Shu nuqtai nazardan, ushbu tadqiqotning dolzarbligi to'qimachilik sanoatida innovatsion yondashuvlar, ilg'or boshqaruv tizimlari va samarali bozor strategiyalari orqali milliy korxonalar raqobatbardoshligini oshirish zarurati bilan belgilanadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.

To'qimachilik sanoati raqobat salohiyatini oshirish masalalari xalqaro va milliy miqyosda ko'plab ilmiy izlanishlarga asos bo'lib kelmoqda. Ilmiy adabiyotlarda raqobatbardoshlik tushunchasi ko'pincha M. Porterning (1990)¹ "Milliy raqobat ustunliklari" konsepsiyasi asosida izohlanadi. Ushbu konsepsiya mamlakatning sanoat tarmoqlari xalqaro bozorda muvaffaqiyat qozonishi uchun to'rtta asosiy omil — ishlab chiqarish resurslari, talab sharoitlari, tegishli va yordamchi tarmoqlar rivojlanishi hamda firmalarning strategiyasi va ichki raqobatini ta'kidlaydi.

Kotler va Keller (2016)² esa to'qimachilik mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalarining ahamiyatiga urg'u beradi. Ularning fikriga ko'ra, brend imidjini shakllantirish, iste'molchi ehtiyojlarini chuqur o'rganish va mahsulotni to'g'ri pozitsiyalash eksport bozorlarida muvaffaqiyat omillaridan biridir.

Jahon banki (2023)³ hisobotida Turkiya, Bangladesh va Vetnam kabi davlatlar to'qimachilik sanoatini rivojlantirish bo'yicha ilg'or tajribalarini o'rganish tavsiya etiladi. Bu mamlakatlar arzon xomashyo va ishchi kuchi ustunliklaridan tashqari, texnologik modernizatsiya, xalqaro sertifikatatsiya va brend strategiyasiga katta e'tibor qaratgan.

O'zbekiston olimlaridan Karimov (2020)⁴ milliy to'qimachilik sanoatini rivojlantirishda ishlab chiqarish zanjirini to'liq integratsiya qilish, paxta yetishtirishdan tayyor kiyim-kechak ishlab chiqarishgacha bo'lgan bosqichlarni yagona tizimda boshqarish muhimligini ta'kidlaydi. Akhmedova (2022)⁵ esa eksport hajmini oshirish uchun logistika tizimini modernizatsiya qilish va xalqaro marketing kanallaridan samarali foydalanish zarurligini qayd etadi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, adabiyotlarda to'qimachilik tarmog'i raqobat salohiyatini oshirish bo'yicha umumiy strategiyalar keng yoritilgan bo'lsa-da, milliy sharoitga moslashtirilgan, innovatsiyalar va raqamli texnologiyalarni integratsiya qiluvchi kompleks yondashuvlar yetarli darajada ishlab chiqilmagan. Shu sababli, mazkur tadqiqot aynan ushbu bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Tahlil va natijalar

Tadqiqot doirasida O'zbekiston to'qimachilik sanoatining so'nggi yillardagi rivojlanish dinamikasi, eksport ko'rsatkichlari, texnologik modernizatsiya jarayonlari va xalqaro bozordagi raqobatbardoshlik darajasi tahlil qilindi.

¹ Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.

² Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

³ World Bank. (2023). *Textile industry competitiveness report*. World Bank Publications.

⁴ Karimov, A. (2020). O'zbekistonda to'qimachilik tarmog'ini rivojlantirish istiqbollari. *Iqtisodiyot va innovatsiyalar*, 4(2), 45–52.

⁵ Akhmedova, N. (2022). To'qimachilik mahsulotlari eksportini oshirish yo'llari. *Milliy iqtisodiyot jurnali*, 3(1), 60–67.

1. Eksport hajmlari dinamikasi.

Davlat statistika qo'mitasi va O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi ma'lumotlariga ko'ra, 2020–2024-yillar davomida to'qimachilik mahsulotlari eksporti yildan-yilga oshgan. 2020-yilda 1,9 mlrd AQSh dollarini tashkil etgan eksport hajmi 2024-yilda 3,1 mlrd dollarga yetgan. Eksport geografiyasi kengayib, Yevropa Ittifoqi, Turkiya, Janubiy Koreya, Xitoy va MDH mamlakatlari asosiy hamkorlar qatoriga kirgan.

2. SWOT-tahlil natijalari.

O'zbekiston to'qimachilik sanoatining kuchli tomonlari sifatida xomashyo bazasining boyligi, ishchi kuchining nisbatan arzonligi, davlat tomonidan tarmoqni qo'llab-quvvatlash siyosati qayd etildi. Zaif tomonlarga esa logistika xarajatlarining yuqoriligi, xalqaro sertifikatlar yetishmasligi, dizayn va marketing bo'yicha malakali mutaxassislar tanqisligi kiritildi. Imkoniyatlar qatoriga global bozor talabining o'sishi va ekologik toza mahsulotlarga talabning ortishi kiradi, tahdidlar esa xalqaro bozorda raqobatning kuchayishi va xomashyo narxining o'zgaruvchanligi bilan bog'liq.

