

## Kirish

### **Magistrlik dissertatsiyasi mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi.**

Jahonda globallashtirish jarayoni jadallashib borishi natijasida sanoat majmuasida yengil sanoat, ayniqsa uning to'qimachilik va tikuv-trikotaj tarmog'i muhim ahamiyat kasb etmoqda. Yalpi ichki mahsulotning jahon miqyosida qariyb 6 foiz ulushi hamda sanoatda faoliyat yurituvchi mehnat resurslarining 14 foizi shu sanoat tarmog'iga to'g'ri keladi.

“To'qimachilik sanoatining jahon bozoridagi ulushi 2023-yilda 1695,23 mlrd. AQSH dollarini tashkil etgan bo'lib, unda yetakchi o'rinlarni Xitoy, Hindiston, AQSH, Bangladesh, Turkiya va Janubiy Koreya mamlakatlari egallagan”<sup>1</sup> Mazkur mamlakatlarning to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari jahon savdosida yirik hajmdagi ulushga ega bo'lsada, bu ko'rsatkich rivojlanayotgan davlatlarda ham barqaror o'sish tendensiyasiga ega.

Mamlakatimizda 2023-yilda 8,2 mlrd. AQSH dollari miqdorida to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarilgan bo'lib, so'nggi 7 yilda 4,2 baravar oshganligini bildiradi. To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati mamlakatimizning yetakchi sohaslaridan biri hisoblanadi. “O'zbekiston – 2030”<sup>2</sup> taraqqiyot strategiyasining “ Sanoatning “drayver” sohaslarini rivojlantirish va hududlarning sanoat salohiyatini to'liq ishga solish” deb nomlangan 48-maqсадida ushbu sanoat sohasiga doir bir necha samaradorlik ko'rsatkichlari belgilangan:

- to'qimachilikda ip kalavani qayta ishlash darajasini 100 foizga yetkazish hamda yuqori sifatli matoga talabni qondirish uchun 400 ming tonna sun'iy va aralash tola ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish.
- charm-poyabzal sanoatiga 30 dan ortiq nufuzli xorijiy brendlarni jalb qilish hisobiga qo'shilgan qiymatni 5 barobarga oshirish.

Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyev: “Iqtisodiyotimizning jahon bozoridagi raqobatdoshligini yanada oshirish, uning soha va tarmoqlarini modernizatsiya va

---

<sup>1</sup> <https://www.wto.org>.

<sup>2</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 9-sentabrdagi “O'zbekiston – 2030” strategiyasi to'g'risidagi PF-158-sonli farmoni

faol diversifikatsiya qilishdir”<sup>3</sup> deb takidlaganidek yangi O‘zbekiston taraqqiyot zamonida mamlakatimizda, xususan, Surxondaryo viloyatida to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish, jahondagi ushbu sanoat sohasidagi yetakchi davlatlar qatoriga qo‘shilishimizga, iqtisodiyotimizning yuqori o‘sish ko‘rsatkichlarini qayd etishiga, YaIM hajmining ortishi hamda aholi farovonligini oshirishiga bevosita xizmat qiladi.

Dissertatsiya tadqiqoti O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 2020-yil 5-maydagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi<sup>4</sup> PF-5989-sonli farmoni, 2022-yil 21-yanvardagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida chuqur qayta ishlash va yuqori qo‘shilgan qiymatli tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni hamda ularning eksportini rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi<sup>5</sup> PF-53-sonli farmoni , 2023-yil 2-sentabrdagi “To‘qimachilik sanoatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi<sup>6</sup> PF-155-sonli farmoni, 2023-yil 9-sentabrdagi “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi<sup>7</sup> to‘g‘risidagi PF-158-son farmoni, 2024-yil 1-mayda qabul qilingan “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini rivojlantirishni yangi bosqichga olib chiqish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi<sup>8</sup> PF-71-sonli farmoni va boshqa me‘yoriy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga muayyan darajada xizmat qiladi.

**Tadqiqot obyekti.** Ushbu tadqiqotning obyekti bo‘lib Surxondaryo viloyatidagi to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati hisoblanadi.

---

<sup>3</sup> Mirziyoyev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat‘iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz. – T.: O‘zbekiston, 2017. – 592 b.

<sup>4</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-maydagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5989-sonli farmoni

<sup>5</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 21-yanvardagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida chuqur qayta ishlash va yuqori qo‘shilgan qiymatli tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni hamda ularning eksportini rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-53-sonli farmoni

<sup>6</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 2-sentabrdagi “To‘qimachilik sanoatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-155-sonli farmoni

<sup>7</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 9-sentabrdagi “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risidagi PF-158-sonli farmoni

<sup>8</sup> O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 2024-yil 1-maydagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini rivojlantirishni yangi bosqichga olib chiqish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-71-sonli farmoni

**Tadqiqot predmeti.** Tadqiqotimizning predmeti bo'lib, to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirishda xorij tajribasini chuqur tadqiq etish va samarali qo'llash hisoblanadi.

**Tadqiqot maqsadi.** Tadqiqotning asosiy maqsadi to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirib, milliy bozordagi talabni to'yintirish, shu bilan birgalikda xalqaro bozorlarga ushbu sanoat tarmog'i mahsulotlarining eksport hajmini oshirish va xalqaro sifat standartlariga to'g'ri keladigan milliy raqobatbardosh mahsulotlarni yaratish yuzasidan ilmiy, uslubiy va amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

**Tadqiqot vazifalari:**

- to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini mahsulotlari raqobatbardoshligini baholash usullarini o'rganish;

- O'zbekiston Respublikasi, xususan, Surxondaryo viloyatining to'qimachilik, kiyim va teri mahsulotlari ishlab chiqarish salohiyatini tahlil etish;

- O'zbekiston Respublikasi, xususan, Surxondaryo viloyatining to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining eksport salohiyatini tahlil etish;

- O'zbekiston Respublikasi, xususan, Surxondaryo viloyati to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida, ushbu sanoat bo'yicha jahondagi yetakchi mamlakatlarning muvaffaqiyatga erishishdagi tajribasidan zaruriy jihatlarni o'rganish va tadbiriq etishni asoslash.

**Ilmiy yangiligi.**

- Raqobat va raqobatbardoshlikning iqtisodiy mohiyati va uning iqtisodiyotdagi o'rni yoritib berildi. Turli davrdagi olimlarning raqobat haqidagi nazariy qarashlari tahlil qilinib, raqobatga muallif tomonidan ta'rif berildi.

- Muallif tomonidan to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati korxonalarining raqobatbardoshligi baholashda 5 ta indekslardan foydalanildi. Ushbu indekslar chiziqli me'yorlashtirish formulasi orqali (0,1) oralig'iga olib kelinib, chiqqan natijalar raqobatbardoshlikni baholashning integral koeffitsiyenti formulasiga keltirildi.

- ARIMA modelini qo'llash asosida Surxondaryo viloyati yengil sanoatini iqtisodiy rivojlantirishning 2028-yilga mo'ljallangan prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

**Tadqiqotning asosiy masalalari va farazlari.** Tadqiqotning asosiy masalasi bu to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish yo'llarini o'rganish va samarali ijro etish yo'llarini topish hisoblanadi.

**Tadqiqot mavzusi bo'yicha adabiyotlar sharhi (tahlili).** Raqobat, jumladan xalqaro raqobat, mahsulot raqobatbardoshligi nazariyalari xorijiy mamlakatlar olimlari A.Smit<sup>9</sup>, M.Porter<sup>10</sup>, Y.Shumpeter<sup>11</sup>, P.Samuelson<sup>12</sup>, R.A. Fatxuddinov<sup>13</sup> va boshqalar tomonidan yaratilgan. To'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish yo'llari esa, Костюченко З, Сатикова З.Д, Калашникова, Л.М. ilmiy asarlarida to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish yo'nalishlari yoritilgan.

**Tadqiqotda qo'llanilgan metodikaning tavsifi.** Magistrlik dissertatsiyasini yozishda tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, statistik guruhlash, kuzatish, umumlashtirish, matematik-modellashtirish, prognozlashtirish kabi usullaridan foydalanildi.

**Tadqiqot natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati.** Tadqiqotning nazariy ahamiyati yengil sanoat jumladan, to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining raqobatbardoshligini faqatgina milliy bozorda emas, balki xalqaro bozorda oshirishda xorij tajribasidan kelib chiqqan holda mamlakatimizga import qilinayotgan ushbu tarmoq mahsulotlarini xalqaro standartlar talabiga hamda milliy iste'molchilar talabiga javob beradigan holda ishlab chiqarishni ta'minlashga yo'naltirilgan ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirish va foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

---

<sup>9</sup> Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ. В. С. Афанасьева.– М.: Эксмо, 2009.– 960с  
<sup>10</sup> Портер, Е. Майкл. Конкурентная стратегия // Методика анализа отраслей и конкурентов // Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес.

<sup>11</sup> Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.:Прогресс, 1982. – С. 120.

<sup>12</sup> Samuelson P. E. Monopolistic competition – a revolution in the theory. Milestones of economic thought. St. Petersburg, Economic School, 1999, vol. 2: Theory of the firm, p. 354– 370. (In Russ.)

<sup>13</sup> Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 87 с.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati shundaki, ishlab chiqilgan takliflar, amaliy tavsiyalar mamlakatimiz yengil sanoati tarmoqlari hisoblangan to‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida marketing strategiyalarini tadbiq etishning yo‘llarini ishlab chiqish, ushbu tarmoqning istiqboldagi ko‘rsatkichlarini prognoz qilishda qo‘llanilishi mumkin.

**Ish tuzilmasining tavsifi.** Dissertatsiya ishi kirish, uchta bob, xulosa va foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati va ilovalardan iborat.

# I BOB. RAQOBAT VA MAHSULOT RAQOBATBARDOSHLIGINING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI.

## 1.1. Raqobat va mahsulot raqobatbardoshligining iqtisodiy mohiyati va uning iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rni.

Raqobat so‘zining iqtisodiyot sohasiga qanday kirib kelganiga qaraydigan bo‘lsak, u kundalik so‘zlarimizdan kirib kelgan va uzoq vaqtlargacha ikki va undan ortiq shaxslar o‘rtasidagi mustaqil musobaqalashuvni bildirgan.<sup>14</sup> Raqobat so‘ziga olimlar tarafidan berilgan turlicha ta’rif va yondashuvlar mavjud. Ammo raqobat tushunchasiga eng birinchi aniq ta’rif XVIII asrda Shotlandiyalik iqtisodchi olim Adam Smit tomonidan keltirilgan. U o‘zining “Xalqlar boyligining tabiati va sabablarini o‘rganish” asarida raqobatning asosiy roli ya’ni “ko‘rinmas qo‘l” ni ta’riflab bergan. Shuningdek, Adam Smit birinchilardan bo‘lib, raqobatning samaradorligini, jamiyat uchun foydali ekanligini, resurslarning to‘g‘ri taqsimlanishida va foydalanilishida samara berishini ta’kidlab o‘tgan.

Raqobat to‘g‘risida yana bir Angliyalik iqtisodchi olim A.Marshall ham shunday fikrlar bildirgan edi, ya’ni talab va taklif kuchlarining erkin harakat qilishini, har ikki tomonda ham kuchli savdogarlar uyushmasi mavjud emasligini, har kim mustaqil harakat qilishini va erkin raqobat keng tarqalganligini ya’ni xaridorlar odatda xaridorlar bilan, sotuvchilar esa sotuvchilar bilan teng ravishda raqobatlashadilar deb qabul qilgan.<sup>15</sup>

A.Marshall tomonidan yana bir mashxur fikr ilgari surilgan edi. U raqobatning aksi monopoliya deb hisobladi. Bozorda yo raqobat yoki monopoliya hukm suradi. Erkin raqobat iqtisodiyotning rivojlanish holatiga ta’sir ko‘rsatsa, monopoliya hamma joyda iqtisodiy farovonlikni pasaytiradi.

Raqobat tushunchasini batafsil o‘qib tahlil qilish uchun turli davrlardagi turli olimlarning u haqidagi tushunchalari keltirib o‘tilgan. (1.1-jadval.)

---

<sup>14</sup> Стиглер Джю Совершенная конкуренцияЖ исторический ракурс // Вехи экономической мысли: теория фирмы: В 3 томах / под ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экон. Шк., 2000. Т. 2.

<sup>15</sup> Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194, [2] с.

### Raqobat so‘ziga berilgan ta’riflar

Adam Smit <sup>16</sup>	“Ishtirokchilarni nazorat qilish va muvofiqlashtirish – bozor iqtisodiyotining “Ko‘rinmas qo‘li”.”
Y.Shumpeter <sup>17</sup>	“Raqobat – eskilik va yangilik o‘rtasidagi qarama-qarshilik”
M.Porter <sup>18</sup>	“Raqobat – bu yangi mahsulotlar, yangi marketing usullari, yangi ishlab chiqarish jarayonlari va yangi bozor segmentlari bilan landshaftni doimiy ravishda o‘zgartiradigan dinamik jarayon”
Pol Samuelson <sup>19</sup>	“Raqobat ishlab chiqarishni ixtiyoriy ravishda muvofiqlashtirishning murakkab mexanizmi bo‘lib, bozor narxlari tizimi orqali millionlab shaxslarning bilimlari va harakatlarini birlashtiradi. Shunga qaramay, tizim har qanday ijtimoiy organizm oldiga qo‘yiladigan birinchi talabni – “omon qolish qobiliyatini” qondiradi”
P.Xeyne <sup>20</sup>	“Raqobat - bu noyob tovarlarga kirish mezonlariga eng yaxshi javob berish istagi”
R.A. Fatxuddinov <sup>21</sup>	“Raqobat - bu qonunlar yoki tabiiy sharoitlarda obyektiv yoki subyektiv talablarni qondirish uchun raqobatchilarga qarshi kurashda g‘alaba qozonish yoki boshqa maqsadlarga erishish uchun o‘zining raqobatdosh ustunligini boshqarish jarayoni”

<sup>16</sup> Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ. В. С. Афанасьева.– М.: Эксмо, 2009. – 960с

<sup>17</sup> Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.:Прогресс, 1982. – С. 120.

<sup>18</sup> Портер, Е. Майкл. Конкурентная стратегия // Методика анализа отраслей и конкурентов // Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес

<sup>19</sup> Samuelson P. E. Monopolistic competition – a revolution in the theory. Milestones of economic thought. St. Petersburg, Economic School, 1999, vol. 2: Theory of the firm, p. 354– 370. (In Russ.)

<sup>20</sup> Хейне, П. Экономический образ мышления // Пер. с англ. – М.: Издательство «Каталасия» для серии Библиотека студента по заказу Академии педагогических наук и Московского психолого-социального института, 1997. – 704 с., ил.

<sup>21</sup> Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 87 с.

F.Kotler <sup>22</sup>	“Raqobat – bozor normasi, va u yildan-yilga kuchaymoqda”.
I.A.Karimov <sup>23</sup>	“Raqobat bo‘lmasa, bozor iqtisodiyotini barpo etib bo‘lmaydi. Raqobat-bozorning asosiy sharti, aytish mumkinki, uning qonunidir”.

Yuqoridagi fikrlarga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, Adam Smit raqobatni talab va taklif bilan uzviy bog‘lagan holda narxni raqobat kurashining asosiy quroli deb hisoblagan. Uning fikriga ko‘ra, tovar taqchilligi iste’molchilar o‘rtasida raqobatni keltirib chiqaradi, buning natijasida esa tovarning narxi oshadi. Tovarning ortiqchaligi esa, sotuvchilar o‘rtasidagi raqobatning kelib chiqishiga va tovar narxining pasayishiga olib keladi. Shunday qilib, Adam Smit raqobatni talab va taklifning o‘zaro ta’siri orqali bozorni harakatga keltiradigan kuch – ko‘rinmas qo‘l deb aniqlik kiritgan.

Avstriyalik iqtisodchi Yozef Shumpeter yangilik kiritishni raqobatning asosi deb hisoblagan. Har qanday yangilik monopolistik raqobatning oldini olishini ta’kidlagan. Uning so‘zlariga ko‘ra, raqobat mexanizmi bozordan eskirgan texnologiyalardan foydalanadigan va mahsulot talabiga rioya qilmaydigan korxonalarni siqib chiqaradi. Raqobat yangi mahsulot, yangi texnologiya, yangi xom-ashyo manbasini ochadi.

M.Porterning qarashlari Y.Shumpeterning fikrlarini qo‘llab-quvvatlaydi. Ya’ni raqobatning mavjudligi yangiliklarni qo‘llashga da’vat etadi. Raqobat muhitida subyektlar g‘olib bo‘lish maqsadida yangi texnologiyalar, yangi mahsulot turlari, novator g‘oyalarni qo‘llaydi.

Birinchi prezidentimiz I.A.Karimovning so‘zlariga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, u raqobatni bozor qonuni deb ta’rifladi. So‘zsiz raqobatsiz bozorni tasavvur

<sup>22</sup> Kotler Ф. Маркетинг менеджменту Экс пресс-курс. 2-е изд./ Пер. С англ. Под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с: ил. – (Серия “Деловой бестселлер”).

<sup>23</sup> Karimov.I.A O‘zbekiston XXI asrga intilmoqda. T.:”O‘zbekiston”, 1999, 34-bet.

etib bo'lmaydi, bozor faoliyat ko'rsatishi uchun uning o'z qonunlari bor va raqobat o'sha qonunlardan eng muhimlaridan biri hisoblanadi.

Raqobat mavjud qobiliyatlarni va bilimlarni eng yaxshi tarzda ishlatishga olib keladi. Insoniyat tomonidan erishilgan manfaatlar raqobat kurashi ortidan erishilgan. Umuman olganda raqobat iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi dvigatel hisoblanib, u iqtisodiy jarayonlardagi ishtirokchilarni doimiy kurashga chorlaydi. Raqobatsiz sog'lom muhit shakllana olmaydi, qachonki, raqobat mavjud bo'lsa, undagi subyektlar o'z ehtiyojlari va maqsadlariga erishish uchun kurash olib borishadi. Raqobat bor joyda doimo o'sish, rivojlanish, yangilik bo'ladi, negaki raqobat kurashchilari bir-biridan ustun bo'lishga harakat qilishda o'z ustida ishlashdan to'xtashmaydi.

Raqobat bozor richagi hisoblanib, uning mavjudligi bozor subyektlari hisoblanmish sotuvchi va xaridorlar o'rtasidagi sog'lom bozor munosabatlarini shakllantiradi. Sotuvchilar mahsulotlariga xaridorlarni jalb qilish maqsadida mahsulotning sifatiga e'tibor qaratadi. Bozorda raqobatchilar qanchalik ko'p bo'lsa, mahsulot shu qadar sifatli va narxi ham mutanosib ravishda bo'ladi. Ishlab chiqaruvchilar esa mahsulot tannarxini oshirmaslikka harakat qiladi va korxonalariga yangidan-yangi investitsiyalarni kiritishda, innovatsion texnologiyalarni olib kirishda davom etishadi. Ular sarflagan xarajatlariga ko'proq foyda olishni, buning orqasidan esa tovar va xizmatlarni sotish doiralari: qulay bozorlar, arzon xom-ashyo, energiya va ishchi kuchi manbalari uchun kurash olib borishadi. Bu shubxasiz bozorda tannarxi xaridorlar uchun hamyonbop bo'lgan yuqori sifatli tovar va xizmatlarga to'la bo'lishi har bir sarflagan pul birligi evaziga yuqori nafillikka erishishga harakat qiladigan iste'molchilar uchun qulayliklar yaratadi.

Ma'lumki, monopoliya raqobatning qarama-qarshi shakli, raqobatda taklif egalari soni cheklanmagan bo'lsa, monopoliya sharoitida yakka hokimlik hukm suradi. Bir tarmoq ichidagi mavjud raqobatning asosan 4 xil shakli mavjud: polipoliya ( erkin, sof raqobat ), moopoliya, monopolistik raqobat, oligopoliya.

Poliopoliyada bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi tarmoqda korxonalar soni ko'p bo'ladi va tarmoqqa yangi korxonalar kirishi erkin bo'ladi. Shuningdek, tarmoqdagi mavjud korxonalar tarmoqni bemalol tark eta oladi. Mahsulot xilma-xilligi mavjud bo'lmaganligi sababli, raqobatchilar mahsulotlarining narxi deyarli bir xil bo'ladi.

Monopolistik raqobat. Bunday sharoitda tarmoqdagi bir turdagi mahsulotning ishlab chiqaruvchilari soni ko'p bo'ladi. Ular mahsulot narxi va ishlab chiqarish hajmi ustida raqobatlashadilar. Ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotining raqobatchilardan qaysi bir jihati bilan ajralib turishi uchun, mahsulotini tabaqalashtiradi va iste'molchilarga turli xil takliflar bilan chiqishadi.

Monopoliyada bir mahsulotni milliy yoki jahon bozorida ishlab chiqaruvchisi yakka bo'ladi. Monopolistlar yuqori narxlarni o'rnata oladi, negaki tarmoqda ulardan boshqa taklif egalari bo'lmaydi. Shuningdek, ular mahsulotlarini reklama qilishga ehtiyoj sezishmaydi va iste'molchilarga xizmat ko'rsatish darajasi past darajada bo'ladi.

Oligopoliya sharoitida bozorda bir nechta yirik kompaniyalar bo'ladi. Qaysi bir tarmoqda ishtirokchilar soni nisbatan kam bo'lsa bu oligopoliya hisoblanadi. Oligopoliya ham o'z navbatida sof va tabaqalashtirilgan oligopoliyaga ajraladi. Sof oligopoliyada bir nechta korxonalar sifati bir xil mahsulot ( po'lat, neft gaz ) ishlab chiqaradi. Bunday vaziyatda mahsulot narxini ko'tarish mushkul hisoblanadi, va raqobat ustuvorligiga erishishning yagona yo'li bu ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirish hisoblanadi. Tabaqalashgan oligopoliyada esa, yirik korxonalar nimasi bilandir ajralib turadigan mahsulot ishlab chiqarishadi. Masalan, dizayni, xususiyati, xizmat ko'rsatish sifati, uslubi farq qiluvchi avtomobillar, fotoapparatlar, kompyuterlar va hokazo. Bunda har bir kurashchi raqibi ustidan mahsulotning ma'lum bir xususiyati bilan ustunlikka erishishga harakat qiladi. Amerikalik iqtisodchi va marketolog Filipp Kotlarning<sup>24</sup> fikriga ko'ra bozorda raqobatchilar o'z

---

<sup>24</sup> Котлер Ф. Маркетинг менеджменту Экс пресс-курс. 2-е изд./ Пер. С англ. Под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с: ил. – ( Серия “Деловой бестселлер”).

kurash falsafasiga ega va shunga ko‘ra harakat qiladi. Asosan ko‘plab kompaniyalar quyidagi raqobatchi kategoriyalardan birini egallaydi:

Shoshmaydigan raqobatchi. Bunday raqobatchi raqibining harakatlariga sekin javob qaytaradi va buning sabablari turlicha. Masalan, ular iste’molchining sodiqligini inobatga olishadi yoki raqibining harakatlaridagi o‘zgarishni sezishmaydi, yoki munosib javob qaytarishga qurbi yetmaydi.

Tushungan raqobatchi. Ular raqobat jangining ma’lum jabhalaridagina e’tibor qaratishadi. Masalan, raqib tomonda narxlar tushib ketganda jonlanishadi, lekin buning asl sababiga e’tibor berishmaydi. Balki raqobatchilar sotishni rag‘batlantirish uchun narxlarni pasaytirishgan bo‘lishi mumkin.