3. Texnologik modernizatsiya jarayonlari.

So'nggi yillarda O'zbekistonda 50 dan ortiq yirik to'qimachilik korxonalari modernizatsiya qilinib, avtomatlashtirilgan uskunalar va raqamli ishlab chiqarish tizimlari joriy etildi. Bu mehnat unumdorligini 15–20% ga oshirgan va eksport uchun yuqori sifatli tayyor mahsulot ishlab chiqarish imkonini yaratgan.

4. Xalqaro tajriba bilan qiyosiy tahlil.

Bangladesh va Vetnam tajribasi shuni ko'rsatadiki, to'qimachilik sanoati raqobatbardoshligini oshirishda arzon ishchi kuchi bilan bir qatorda, xalqaro sertifikatsiya tizimlari, kuchli logistika infratuzilmasi va brend siyosati muhim ahamiyatga ega. O'zbekistonda bu yo'nalishlar hali to'liq rivojlanmagan bo'lsa-da, oxirgi yillarda eksport bozorlarini diversifikatsiya qilish va brendlash bo'yicha sezilarli qadamlar qo'yilmoqda.

5. Asosiy natijalar.

- O'zbekiston to'qimachilik sanoatining jahon bozoridagi ulushi oshib bormoqda, ammo hali ham potensial to'liq ishga solinmagan.
- Innovatsion texnologiyalar va avtomatlashtirish mehnat unumdorligini oshirishda samarali vosita bo'lib xizmat qilmoqda.
- Xalqaro sertifikatlar va ekologik standartlarga mos mahsulot ishlab chiqarish raqobatbardoshlikni sezilarli darajada oshirishi mumkin.
- Marketing strategiyalarini raqamli platformalar asosida rivojlantirish eksportni kengaytirishda muhim ahamiyatga ega.

Xulosa va takliflar

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston to'qimachilik sanoati oxirgi yillarda eksport hajmini oshirish, ishlab chiqarish jarayonlarini modernizatsiya qilish va yangi bozor segmentlariga kirish bo'yicha sezilarli yutuqlarga erishdi. Xomashyo bazasining boyligi, ishchi kuchi salohiyati va davlat tomonidan ko'rsatilayotgan qo'llab-quvvatlash choralarning mavjudligi tarmoqning asosiy kuchli tomonlari hisoblanadi. Shu bilan birga, xalqaro sertifikatlashning yetarli darajada rivojlanmaganligi, logistika xarajatlarining yuqoriligi, marketing infratuzilmasining zaifligi va innovatsion dizayn yetishmasligi kabi muammolar tarmoqning to'liq raqobatbardoshlikka erishishiga to'sqinlik qilmoqda.

To'qimachilik sohasida raqobat salohiyatini oshirish faqat ishlab chiqarish hajmini ko'paytirish bilangina cheklanmay, balki sifat menejmenti, brendlash, xalqaro standartlarga moslashish, marketing strategiyalarini takomillashtirish va eksport geografiyasini kengaytirish orqali kompleks yondashuvni talab etadi.

Tavsiyalar

1. Innovatsion texnologiyalarni keng joriy etish — ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish, raqamli boshqaruv tizimlari va sifat monitoringini joriy qilish.
2. Mahsulot sifatini xalqaro standartlarga moslashtirish — ISO, OEKO-TEX, GOTS kabi sertifikatlarni qo'lga kiritish uchun ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish.
3. Milliy brendlarni rivojlantirish — dizayn markazlarini tashkil etish, xalqaro moda ko'rgazmalarida faol ishtirok etish va "Made in Uzbekistan" brend imidjini mustahkamlash.
4. Eksport bozorlarini diversifikatsiya qilish — an'anaviy hamkorlardan tashqari, yangi mintaqaviy bozorlar (Janubi-Sharqiy Osiyo, Yaqin Sharq, Afrika)ga chiqish strategiyasini ishlab chiqish.
5. Logistika va transport tizimini optimallashtirish — xalqaro logistika markazlarini rivojlantirish, transport xarajatlarini kamaytirish bo'yicha infratuzilma loyihalarini amalga oshirish.
6. Kadrlar salohiyatini oshirish — marketing, xalqaro savdo va dizayn yo'nalishlari bo'yicha malaka oshirish dasturlarini kengaytirish.
7. Raqamli marketing va elektron tijoratni rivojlantirish — onlayn savdo platformalari, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli reklama vositalari orqali mahsulotlarni global miqyosda targ'ib qilish.

References:

Используемая литература:

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Akhmedova, N. (2022). To'qimachilik mahsulotlari eksportini oshirish yo'llari. *Milliy iqtisodiyot jurnali*, 3(1), 60–67.
2. Karimov, A. (2020). O'zbekistonda to'qimachilik tarmog'ini rivojlantirish istiqbollari. *Iqtisodiyot va innovatsiyalar*, 4(2), 45–52.
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
4. Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
5. World Bank. (2023). *Textile industry competitiveness report*. World Bank Publications.
6. Qodirova, D. (2021). To'qimachilik sanoatida innovatsion texnologiyalarning ahamiyati. *Iqtisodiy tahlil jurnali*, 5(3), 112–119.
7. FAO. (2022). *Cotton market review*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
8. OECD. (2021). *Global textile value chains: Trends and prospects*. Organisation for Economic Co-operation and Development.
9. Abdullayev, M. (2020). To'qimachilik klasterlarining samaradorligini oshirish mexanizmlari. *O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi*, 8(2), 78–85.
10. UNIDO. (2022). *Sustainable textile industry development strategies*. United Nations Industrial Development Organization.