“Yo‘lbars raqobatchi”. Bu turdagi raqobatchi raqibning har qanday hiylasiga tezlikda javob qaytaradi. Masalan, ba’zi kompaniyalar o‘zlari yetakchilik qilayotgan ma’lum bir tovar bozorida hech qachon yangi raqiblarning kirib kelishiga yo‘l qo‘ymaydi.

Tahmin etib bo‘lmaydigan raqobatchi. Ularning harakatlarini oldindan bilish uchun iqtisodiy holati, tarixi yoki boshqa omillarning mavjudligi ham yetarli bo‘lmaydi.

Raqobat bilan yonma-yon tarzda raqobatbardoshlik degan tushuncha ham bugungi kunda iqtisodiyotda keng qo‘llanilmoqda. Uning ham raqobat singari aniq ta’rifi mavjud emas. Unga olimlar turlicha ta’rif berishgan. Xususan, M.Porter “Raqobatbardoshlik- bu mahsulot , xizmat yoki bozor munosabatlari subyekting bozorda mavjud bo‘lgan o‘xshash tovarlar, xizmatlar yoki bozor muosabatlarining raqobatbardosh subyektlari bilan teng asosda amalga oshirilishi uchun ma’lum bir xususiyati”<sup>25</sup> deb ta’riflagan. Shuningdek, M.Gelvanovskiy ham o‘zining tadqiqotlarida “Raqobatbardoshlik – iqtisodiy raqobat doirasida subyekt uchun afzalliklarni yaratadigan xususiyatlarga ega bo‘lish”<sup>26</sup> deya ta’kidlab o‘tgan.

---

<sup>25</sup> Гельвановский М.И., Повышение конкурентоспособности российской экономики в условиях глобализации: концептуальные и правовые проблемы // Современная конкуренция. Выпуск No1. 2007 с.

<sup>26</sup> Портер, Е. Майкл. Конкурентная стратегия // Методика анализа отраслей и конкурентов // Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес

Raqobatardoshlik – bozor subyektlarining o‘zlarining raqobatbardosh ustunliklari orqali yanada muvaffaqiyatli raqobat harakatlarini amalga oshirish qobiliyati va istagi, potensial xaridorlar uchun jozibadorlik va o‘ziga tortish darajasi, bozordagi boshqa obyektlar bilan solishtirganda mijozlarning ehtiyojlarini muvaffaqiyatli qondirish darajasi, o‘zining noyob mahsulot va xizmatlar yaratish qobiliyati, foyda keltirish qobiliyati.

Raqobatbardoshlik hozirgi iqtisodiyotda turli darajadagi munosabatlarda ishlatiladi: mahsulot raqobatbardoshligi, korxon va sanoat raqobatbardoshligi, mamlakat raqobatbardoshligi.

Mahsulot raqobatbardoshligi – ma’lum bir davrda ma’lum bir bozorning ustun talablariga javob berish qobiliyatidir. Mahsulot raqobatbardoshligi – bu bozorda unga o‘xshash mahsulotga nisbatan sifat, narx va ehtiyojni qondirish darajasi bilan tavsiflanadi. Bozordagi har qanday mahsulot va xizmatlar jamiyat iste’molchilari ehtiyojlarining qoniqish darajasi sinovidan o‘tadi. Har bir xaridor uning ehtiyojlarini maksimal darajada qondiradigan mahsulotni sotib oladi. Mahsulotlarning raqobatbardoshligini raqobatchilarning mahsulotlari bilan o‘zaro taqqoslash bilan aniqlash mumkin.

Raqobat va mahsulot raqobatbardoshligi doimo birgalikda yonma-yon keladigan tushunchalardir. Prezidentimiz Sh.Mirziyoyev<sup>27</sup> ta’kidlaganidek: “Raqobat bo‘lmasa sifat bo‘lmaydi, narx tushmaydi”. Erkin raqobatli bozorda ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar uchun mahsulotning raqobatbardoshligi muhim rol o‘ynaydi. Ular mahsulotining raqobatbardoshligi qanchalik yuqori bo‘lsa, raqobat kurashida shunchalik ustun kelishadi.

Shu sababli ishlab chiqaruvchilar mahsulotlarini takomillashtirishda, ularning sifatini yaxshilashda to‘xtashmaydi va doimo yangi innovatsion texnologiyalarni qo‘llashga harakat qilishadi. Ba’zi bir mahsulotlar yillar davomida raqobatbardoshlikda ustunlikni qo‘ldan berishmay kelishadi, ular har yili iste’molchilar tomonidan takror va takror afzal ko‘rilaveradi. Negaki bunday

---

<sup>27</sup> <https://president.uz>

mahsulotlar o'z brendini mukammal tarzda shakllantirishgan, ishlab chiqarayotgan mahsulot sifatini eng yuqoridarajada amalga oshiradi, xaridor xohish-istaklarini inobatga olgan holda, tovar ishlab chiqarishadi. Shu sababli, raqobatbardosh mahsulotga ega korxonalar bozor munosabatlarida doim raqobatda ustunlikka erishishadi.

Yuqoridagi fikr va mulohazalardan shuni anglash mumkinki, raqobat bu doimiy kurash hisoblanadi. Raqobat – bu mavjud makonda ikki yoki undan ortiq subyektlarning o'z manfaatlari yo'lida o'zaro kurashi.

Raqobat qadim zamonlardan beri mavjud bo'lib, u insoniyatni misli ko'rilmagan yangiliklar yaratishga undagan. Raqobat taraqqiyotning, ilm-fanning, mamlakatlarning rivojlanishiga turtki bo'lib kelgan.

Raqobatning iqtisodiyotdagi o'rni beqiyos, negaki iqtisodiyotning bardavom o'sish sur'atlariga erishishida sog'lom bozor munosabatlarida muhim rol o'ynaydi. Raqobatning bozor munosabatlarida ishtirok etishi, monopoliyaning paydo bo'lishini oldini oladi, yangi ishtirokchilarning kirib kelishiga ham to'sqinlik qilmay yo'l ochib beradi. Raqobatga ega soha tarmoqlari doimo gullab-yashnaydi va rivojlanishda bardavom bo'ladi.

Xulosa qilib aytganda, raqobat kurashi insoniyat uchun, dunyoning taraqqiyotlashuvi uchun, mamlakatlar uchun, barcha tarmoq sohalari, xususan, to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati uchun muhim hisoblanadi.

## **1.2. Korxonalar (tarmoq) va mahsulot raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar.**

Hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida har qanday korxonalar faoliyatining muvaffaqiyati uning mahsulotining raqobatbardoshligiga bog'liq. Shu sababli, bugungi o'zgaruvchan bozor iqtisodiyotida raqobatbardoshlikni ta'minlash har bir korxonaning eng muhim vazifalaridan biriga aylandi.

Yuqori raqobat kurashi mavjud bo'lgan bozorda raqobatbardoshlikka erishish uchun korxonalar doimo yangiliklarga intiladi, ya'ni yangi tovar va xizmatlar yaratadi, yangi biznes turini ochadi, malakali xodimlarni jalb qiladi va bozordagi har bir mijozning e'tiborini qaratishga harakat qiladi.

Raqobat ustuvorligi raqobat bilan chambarchas bog'liq va u raqobat paydo bo'lgan vaqtda, rivojlanganda vujudga keladi. Raqobat ustuvorligi raqobatbardoshlikning asosini tashkil etgan holda, korxonaning yoki mahsulotning raqobatchilari ustidan mutlaq ustunligini bildiradi. "Korxonaning raqobatbardoshligi – bu boshqaruv tizimi va sifati, mahsulot sifati, jamiyat yoki uning alohida a'zolari tomonidan talab qilinadigan assortimentning kengligi va chuqurligi, barqaror moliyaviy holat, innovatsiyalarga qobiliyati, resurslardan samarali foydalanish, xodimlar bilan maqsadli ishlash, tarqatish va xizmat ko'rsatish tizim darajasi, kompaniyaning imiji bilan belgilanadigan murakkab tushuncha".<sup>28</sup> Korxonalar, mahsulot raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi ko'plab omillar mavjud. Amerikalik mashhur Garvard biznes maktabi profesori Maykl Yujin Porter o'zining "Xalqaro raqobat" asarida raqobatbardoshlikka ta'sir qiluvchi omillarni uch xil yondashuv orqali ifodalagan. Birinchi yondashuvga ko'ra M.Porter raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi omillarni 5 guruhga ajratgan<sup>29</sup>. Bular:

1. Inson resurslari- insonning ma'lum bir soha faoliyatidagi qobiliyatlari va imkoniyatlarini ta'riflovchi xususiyatlardir. Ya'ni, mehnat resursining malakasi, sifati, soni, mehnat kuchlarining narxi, mehnat soatini kelirishimiz mumkin.

---

<sup>28</sup> Калашникова, Л.М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции / Л.М. Калашникова // Машиностроитель. – 2003. – № 11. – С. 15–18

<sup>29</sup> Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / Майкл Портер. — М.: Альпина Паблицер, 2016. — 947 с.

2. Jismoniy resurslar – bunga qiymat va muhimlik darajasiga ega bo‘lgan tabiat resurslarini keltirishimiz mumkin. Ya’ni, yer uchastkalari, o‘rmonlar, suv, foydali qazilma konlari va boshqa tabiat resurslari. Bu resurslar korxonaning uzoq yillik faoliyati uchun muhim hisoblanadi.

3. Bilim resurslari – mahsulotga ta’sir qiluvchi ilmiy, texnikaviy va bozor axborotlarining umumiy jamlanmasi. Bu jamlanma ilmiy-tadqiqot markazlari, oliy ta’lim muassasalari, bozor uyushmalari, davlat statistika qo‘mitasi, shaxsiy tadqiqot markazlariga va boshqa manbalarda to‘plangan.

4. Moddiy (pul) resurslari- alohida korxonaga yoki tarmoqni moliyalashtirishda ishtirok etadigan kapital mablag‘larining qiymati. Kapitalning turli ko‘rinishlari ta’minlanmagan qarzdorlik, ta’minlangan qarzdorlik, qimmatli qog‘ozlar, aksiyalar shu resurslar qatoriga kirib, ularning o‘z vazifalari mavjud.

5. Infrastruktura – raqobatbardoshlikka ta’sir etuvchi aloqa xizmatlari, pochta xizmatlari, transport sistemasi, sog‘liqni saqlash sistemasi, to‘lov o‘tkazmalari, chet elga bank pul o‘tkazmalari kabi infrastruktura turlari.

M.Porterning ikkinchi yondashuvida raqobatga ta’sir qiluvchi omillarni 2 guruhga farqlaydi: asosiy omillar va rivojlangan omillar. Asosiy omillar bepul, deyarli hech qanday urinishsiz yuzaga keladi. Shu sababli, u raqobat ustuvorligida katta ahamiyat kasb etmaydi, yoki u yaratgan ustuvorlik mustahkam va barqaror emas. Asosiy omillarga tabiiy resurslar, iqlim o‘zgarishlari, malakasiz va o‘rta malakali kadrlar, geografik joylashuv kiradi. Asosiy omillar qazilma ishlari va qishloq xo‘jaligida muhimlik darajasini saqlab qoladi. Negaki, aynan shu sohalarda tabiiy resurslar va geografik joylashuv muhim ahamiyatga ega.

Rivojlangan omillar esa oliy darajadagi omillar qatoriga kirgan holda, ko‘proq investitsiyalar, vaqt va inson resurslarini talab etadi. Bunga misol qilib, yuqori malakali xodimlar, zamonaviy texnologiyalar, ilmiy-tadqiqot markazlari keltirishimiz mumkin. Shu sababli ham tarmoq va mahsulot raqobatbardoshligini ta’minlashda mahsulot differensiyallashuvi, patent texnologiyalari yuqori ijobiy ta’sirlarga ega.

So‘nggi yondashuvda M.Porter omillarni ixtisoslashuviga qarab, umumiy va ixtisoslashgan omillarga ajratgan. Umumiy omillarni keng qamrovli tarmoqlarda qo‘llanilishi tufayli korxonaga chegeralangan raqobat ustuvorligi beradi. Bu omillarga avtomobil yo‘llari tarmog‘ini, debet kapitali va oliy ma‘lumotli kadrlar kiradi.

Ixtisoslashgan omillar korxonaga, mahsulot raqobatbardoshligi uchun uzoq muddatli ahamiyatga ega bo‘lgan asos bilan ta‘minlab beradi. Tor mutaxassislikdagi kadrlar, xos infrastruktura, chegaralangan tarmoqlarda qo‘llaniladigan omillar bu ixtisoslashgan omillardir.

Yana bir amerikalik iqtisodchilar Artur A. Tompson-kichkina va A.J. Striklend korxonaga raqobatbardoshligiga ta‘sir qiluvchi quyidagi 9 ta omilni keltirib o‘tishgan<sup>30</sup>:

- 1) Mahsulot sifati va tasnifi;
- 2) Moliyaviy resurslar;
- 3) Texnologiyalardan foydalanish;
- 4) Ishlab chiqarish kuchi;
- 5) Tarqatish imkoniyati va dilerlik;
- 6) Imij (obro‘);
- 7) Innovatsiya imkoniyatlari;
- 8) Raqiblarga qaraganda xarajat summasi;
- 9) Mijozlarga xizmat ko‘rsatish.

Fransuz iqtisodchi olimlari A.Olivye, A.Dayan, R.Urse esa korxonaning raqobatbardoshligiga ta‘sir qiluvchi omillarni 8 ta deb belgilashgan<sup>31</sup> :

- 1) Tovar konsepsiyasi;
- 2) Sifat;
- 3) Tovar narxi;
- 4) Moliya;

---

<sup>30</sup> Томпсон-мл. А.А., Стрикленд Ш А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. М., 2006.

<sup>31</sup> Олливе А. Международный маркетинг / А. Олливе, А. Дайан, Р. Урсе // Академия рынка: Маркетинг / пер. с фр. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар и др. М.: Экономика, 1993. 560 с.

- 5) Savdo;
- 6) Sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish;
- 7) Korxonaning tashqi savdosi;
- 8) Sotuv oldi tayyorgarlik.

Bu qarashni tahlil qilsak, tovar konsepsiyasi ya'ni tovar haqida tushuncha Iqtisodiy adabiyotlardagi eng ommalashgan qarash bu raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi omillarning asosan 2 guruhga ajralganidir: tashqi va ichki omillar.

Tashqi omillar – korxonaga o'zgartira olmaydigan omillar kiradi. Bular:

- siyosiy-huquqiy omillar;
- ma'daniy omillar;
- xalqaro omillar;
- iqtisodiy omillar;
- demografik omillar;
- ilmiy-texnikaviy omillar;
- iqlim omillari.

Ichki omillar – korxonaga bevosita bog'liq bo'lgan raqobatbardoshlikni ta'minlovchi omillar. Bular:

- ishlab chiqarish omillari;
- marketing-boshqaruv omillari;
- texnologik omillar;
- axborot omillari;
- innovatsion-investitsion omillar.

Tashqi omillarni nazorat qilib bo'lmaydigan va boshqarib bo'lmaydigan, ichki omillarni esa aksincha nazorat qilib bo'ladigan va boshqarib bo'ladigan omillar deb qarashimiz mumkin. Chunki korxonaga iqlim o'zgarishlariga, hukumatning iqtisodiy, huquqiy siyosatiga, demografik o'zgarishlarga ta'sir qila olmaydi. Lekin ichki omillarga, xususan, korxonaga ishlab chiqarish jarayonlariga, marketing-boshqaruv omillariga, axborot omillariga aralasha oladi.

Korxonaga raqobatbardoshligining zaruriy sharti bu raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarish va realizatsiya qilish hisoblanadi. Mahsulot

raqobatbardoshligiga ta'sir qiluvchi omillarga e'tibor qaratadigan bo'lsak, sifat omili eng asosiy omildir va u raqobat kurashida eng asosiy vosita hisoblanadi. Mahsulot o'ziga o'xshash tovarlar o'rtasida aniq bir sifat darajasiga ega bo'lsagina munosib o'rin egalaydi. Mahsulot sifati deganda uning ishonchliligi, chidamliligi, foydalanishda osonliligi, aniqliligi va nuqsonsiz ekanligini tushunamiz. Shuningdek, mahsulot iste'molchining ma'naviy, moddiy, jismoniy, estetik, nufuz kabi ehtiyojlarini qondira olish kerak. Yuqori raqobatbardoshlik hukm surayotgan jahon bozorida, ma'lum bir tovar biron geografik bozorda raqobatbardoshlikka ega bo'lsa, boshqa bozorda esa ega bo'lmasligi mumkin. Yana shuningdek, bozorda muvaffaqiyatsizlikka uchrab siqib chiqarilayotgan mahsulotning biroz vaqtdan so'ng omadi kelishi mumkin. Bunga bir necha omillar sabab bo'ladi, masalan, asosiy raqobatchining ketishi, o'rindosh tovar narxlarining o'sishi, marketing faoliyatidagi yangiliklar. "Mahsulotning raqobatbardoshligi deganda bozor talablariga javob beradigan o'rindosh mahsulotlarga nisbatan sifat ko'rsatkichlari yig'indisi, uni sotib olish iste'mol qilish xarajatlarining yuqori nisbati tushuniladi"<sup>32</sup>

"Tovarlarning raqobatbardoshligi uning iste'molchining talablarini maksimal darajada qondirish va ushbu davrdagi raqiblarining o'xshash va o'rnini bosuvchi tovarlariga nisbatan texnik, iqtisodiy, ekologik, xizmat ko'rsatish va boshqa xususiyatlarga mos kelishi va ushbu bozorda daromadli bo'lish qobiliyatidir".<sup>33</sup>

Mahsulot raqobatbardoshligiga mahsulot sifatidan tashqari yana bir necha omillar ta'sir etadi. Sifat omili o'z ichiga xom-ashyo, dizayn, ishlab chiqarish jarayoni, foydalanish kabi jihatlarni qamrab oladi. Undan keyingi ta'sir qiluvchi omilga mijozlarga xizmat ko'rsatishni oladigan bo'lsak, tovar raqobatbardoshligini ta'minlashdagi va saqlab qolishdagi eng asosiy omillardan biri hisoblanadi. Xizmat ko'rsatishning mavjud emasligi mahsulotning iste'mol qiymatini yo'qotib, raqobatbardosh bo'lmay qolishiga va iste'molchi tomonidan rad etilishiga sabab bo'ladi. Va aksincha, sifatli, do'stona, aniq xizmat ko'rsatish birinchi navbatda

---

<sup>32</sup> Мокроносов, А. Г. М74 Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал унта, 2014. – 194, [2] с.

<sup>33</sup> GUTIUM, Tatiana. Conceptual approach of competitiveness and interdependence between competition and competitiveness. *Economica*, 2017, nr. 3 (101), pp. 59-71. ISSN 1810-9136.

ishlab chiqaruvchi uchun istiqbolli va barqaror bozor muhitini yaratadi, ikkinchidan iste'molchilar o'rtasida mahsulotga nisbatan sodiqlik kuchayadi va uzoq yillik aloqalar o'rnatiladi, uchinchidan ishlab chiqaruvchilar uchun yuqori avtoritet ( imij, obro' ) ni ta'minlaydi.

Mahsulot narxi doimo uning taqdim etayotgan qiymatiga mos kelishi kerak. Bozorga yangi kirib kelgan korxonalar mahsulotga raqiblariga nisbatan pastroq narxlarni o'rnatish iste'molchilarni o'ziga jalb etishning va bozorda qolishning eng samarali usullaridan biri hisoblanadi. Biroq ba'zi nufuzli tovarlar narxi qancha yuqori bo'lishidan qat'iy nazar o'z iste'molchilarini saqlab qoladi. Masalan, Apple kompaniyasi har yili "Iphone" rusumli uyali aloqa vositalarining yangilangan dizayn va funksiyalarga ega versiyalarini ishlab chiqaradi. Tabiiy ravishda yangi markaning narxi ham ko'tarilib borishi bilan uning iste'molchilarining soni ham mos ravishda o'sib boradi. Negaki mahsulot iste'molchilarda qiziqish uyg'ota oladi va ularning turli xohish-istaklarini qondira oladi. Shu sababli, ushbu mahsulot narxining ko'tarilishi uning raqobatbardoshligining pasayishi emas, balki oshirilishiga xizmat qilyabdi.

Mahsulotning xususiyatlari va vazifalari ham uning raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillarda biri hisoblanadi. O'zida zamonaviy texnologiyalarni va yangiliklarni mujassam etgan hamda iste'molchilarga qulaylik beradigan tovar iste'molchilar uchun doimo jozibador hisoblanadi.

Differenziatsiya. Mahsulotning raqobat ustuvorligi farqlanish orqali amalga oshiriladi. Ya'ni mahsulotda boshqa raqobatchi tovarlar singari barcha xususiyatlar mujassam bo'ladi, ammo u noyob afzallikka ega bo'ladi. Masalan, tovarning imiji, xizmat ko'ratish darajasi, reklamasi yoki qadoqlanishi bilan raqobatchi tovarlardan ajralib turadi.

Eksplatatsiya. Mahsulotning xizmat qilish muddati ham iste'molchilar tanlovida muhim o'rin egallaydi. Iste'molchi xarid qilayotgan mahsulotining uzoq muddatga xizmat qilishini xohlaydi. Tez eskiradigan, ishdan chiqadigan, unumdorligi tezda kamayib qoladigan tovarlar bozorda o'z xaridorini topishi qiyin bo'ladi.

Yetkazib berish. Mahsulotning iste'molchilarga qo'lga kiritishi qulayligi va keng yetkazib berish kanallarining mavjudligi bozorda raqobat ustuvorligini ta'minlaydi.

Brand obro'si. Mahsulotning iste'molchilar tarafidan e'tirof etilgan ijobiy bahosi ularning mahsulotga ishonchini yanada mustahkamlaydi va takroran shu tovarni tanlashadi.

Shuningdek, mahsulot raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar qatoriga sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatishni kiritishimiz mumkin. Bunday xizmat ko'rsatish mahsulotni ta'mirlash, almashtirib berish, yangilab berish va turli-xil bonuslar berishni o'z ichiga oladi. Sotuvdan keyingi xizmat ko'ratish mijozlarni mamnun qilib, ularning sodiqligini oshiradi, yangi mijozlar to'loqini o'ziga jalb etadi, korxonaga obro'si oshishiga xizmat qiladi. Shuningdek ishlab chiqaruvchi mahsulotining ijobiy va salbiy jihatarini mijozlar orqali tez aniqlaydi va albatta korxonaning foydasi oshishiga yordam beradi.

Yuqorida korxonaga (tarmoq) va mahsulot raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi umumiy omillarni ko'rib chiqdik. Endi to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillarga to'htalib o'tamiz.

To'qimachilik va tikuvchilik mahsulotlari ishlab chiqarishda sifat va narx mutanosibligi, daromad darajasi, aholi va demografik tuzilma, iqlim va geografik xususiyatlar, dizayn va modaning izchilligi, mahsulot brendi, ijtimoiy va ekologik standartlarga muvofiqligi mahsulot raqobatbardoshligiga bevosita ta'sir etadi.

Hozirgi kunda ishlab chiqarilayotgan to'qimachilik mahsulotlarining asosiy qismi yetarlicha xom-ashyoga va arzon ishchi kuchiga ega rivojlanayotgan davlatlar hissasiga to'g'ri keladi. Rivojlangan mamlakatlar esa, import matolardan tayyor tikuv-trikotaj mahsulotlar yaratib rivojlanayotgan mamlakatlarga eksport qiladi.

Har qanday sanoat singari to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida mahalliy brendlarning nafaqat o'zaro balki xorijiy ishlab chiqaruvchilar bilan kuchli raqobat qila olishi uchun, uning raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlab olish zarur.

To'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalari va mahsulotlariga ta'sir etuvchi omillarni ichki va tashqi omillarga ajratishimiz mumkin. Ichki omillarga – korxonaning boshqaruvni tashkil etish darajasi va salohiyati, texnologiya va uskunalarning mukammalligi, korxonada mehnat resurslarining kasbiy tayyorgarligi darajasi, korxonaning moliyaviy imkoniyatlari, boshqa korxonalar bilan hamkorlik qilish imkoniyati va xalqaro integratsiya, korxonaning rivojlantirish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar darajasi.

Tashqi omillar – institutsional siyosat, infrastruktura, qo'llab-quvvatlaydigan soha, bozor, mehnat resurslarining klassifikatsiya darajasi.

To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatining rivojlanishi, asosan, sanoat uchun xomashyo ishlab chiqaruvchi qishloq xo'jaligi korxonalari va uni qayta ishlovchi sanoat tarmoqlari o'rtasidagi iqtisodiy integratsiyalashgan aloqalar tufayli yuzaga keladi. Shu sababli mamlakatda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatining raqobatbardosh bo'lishi bevosita qishloq xo'jaligining, xomashyoni qayta ishlovchi korxonalarining raqobatbardosh faoliyatiga bog'liq. Ular to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini sifatli xomashyo va mahsulotlar bilan ta'minlash orqali, ushbu sanoat korxonalarining raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishiga xissa qo'shadi.

To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati O'zbekiston iqtisodiyotining nafaqat jadal rivojlanayotgan sohalaridan biri, balki xorijiy investitsiyalarni jalb etish va mahsulotlar eksporti bo'yicha ham yetakchi hisoblanadi. Jahon iqtisodiyotiga integratsiya jarayonlarining bugungi kundagi dolzarbligini hisobga olib, mamlakatimizda sohani barqaror rivojlantirishga jiddiy e'tibor qaratilmoqda.

2023-yilda O'zbekistonda to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 94 trillion so'mni tashkil etgan. So'nggi oylarda ushbu sanoat mahsulotlari 3 ta yangi bozorga chiqdi, eksport geografiyasi 83 ta davlatga kengaydi. To'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari eksportining qariyb 80 % izi Rossiya, Xitoy va Turkiya bozorlariga to'g'ri keladi. Mamlakatimizda 6 mingdan ziyod to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalari mavjud bo'lib, 570 ming aholini doimiy ish bilan ta'minlamoqda. Ya'ni bu sanoat sohasi eng ko'p ish o'rni yaratgan va eng

ko'p aholini band etgan soha hisoblanadi. Shu sababli, mamlakatimizda ushbu sanoat sohasining raqobatbardoshligini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mamlakatimizning to'qimachilik va tikuv-trikotaji mahsulotlari raqobatbardoshligiga turli omillar ta'sir etadi. Birinchi ta'sir etuvchi omil bu hukumat yordami hisoblanadi. Davlat ushbu sanoat sohasiga doir qonunlar, qarorlar va farmoyishlar qabul qilish va ijrosini ta'minlash orqali uning mahsulotlarining raqobatbardoshligiga ta'sir qiladi. Masalan, to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalariga soliq va energiya imtiyozlari berish, mahalliy eksportchilarni bojxona to'lovlaridan ozod etish, ushbu soha import mahsulotlariga cheklovlar qo'yish bevosita ularning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

### **1.3. Korxonalar (tarmoq) va mahsulot raqobatbardoshligini baholash usullari.**

Erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida har qanday korxonaning omon qolishi uning raqobatbardoshligiga bog'liq. Korxonaning va mahsulot raqobatbardoshligini baholash har bir korxonalar marketing faoliyatining ajralmas qismi hisoblanadi. Korxonaning afzal taraflari va kamchiliklarini, imkoniyatlarini ishonchli baholash uning istiqbolli strategiyalar tuzishiga va bozorda mustahkam o'rinni egallashga yordam beradi.

Ko'plab iqtisodchilar korxonalar qaysi tarmoqqa tegishli ekanligiga e'tibor bermasdan, uning raqobatbardoshligini butunligicha qarashadi. Iqtisodiyotdagi har bir tarmoqning raqobatbardoshligini baholashda, uning xususiyatlariga e'tibor berish lozim. Alohida olingan raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari ba'zi bir tarmoq uchun aniq bo'lsa, boshqa tarmoq uchun to'g'ri kelmasligi mumkin.

To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoat tarmog'ining raqobatbardoshligini baholashda modaning ta'siri, mavsumiylik, mahsulotning hayotiylik sikli, aholining xarid qobiliyati va bozordagi raqobat kurashining darajasi kabi omillar muhimdir.

Hozirgi vaqtgacha korxonalar va mahsulot raqobatbardoshligini baholashga doir ko'plab ilmiy qarashlar vujudga kelishiga qaramay, ma'lum bir umumiy usul mavjud emas. Eng mashhur bo'lgan raqobatbardoshlikni baholashdagi klassik usullarni ko'rib chiqamiz.

Quyida korxonalar va mahsulot raqobatbardoshligini baholashda xilma-xil usullar keltirilgan (3.1-jadval). Har qanday tarmoq yoki korxonaning raqobatbardoshligini baholaydigan universal usul mavjud emas. Negaki, har bir usulning o'z afzallik va kamchilik tomonlari mavjud. To'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalar, mahsulotlari raqobatbardoshligini baholashda qaysi usuldan foydalanish, qo'yilgan maqsadga muvofiq tanlanishi lozim. To'g'ri tanlangan usul orqali raqobatbardoshlikni baholash aniq va yaqqol natijalarni beradi va bu korxonaning istiqbolda qanday rejalarni amalga oshirish kerakligini belgilab beradi.

**Korxonalar va mahsulot raqobatbardoshligini baholashning klassik usullari**

	Usullar	Usul mohiyati
1	Matritsali usul	Tovarning hayot sikli bosqichlarini hisobga olgan holda koordinatalar tizimi bo'yicha gorizontalar o'qda – sotuvning o'sishi va pasayishi, vertikal o'qda korxonaning bozor ulushi bo'yicha tuzilgan matritsa tahliliga asoslangan usul. Bozorda katta ulushga ega bo'lgan korxonalar eng raqobatbardosh deb hisoblanadi.
1.1	BCG matritsasi	Boston konsalting guruhi tomonidan ishlab chiqilgan matritsa (Boston Consulting Group) - “Bozor ulushi – sotishning o'sish sur'ati” deb nomlanib, yetakchi raqobatchining ulushiga nisbatan korxonaning talab hajmi va bozor ulushining o'sishi ko'rsatkichlari asosida uning raqobatbardoshligini tahlil qilishga asoslangan. <sup>35</sup>
1.2	General Electric matritsasi	1970-yillarda McKinsey&Co. General Electric uchun strategik tahlil matritsasini ishlab chiqdi. Ushbu model korxonaning qaysi yo'nalishi boshqalariga nisbatan istiqbolli ekanligini, qaysi mahsulotlarni sotish yoki sotmaslikni, korxonaning yangi bozorga chiqa olishi va korxonaning bozorda qay darajada raqobatbardosh ekanligini aniqlaydi. <sup>36</sup>
1.3	“Shell” modeli matritsasi	Britaniya-gollandiya kompaniyasi “Shell” tomonidan 1975-yilda ishlab chiqilgan “Shell” modeli ko'rinishi McKinsey matritsasiga o'xshab [3×3] o'lchamga ega va “Biznes sohasi istiqbollari” va “Biznesning raqobatbardoshligi” o'qlarida qurilgan. Ushbu o'qlarning kesishishi to'qqizta yacheyka tashkil qiladi, ularning har biri olingan qiyosiy xususiyatlarga qarab aniq tavsiyalar beradi.
1.4	Lamben matritsasi	Matritsali usullar orasida J.J.Lamben matritsasi alohida ahamiyatga ega. Ushbu matritsa usulining 6 ta baholash mezonlari mavjud bo'lib, ular har biri 1 dan 5 ballgacha bo'lgan shkalada baholanadi. Baholar past, o'rta va yuqori darajalarga ajratilgan. Eng yuqori ballga ega kompaniya – yetakchi hisoblanadi va boshqa korxonalarning bali unga nisbatan hisoblanadi.

<sup>34</sup> Muallif tomonidan iqtisodiy adabiyotlardan olingan ma'lumotlar asosida tuzildi.

<sup>35</sup> Волков, Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий. Библиотека управления. 2013. — URL: <http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml>. — Дата доступа: 18.02.2016.

<sup>36</sup> Волков, Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий. Библиотека управления. 2013. — URL: <http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml>. — Дата доступа: 18.02.2016.

2	SWOT tahlil -	<p>SWOT tahlil – bu korxonaning kuchli va zaif tomonlarini (ichki muhit omillari) hamda imkoniyatlar va tahdidlarni (tashqi muhit omillari) aniqlashga yordam beradi. SWOT tahlil inglizchadan olingan bo‘lib:</p> <p><b>Strengths</b> – kuchli tomonlar, bunda korxonaning yoki biznesning raqobatchilardan ajratib turadigan kuchli tomonlari keltiriladi.</p> <p><b>Weakness</b> – zaif tomonlar, korxonaning yoki biznesning zaif, kuchsiz tomonlari keltiriladi.</p> <p><b>Opportunities</b> – imkoniyatlar, biznes yoki korxonani rivojlantirishning mavjud imkoniyatlari ko‘rsatiladi.</p> <p><b>Threats</b> – tahdidlar, korxonaning rivojlanishiga to‘sqinlik qiladigan va salbiy oqibatlarga olib keladigan tahdidlarni mujassam etadi.</p>
3	4 P usuli	<p>4 P usuli korxonani raqobatchilari taqqoslagan holda tahlil qiladi. Bu usulni 1960-yilda marketing professor Jer Makkarti ishlab chiqqan. 4 P quyidagi elementlardan tashkil topgan: Product – mahsulot; Price – narx; Place – sotish nuqtasi; Promotion – rag‘batlantirish. Bu usulda yuqoridagi elementlarning har birida baholash mezonlari mavjud bo‘lib, ushbu mezonlar bo‘yicha korxonalarga miqdoriy baho beriladi. Bu usul baholash qog‘ozida 1 dan 5 ballgacha bo‘lgan miqdor orqali baholanadi. Bu usulni faqat ekspertlar amalga oshira oladi.</p>

Endi esa to‘qimachilik va tikuv-trokotaj sanoati mahsulotlarining raqobatbardoshligini baholashda integral koeffitsiyent formulasini ishlab chiqamiz. Integral koeffitsiyent to‘qimachilik va tikuv-trokotaj sanoati korxonalari mahsulotlarining raqobatbardoshligini baholovchi 5 ta indekslarning yig‘indisidan iborat:

1. To‘qimachilik korxonasi mahsulotining raqobatbardoshligi indeksi

Tekstil korxonasi mahsulotining raqobatbardoshlik indeksi (IK) — bu korxonaning mahsulotining bozordagi raqobatbardoshligini baholash uchun qo‘llaniladigan ko‘rsatkichdir. U bir korxonaning mahsulotini boshqa korxonalar mahsuloti bilan bir necha muhim parametrlar bo‘yicha solishtirish imkonini beradi. Raqobatbardoshlik indeksini hisoblash formulasi quyidagicha ko‘rinishda:

$$IR = ( TQ \times TK \times SK ) / N \quad (3.1)$$

bu yerda:

- IR — raqobatbardoshlik indeksi;

- TQ — tikuv qiymati (to‘qimachilik mahsulotini ishlab chiqarish yoki qayta ishlash xarajatlari). U materiallar, ishchi kuchi, uskunalar va boshqa resurslar qiymatini o‘z ichiga oladi;

-TK— tikuv koeffitsiyenti (tikuv samaradorligi yoki sifati ko‘rsatkichi). U shovlarning mustahkamligi, bajarilish aniqligi kabi parametrlarni o‘z ichiga olishi mumkin;

- SK — mahsulot sifati koeffitsiyenti (mahsulotning sifatini baholash). U mahsulotning uzoq muddatliligi, tashqi ko‘rinishi, standartlarga muvofiqligi kabi parametrlarni o‘z ichiga olishi mumkin;

- N — mahsulot narxi (mahsulot sotiladigan bozor narxi). U barcha ustamalar, soliqlar va iste‘molchi uchun yakuniy qiymatni tashkil etuvchi boshqa qismlarni o‘z ichiga oladi.

Yuqori IR - agar indeks yuqori bo‘lsa, mahsulot raqobatbardosh hisoblanadi. Bu mahsulot nisbatan past narxda yuqori sifatga va samarali zashivka jarayoniga ega ekanligini anglatishi mumkin.

Past IR - past indeks mahsulotning kamroq raqobatbardoshligini ko‘rsatishi mumkin, bu yuqori narx, past sifat yoki samarasiz zashivka jarayoni sababli bo‘lishi mumkin.

Raqobatbardoshlik indeksi quyidagilar uchun qo‘llanilishi mumkin:

- Turli korxonalar mahsulotini solishtirish.
- Ishlab chiqarish jarayonlarining samaradorligini baholash.
- Mahsulot sifati va xarajatlarni kamaytirish bo‘yicha qarorlar qabul qilish.
- Narh belgilash va marketing strategiyalarini ishlab chiqish.

Shunday qilib, raqobatbardoshlik indeksi tekstil korxonasining bozordagi pozitsiyasini tahlil qilish va yaxshilash uchun muhim vosita hisoblanadi.

2.Sifat bo'yicha raqobatbardoshlik indeksi (KCI) — bu ko'rsatkich ishlab chiqarilayotgan mahsulotning umumiy hajmida sifatli mahsulot ulushini baholash uchun ishlatiladi. Bu indeks kompaniya mahsulotining sifat standartlariga qanchalik mos kelishi va bozorda raqobatbardoshligini aniqlashga yordam beradi.

Sifat bo'yicha raqobatbardoshlik indeksini hisoblash formulasi quyidagicha ko'rinishga ega:

$$KCI = (KQ \times 100) / K \quad (3.2)$$

bu yerda:

- KCI— Sifat bo'yicha raqobatbardoshlik indeksi,
- KQ — sifatli mahsulot birliklari soni,
- K— umumiy mahsulot birliklari soni.

IRS - sifatni boshqarish va strategik rejalashtirish uchun muhim ko'rsatkich hisoblanadi, chunki u kompaniyaga o'z ishlab chiqarish jarayonlari va mahsulotini baholash va yaxshilash imkonini beradi.

3. Sotuv hajmi va ishlab chiqarish xarajatlari o'rtasidagi nisbat (YS/C) — bu moliyaviy ko'rsatkich bo'lib, mahsulotni sotish jarayonida ishlab chiqarish xarajatlaridan foydalanish samaradorligini baholash imkonini beradi. Bu ko'rsatkich quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:

$$YS/C = YT / CP \quad (3.3)$$

bu yerda:

- YS/C — sotuv hajmi va ishlab chiqarish xarajatlari o'rtasidagi nisbat;
- YT — sotuv hajmi, bu pul ekvivalentida ifodalanishi mumkin (masalan, so'mda, dollarda va h.k.);
- CP — ishlab chiqarish xarajatlari, mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq barcha xarajatlarni o'z ichiga oladi (masalan, xomashyo, mehnat xarajatlari, uskunalar amortizatsiyasi va h.k.).

Bu ko'rsatkich korxonada o'z resurslaridan sotuvdan daromad olish uchun qanchalik samarali foydalanayotganini tushunishga yordam beradi. YS/C yuqori

bo'lishi korxonaga nisbatan past ishlab chiqarish xarajatlari bilan katta sotuv hajmiga erishganini ko'rsatadi, bu esa yuqori samaradorlikdan dalolat beradi. Past ko'rsatkich, aksincha, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish yoki narx belgilash strategiyasini qayta ko'rib chiqish zarurligini ko'rsatishi mumkin.

Bu ko'rsatkichni qo'llash quyidagilar uchun foydali bo'lishi mumkin:

- Ishlab chiqarish rentabelligini baholash;
- Turli ishlab chiqarish jarayonlari yoki bo'limlar samaradorligini solishtirish;
- Ishlab chiqarishga investitsiya kiritish maqsadga muvofiqligini aniqlash;
- Korxonaning bozorda raqobatbardoshligini tahlil qilish.

4. Zaxiralar aylanish koeffitsienti (ZAK) — bu kompaniyada zaxiralarni boshqarish samaradorligini baholash uchun qo'llaniladigan moliyaviy ko'rsatkichdir. U kompaniya zaxiralari ma'lum bir davr (odatda bir yil) ichida necha marta to'liq yangilanganini ko'rsatadi.

Zaxiralar aylanish koeffitsientini hisoblash formulasi quyidagicha ko'rinishda bo'ladi:

$$ZAK = SC / Z \quad (3.4)$$

bu yerda:

- ZAK — zaxiralar aylanish koeffitsienti,
- SC — o'rtacha kunlik zaxiralar hajmi,
- Z — ishlab chiqarish xarajatlari.

Zaxiralar aylanish koeffitsienti qancha yuqori bo'lsa, kompaniya zaxiralarini shuncha samarali boshqarayotganini ko'rsatadi, bu esa tovarlarning yaxshi sotilishi va resurslardan samarali foydalanishni ko'rsatishi mumkin. Past koeffitsient esa ortiqcha zaxiralarning to'planishiga ishora qilishi mumkin, bu esa saqlash xarajatlarining oshishi va tovarlarning eskirish xavfiga olib kelishi mumkin.

5. Narx bo'yicha raqobatbardoshlik indeksi (NRI) — bu mahsulotning bozordagi narxi nuqtai nazaridan raqobatbardoshligini baholash uchun qo'llaniladigan ko'rsatkich. U quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:

$$NRI = ( N \times 100 ) / S \quad (3.5)$$

bu yerda:

- NRI — narx bo'yicha raqobatbardoshlik indeksi,
- N — mahsulot narxi,
- S — ishlab chiqarish qiymati.

Bu indeks mahsulot narxi uning ishlab chiqarish qiymatiga qanchalik mos kelishini ko'rsatadi. NRI qiymati qanchalik yuqori bo'lsa, mahsulotning narx bo'yicha raqobatbardoshligi shunchalik yuqori bo'ladi, chunki bu katta marja yoki samaraliroq ishlab chiqarishni ko'rsatishi mumkin.

Hisoblash misoli:

Farz qilaylik, mahsulot narxi (N) 150 birlikni tashkil etadi, uning ishlab chiqarish qiymati (S) esa 100 birlik. Unda narx bo'yicha raqobatbardoshlik indeksi quyidagicha bo'ladi:

$$NRI = (150 \times 100) / 100 = 150$$

Bu mahsulot narxi uning ishlab chiqarish qiymatidan 1,5 marta yuqori ekanligini anglatadi, bu esa narx bo'yicha yuqori raqobatbardoshlikni ko'rsatishi mumkin.

Qo'llanilishi:

Narx bo'yicha raqobatbardoshlik indeksi quyidagilar uchun foydali bo'lishi mumkin:

- Bir kompaniya ichida turli mahsulotlarning raqobatbardoshligini solishtirish.
- Bozordagi analoglar bilan mahsulotning raqobatbardoshligini baholash.
- Narx belgilash va ishlab chiqarish qiymatini pasaytirish strategiyalari bo'yicha qarorlar qabul qilish.

Ushbu 5 ta indeks chiziqli me'yorlashtirish formulasi orqali 0 va 1 oralig'iga olib kelinadi. Chiziqli me'yorlashtirish formulasi quyidagicha:

$$\tilde{x}_i = \frac{x_i - x_{i\min}}{x_{i,\max} - x_{i,\min}} \quad (3.6)$$

Va chiqqan natijalar integral koeffitsiyent formulasiga jamlanadi.

**Raqobatbardoshlik integral koeffitsiyenti quyidagicha bo‘ladi :**

$$ICC = \frac{IR+KCI+YS/C+ZAK+NRI}{5} \quad (3.7)$$

Ushbu Integral koeffitsiyent turli xil to‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarining raqobatbardoshligini bir-biri bilan taqqoslash imkonini beradi. Natijada korxonaning va uning mahsulotining qay darajada raqobatbardosh ekanligi aniqlanadi. Shunga ko‘ra korxonada istiqboldagi amalga oshiradigan rejalarini belgilab oladi.

Agar natijalar korxonaning raqobatbardoshligini past darajada ekanligini ko‘rsatsa, korxonada biznesning rivojlanishi uchun investitsiya jalb etishni, malakali kadrlarni ishga olishni yoki qo‘l ostidagi xodimlarning malaksini oshirishga, eskirgan texnologiyalarni yangilash orqali ishlab chiqarish va mehnat unumdorligini oshirish kabi zaruriy chora-tadbirlarni amalga oshirishga harakat qiladi.

Agar korxonada boshqa korxonalarga nisbatan raqobat ustuvorligiga ega bo‘lsa, korxonaning faoliyat sohasini yanada kengaytirishga, bozordagi boshqa tarmoqlarni ham egallashga harakat qiladi.

Xulosa qilib aytganda, korxonada va mahsulot raqobatbardoshligini baholash korxonada uchun muhim ahamiyatga ega. Negaki, korxonada ushbu baholash orqali o‘zining mavjud afzal va zaif tomonlari haqida ma’lumotga ega bo‘ladi va bu orqali faoliyatini davom ettirishda to‘g‘ri strategiyani tanlaydi.

## I BOB BO'YICHA XULOSALAR

Ushbu bobning asosiy xulosalari quyidagilar:

1. Raqobat va mahsulot raqobatbardoshligi tushunchasining iqtisodiy mohiyati va o'rni yoritib berildi. Turli davrdagi olimlarning raqobat haqidagi nazariy qarashlari tahlil qilindi va raqobatga muallif tomonidan ta'rif berildi.

2. Korxonalar va mahsulot raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar keltirib o'tildi. Amerikalik mashhur iqtisodchi olim M.Porterning raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi omillarni 3 xil yondashuv orqali ifodalagani va ushbu yondashuvlar bo'yicha ta'sir etuvchi omillar keltirib o'tildi. Shuningdek, to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini, mahsulotlari raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar sanab o'tildi

4. Korxonalar (tarmoq) va mahsulot raqobatbardoshligini baholashda matritsali usullar, Lamben matritsasi, SWOT tahlil, 4 P usul, kabi usullar mohiyati zohlab berildi. Muallif tomonidan to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati korxonalarining raqobatbardoshligi baholashda 5 ta indekslardan foydalanildi. Ushbu indekslar chiziqli me'yorlashtirish formulasi orqali (0,1) oralig'iga olib kelinib, chiqqan natijalar raqobatbardoshlikni baholashning integral koeffitsiyenti formulasiga keltirildi.

## **II. O‘ZBEKISTONDA TO‘QIMACHILIK VA TIKUV-TRIKOTAJ SANOATI VA UNING MAHSULOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGI TAHLILI (SURXONDARYO VILOYATI MISOLIDA)**

### **2.1. O‘zbekistonda yengil sanoat tarmog‘ining rivojlanish holati va tendensiyalari.**

Sanoat tarmog‘ining yetakchi sohalaridan biri yengil sanoat hisoblanib, u mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishida aholining yirik qismini band qilish orqali ulkan hissa qo‘shadi. Hammaga ma’lumki, yengil sanoat paxta xomashyosining asosiy iste’molchisi hisoblanib, unga qayta ishlov berib turli to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish orqali mamlakat ichki bozorining ehtiyojlarini qondiribgina qolmay, tashqi bozorga eksport ham qiladi. O‘z navbatida, ishlab chiqarish va eksport hajmining o‘ssishi esa bevosita mamlakat YaIMisiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Aynan shu sanoat sohasida aholining yuqori bandlik darajasi qayd etiladi, negaki bu soha ko‘p tarmoqli bo‘lib, mahsulot assortimenti turlicha hisoblanadi.

O‘zbekiston to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarish sanoati tarixiga nazar soladigan bo‘lsak, u uzoq yillik tarixga ega. Mahalliy hunarmandlar tomonidan tayyorlangan o‘rta asrlardagi beqasam, atlas, banoas, baxmal, zandanachi, olacha kabi mahsulotlar Buyuk ipak yo‘li orqali Yevropa va Yaqin Sharq mamlakatlariga chiqarilgan.

O‘zbekistonda yengil sanoatning sanoat sifatida paydo bo‘lishi 1874-yilda Toshkentda paxta tozalash zavodi qurilganidan keyin 19-asr oxiriga to‘g‘ri keladi. 20-asr boshlarida yengil sanoat tarmog‘i asosan paxta tozalash korxonalaridan iborat bo‘lib, hudud umumiy mahsulotining deyarli 4/5 qismini tashkil etdi. 1920 yildan paxta tozalash zavodlari, ipak o‘rash, to‘qimachilik, tikuvchilik, charm-galantereya, poyabzal fabrikalari qurilishi boshlandi. Mahalliy xomashyodan mahsulot ishlab chiqarish uchun tarqoq hunarmandlar birlashdi, sanoatning poydevori qo‘yildi. To‘qimachilik fabrikasining birinchi kombinati 1926-yilda Farg‘onada, 1932-yilda esa ikkinchi va uchinchi kombinatlari ham qurildi. Huddi shu yilida Toshkent

to‘qimachilik kombinatini qurish boshlandi va 1935-yildan gazlama ishlab chiqara boshladi 1930-yilda Samarqand shoyi to‘qish fabrikasi ishga tushirildi<sup>37</sup>.

1932-yilda artel bazasiga asoslangan Qo‘qon fabrikasi erkaklar kiyimi va yangi tug‘ilgan chaqaloqlarga kiyim ishlab chiqara boshladi. Boshida fabrikada qo‘l mehnati edi, keyinchalik zamonaviy kuchli mukammallashgan mexanizmlilik mashinalar bilan jihozlandi.

To‘qimachilik sanoati mashinalari, dastgohlari bazasini yaratishda 40-yillarda qurilgan “Toshtekstilmash” zavodining hissi katta bo‘ldi. Urushgacha bo‘lgan yillarda Qo‘qon ip yigiruv paypoq to‘quv kombinati, Farg‘ona, Toshkent trikotaj buyumlari fabrikalari, Marg‘ilon shoyi kombinati, Samarqand yangi trikotaj fabrikasi barpo etildi. Urush yillarida (1941— 45) Toshkentga RostovDon shahridan trikotaj, Leningraddan ip, Marg‘ilonga Ijevskdan shoyi to‘qish, Farg‘onaga yigiruv-to‘quv fabrikasi ko‘chirib keltirildi. Natijada O‘zbekistonda to‘qimachilik sanoati o‘sish sur‘atlari tezlashdi. 50-yillarda yangi korxonalarni qurish, ishlab turgan korxonalarni kengaytirish davom etdi. 60-yillar o‘rtalarida Namangan kastyumbop va shtapel gazlamalar kombinati qurila boshlandi. Toshkentda “Malika” trikotaj ishlab chiqarish kombinati, Buxoro to‘qimachilik kombinati (1973—1976), Namangan noto‘qima materiallar ishlab chiqarish birlashmasi (1974), Pop noto‘qima materiallar kombinati (1977), Andijon ip gazlama kombinatining 1-navbati (1981), Xiva gilam kombinati qurib ishga tushirildi. 80-yillarda yirik to‘qimachilik korxonalarida bir qancha filiallar ochildi. Shuningdek, Paxtaobod, Chuvama, Qo‘rg‘ontepa, Marqamatda hamda G‘ijduvon va Vobkentda fabrikalar qurilib ishga tushirildi. Filiallarda ham ishlab chiqarish texnologik siklining tugal bo‘lishiga erishildi<sup>38</sup>.

Odatda yengil sanoat ishlab chiqarish hajmini makroiqtisodiy tahlil qilish uchun quyidagi usullardan foydalaniladi:

#### 1. Korrelyatsion tahlil

---

<sup>37</sup> Абдужабборова Мактуба Тухтасинова “Историческое формирование швейных фабрик в Узбекистане” Международный научный журнал “Символ науки” № 07/2017 ISSN 2410-700X

<sup>38</sup> <https://www.uz.m.wikipedia.org>

2. Regression tahlil
3. Tavsiflovchi statistika

O‘zbekiston yengil sanoat mahsulotlari o‘shish sur‘atlarini tavsiflovchi statistika orqali tahlil qilamiz.

2.1-jadvalda O‘zbekiston yengil sanoatining o‘shish sur‘atlari qayd etilgan.

**2.1–jadval**

**O‘zbekiston yengil sanoatining o‘shish sur‘atlari<sup>39</sup>**

<b>Yillar</b>	<b>To‘qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish % da</b>	<b>Kiyim ishlab chiqarish % da</b>	<b>Teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish %da</b>
2010- y.	16,9	2,0	0,3
2011- y.	18,1	2,1	0,3
2012- y.	17,3	2,2	0,3
2013- y.	15,9	2,1	0,6
2014- y.	15,9	1,9	0,8
2015- y.	16,9	2,0	1,0
2016- y.	14,6	4,7	1,1
2017- y.	13,9	5,1	1,2
2018- y.	13,1	4,1	0,9
2019- y.	11,8	3,6	0,6
2020- y.	12,0	3,4	0,5
2021- y.	13,8	3,6	0,6
2022- y.	13,6	3,7	0,5

2.1- jadvaldan ko‘rinib turibdiki, barcha kategoriyalar 2010-yildan 2022-yilga qadar deyarli pasayish tendensiyasini bergan. To‘qimachilik, kiyim, teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish yildan-yilga o‘shish o‘rniga kamaygan. 2010-2020-yillar o‘rtasidagi ba’zi davrlarda o‘shish kuzatilgan. Lekin yana kamayishga yuz tutgan. Endi esa 2.1-jadval ma’lumotlarini tavsiflovchi statistika orqali tahlil qilamiz. Tavsiflovchi statistika natijalari 2.2-jadvalda joylashtirilgan.

<sup>39</sup> <https://www.stat.uz> ma’lumotlari asosida tuzilgan.

Yengil sanoat asosiy ko'rsatkichlarining tavsifiy statistikasi<sup>40</sup>

To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish	Qiymatlar	Kiyim ishlab chiqarish	Qiymatlar	Teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish	
O'rtacha	14,8971	O'rtacha	3,12303	O'rtacha	0,66235
Standart xatolik	0,57059	Standart xatolik	0,30899	Standart xatolik	0,08007
Mediana	14,5768	Mediana	3,40026	Mediana	0,62134
Moda	#H/Д	Moda	#H/Д	Moda	#H/Д
Standart chetlanish	2,0573	Standart chetlanish	1,11409	Standart chetlanish	0,2887
Namunaviy farq	4,23248	Namunaviy farq	1,24119	Namunaviy farq	0,08335
Ekstsos	-1,2377	Ekstsos	-1,2771	Ekstsos	-0,9127
Assimmetriya	-0,0303	Assimmetriya	0,38653	Assimmetriya	0,42758
Interval	6,31355	Interval	3,14301	Interval	0,89119
Minimum	11,7502	Minimum	1,91817	Minimum	0,28089
Maksimum	18,0637	Maksimum	5,06119	Maksimum	1,17208
Yig'indi	193,662	Yig'indi	40,5994	Yig'indi	8,6106
Kuzatuvlar	13	Kuzatuvlar	13	Kuzatuvlar	13

Olingan natijalarni iqtisodiy talqin qiladigan bo'lsak, jadvalda o'rtacha kategoriyasi bu belgining o'rtacha qiymatini bildiradi. Belgining modasi bu eng katta chastotaga ega bo'lganligini bildiradi. Belgining medianasi variatsion qatorni variantalar soni teng bo'lgan variantga aytiladi. Shuningdek, belgining maksimum qiymati bu uning eng katta miqdorini, minimum esa aksincha, eng kichik qiymatni bildiradi. Ekstsos koeffitsiyenti taqsimot cho'qqisining o'tkirligini o'lchaydi. Agar ekstsos koeffitsiyenti 0 ga teng bo'lsa normal holat, 0 dan katta bo'lsa, u holda taqsimot o'tkir cho'qqili, 0 dan kichik bo'lsa, tekis bo'ladi (tekis cho'qqi). Assimmetriya koeffitsiyenti (0 bo'lganda normal taqsimot, bu taqsimotning simmetrikligini bildiradi). Agar bu koeffitsiyent 0 dan ancha farq qilsa, u holda taqsimot asimmetrik hisoblanadi (ya'ni, simmetrik emas). Agar asimmetriya

<sup>40</sup> Muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

koeffitsienti 0 dan katta bo'lsa, u holda taqsimot o'ng tomonga surilgan bo'ladi, 0 dan kichik bo'lsa, u holda taqsimot chap tomonga surilgan bo'ladi.

Olingan natijalardan ko'rish mumkinki, to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishning eng yuqori ko'rsatkichi 18,06 bo'ldi, ya'ni bu 2011-yilga to'g'ri keladi. Kiyim ishlab chiqarishda esa bu natija 5,06 bilan 2017-yilga to'g'ri keladi. Teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish esa 2017-yilda 1,2 ko'rsatkich bilan eng yuqori natijani qayd etgan. Huddi shu kategoriyalarning eng minimumiga qaraydigan bo'lsak, shartli ravishda 2017-yil 11,7%, 2014-yil 1,91%, 2010-2012-yillar 0,28% kabi natijalarni qayd etgan.

Yengil sanoatning ustuvor tarmoqlarida tarkibiy o'zgarishlarning samaradorligini baholash muhim ahamiyat kasb etadi. Bunda tarkibiy o'zgarishlarni baholovchi bir nechta quyidagi indekslar mavjud:

- Kazinets indeksi;
- Salai indeksi;
- Ryabsev indeksi.

Hozir biz yengil sanoatning samaradorligini baholashda ryabsev indeksidan foydalanamiz. Ryabsev indeksi 0 dan 1 gacha bo'lgan raqam bo'lib, agregatlarning elementlari (guruhleri) solishtirma og'irligidagi tarkibiy o'zgarishlarni (siljishlarni) tavsiflaydi. Indeks qiymati 1 ga qanchalik yaqin bo'lsa, strukturadagi farqlar shunchalik katta bo'ladi. Baholash agregatlarning elementlari (guruhleri) o'rtasidagi tizimli tafovutlarning maksimal mumkin bo'lgan qiymati asosida amalga oshiriladi; alohida elementlarning (guruhlarning) haqiqiy nomuvofiqliklarining maksimal mumkin bo'lgan qiymatlarga nisbati baholanadi.

Ryabsev indeksining formulasi quyidagicha<sup>41</sup>:

$$K_r = \sqrt{\frac{\sum(d_{2i}-d_{1i})^2}{\sum(d_{2i}+d_{1i})^2}} \quad (1.1)$$

---

<sup>41</sup> <https://www.wikipedia.org> saytidan olingan.

**Ryabtsev indeksi bilan yengil sanoat tarkibini baholash bo'yicha hisob-kitoblar<sup>42</sup>**

	$d_{1i}$	$d_{2i}$	$(d_{2i} - d_{1i})^2$	$(d_{2i} + d_{1i})^2$	$\sqrt{\frac{\sum(d_{2i}-d_{1i})^2}{\sum(d_{2i}+d_{1i})^2}}$
	2010-y	2022-y.			
<b>To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish % da</b>	16,9	13,6	10,3	930,7	0,117833702
<b>Kiyim ishlab chiqarish % da</b>	2,0	3,7	3,0	33,1	
<b>Teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish % da</b>	0,3	0,5	0,0	0,6	
<b>Jami</b>			13,4	964,3	

Biz 2022-yil to'qimachilik, kiyim, teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarishni 2010-yilga nisbatan qiyoslab ko'rdik. Natijalarni quyidagi 2.4-jadval orqali sharxlaymiz.

To'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish indeksi 0,11 ni ko'rsatyabdi, ya'ni tuzilish farqlarining past darajasi. Demak, 2022-yilda to'qimachilik mahsulotlarini, kiyim, teri va unga tegishli mahsulotlarni ishlab chiqarish 2010-yilga nisbatan juda past darajada o'sgan. 2.3-jadvaldan ko'rinib turibdiki, to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish 2022-yilda 2016-yilga nisbatan past ko'rsatkichga ega bo'lgan paytda kiyim ishlab chiqarish 1,7% farq bilan o'sish tendensiyasiga erishgan. Teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish esa deyarli sezilmas darajani qayd etgan, ya'ni 2010-yilda 0,3% ni tashkil etgan bo'lsa, 2022-yilga kelib 0,2% ga oshgan holda 0,5% ni qayd etgan.

<sup>42</sup> Muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

**Tarkibiy farqlarning ahamiyatini baholash shkalasi<sup>43</sup>**

<b>Indeks qiymati diapazoni</b>	<b>Strukturaviy farqlar darajasi</b>
0,000-0,030	Tuzilmalarning identifikatsiyasi (T)
0,031-0,070	Strukturaviy farqlarning juda past darajasi (VN)
0,071-0,150	Tuzilish farqlarining past darajasi (N)
0,151-0,300	Tuzilish farqlarining sezilarli darajasi (C)
0,301-0,500	Farqning sezilarli darajasi (3)
0,501-0,700	Juda muhim farq darajasi (VD)
0,701-0,900	Qarama-qarshi turdagi tuzilmalar (P)
0,901	To'liq qarama-qarshi tuzilmalar (PP)
0,000-0,030	Tuzilmalarning identifikatsiyasi (T)

Endi 2022-yildagi ishlab chiqarishni 2020-yil bilan solishtirib ko'ramiz(2.5-jadval).

Natijalar shuni ko'rsatmoqdaki, 2022-yilda to'qimachilik, kiyim, teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish darajalari 2020-yilga nisbatan 0,031-0,070 diapazoni indeks qiymatini tashkil etmoqda, ya'ni strukturaviy farqlarning juda past darajasiga erishgan. 2022-yilda yengil sanoat mahsulotlarining barchasi 2016- yilga nisbatan o'sgan, lekin bu o'sish sezilarli darajada deb bo'lmaydi. To'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish 2020-yilda 12% bo'lgan bo'lsa, 2022-yilda 1,6% ga oshgan holda 13,6 % ni tashkil etgan. Kiyim ishlab chiqarish esa 2020-yil 3,4 % dan 2020-yilda 3,7 % ga o'sgan paytda teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish ikkala yilda ham 0,5 % ko'rsatkich bilan o'zgarishsiz qolgan.

<sup>43</sup> A. Ishnazarov, Sh. Nurullayeva. Ekonometrikaga kirish. O'quv qo'llanma. –T.: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-manbaa uyi”, 2021 – 264 b.

**Ryabtsev indeksi bilan yengil sanoat tarkibini baholash bo'yicha hisob-kitoblar<sup>44</sup>**

	$d_{1i}$	$d_{2i}$	$(d_{2i} - d_{1i})^2$	$(d_{2i} + d_{1i})^2$	$\sqrt{\frac{\sum(d_{2i}-d_{1i})^2}{\sum(d_{2i}+d_{1i})^2}}$
	2020-y	2022- y.			
<b>To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish % da</b>	12,0	13,6	2,7	657,9	0,063234854
<b>Kiyim ishlab chiqarish % da</b>	3,4	3,7	0,1	51,1	
<b>Teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish % da</b>	0,5	0,5	0,0	1,0	
<b>Jami</b>			2,8	710,0	

Yuqoridagi tahlillardan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarini ishlab chiqarish yuqori o'sish sur'atlarini qayd etmagan. Aksincha, so'nggi yillarda bu sohaning ishlab chiqarish salohiyati pasayib bormoqda. Mamlakatimizda yengil sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarishda xomashyo yetarli darajada mavjud. Hammamizga ma'lumki respublikamizda paxta va ipak kabi xomashyo mahsulotlari keng miqyosda ishlab chiqariladi va bu orqali to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari yaratiladi. Mamlakatimizda 2023-yilda pilla xomashyosi-25 885,8 ming tonna, paxta xomashyosi esa -3 710,3 ming tonna miqdorda yetishtirildi. Bundan ko'rinib turibdiki, yengil sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish o'sishiga to'siq mavjuda emas. Ammo, shunga qaramasdan bu soha bo'yicha dunyoda yetakchi o'rinlarni egallamaganmiz.

<sup>44</sup> Muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi

Mustaqillikka erishganimizdan so‘ng, mamlakatimiz yengil sanoati ko‘p tarmoqli industrial majmuaga aylandi va hozirgi kunda uning tarkibida paxta tozalash zavodlari, tikuv-trikotaj, to‘qimachilik, pillachilik, gilamchilik, shoyi to‘qish kabi tarmoq korxonalari mavjud. Mustaqillikdan so‘ng, respublikamizda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida yangi bosqich ya’ni sifat bosqichi boshlandi. 90-yillar boshlarida respublikamiz to‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida xalqaro standartlarga javob berdigan mahsulot ishlab chiqarish uchun yetarlicha zaruriy texnologiyalar mavjud emas edi. Shu sababli, ushbu sanoat tarmoqlariga chet el investitsiyalari jalb etish maqsad qilib olindi. Natijada, mamlakatimizda o‘z ichiga trikotaj, tikuvchilik kabi ishlab chiqarishlarni o‘z ichiga oluvchi zamonaviy yirik to‘qimachilik komplekslari barpo etildi. Respublikamizdagi zamonaviy to‘qimachilik korxonalari faoliyati innovatsion dasturiy ta’minot va robotexnika ishlanmalariga asoslangan jahon to‘qimachilik mashinasozlik sanoatidagi yetakchi korporatsiyalar bilan yaqin hamkorlik aloqalari o‘rnatildi. Mustaqillik yillaridan beri ushbu tarmoqqa 4 mlrd.AQSH dollaridan ko‘proq miqdorda xorijiy investitsiyalar jalb qilingan. Ushbu investitsiyalarning 80 % dan ortig‘i Xitoy, Koreya Respublikasi, Singapur, Germaniya, Shvetsariya, Buyuk Britaniya, Turkiya va Hindiston kabi mamlakatimizning muhim hamkorlari tomonidan kiritilgan. Natijada, Qo‘qon to‘qimachilik kombinatiga Singapur “Indorama Corporation” kompaniyasi tomonidan 165 mln.AQSH dollaridan ko‘proq miqdordagi investitsiya kiritilib, “Indorama Kokand Textile” qo‘shma korxonasi tashkil etildi. Xorazm viloyatida esa Shvetsariyaning “Swiss capital” korxonasi bilan hamkorlikda Markaziy Osiyoda o‘xshashi bo‘lmagan tayyor paypoq mahsulotlari ishlab chiqarish korxonasi tashkil etildi. Namangan viloyatining Uchqo‘rg‘on tumanida va Qarshi shahrida Singapurning “Hitechs Singapore” va Niderlandiyaning “LT textile” kompaniyalari tomonidan investitsiyalar kiritilgan holda yirik loyihalar amalga oshirildi.

Yuqoridagai ishlangan tahlillardan Respublikamiz to‘qimachilik va tikuv-trikotaj tarmoqlariga kiritilgan investitsiyalarga qaramay, yuqori o‘sish sur‘atlari kuzatilmaganini ko‘rishimiz mumkin. O‘zbekistonda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj

sanoatidagi eng katta yutug‘i o‘zining xom-ashyo bazasining mavjudligidadir. Hammamizga ma‘lumki respublikamizda paxta, ipak va jun mahsulotlarini yetishtirish muammo emas. Lekin shunga qaramasdan, to‘qimachilik tarmog‘imiz paxtani chuqur qayta ishlashda, matolar va tikuv mahsulotlarini ishlab chiqarishda bir qator muammolar mavjud. Ayni paytda mamlakatimizda faoliyat olib borayotgan to‘qimachilik mahsulotlarini qayta ishlash korxonalarida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar raqobatbardosh emasligi tufayli nafaqat tashqi bozor balki ichki bozorda ham raqobatbardosh emas. Ya‘ni, iste‘molchi didiga mos keladigan sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish yetarli darajada emas. Eng asosiy sabab, to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish kichik ixtisoslashtirilgan korxonalar faoliyatiga qaratilganligidadir. Yana boshqa sabablarga: moddiy texnik bazaning zamonaviy darajada emasligi, malakali soha mutaxassislarining yetishmasligini keltirishimiz mumkin.

Mamlakatimiz ichki bozorida ham milliy mahsulotlarimizga talab juda past. Masalan, kiyim-kechak bozoriga nazar soladigan bo‘lsak, asosan Xitoy, Turkiya va Qirg‘iziston kiyimlari sotiladi. Ushbu mamlakatlar mahsulotlarining sifati va dizayniga tenglasha oladigan kiyim ishlab chiqaruvchi milliy korxonalarimiz soni juda kam va ular katta hajmdagi mahsulotlarni ishlab chiqara olishmaydi, ya‘ni bozorni to‘liq to‘yintira olishmaydi. Shuningdek kiyim ishlab chiqaruvchilar o‘zimizning xom-ashyodan ko‘ra chet el xom ashyosini afzal ko‘rishadi. Bu esa yana bir bor mahsulotning tannarxini ko‘tarilishiga olib keladi. Hozirgi davrda iste‘molchilar uchun to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining sifati va narxi mutanosibligi, dizayn va modaga muvofiqligi, iqlim va demogafik xususiyatlari muhim ahamiyat kasb etadi.

Mamlakatimizda ushbu sanoat tarmog‘ini rivojlantirishda har yili Prezidentimiz tomonidan qaror va farmonlar qabul qilinib, ijrosi ta‘minlanmoqda. Kuni kecha ham O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 1-mayda qabul qilingan PF-71-sonli “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini rivojlantirishni

yangi bosqichga olib chiqish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi<sup>45</sup> farmoni qabul qilindi. Farmonga muvofiq, to‘qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish uchun zarur bo‘lgan va respublikada ishlab chiqarilmaydigan, belgilangan ro‘yxat bo‘yicha import qilinadigan xomashyo va boshqa materiallar, butlovchilar va ehtiyot qismlar 2027-yil 1-yanvargacha bojxona bojidan ozod qilinadi.

2024-yil 1-maydan “A” va undan yuqori toifadagi to‘qimachilik va tikuv-trikotaj yo‘nalishidagi eksportchi korxonalariga akkreditivni garovga olgan holda uning 70 foizi miqdorida ajratiladigan kreditlar uchun banklarga “Savdoni rivojlantirish kompaniyasi” AJ tomonidan mablag‘ taqdim qilish tizimi joriy qilinadi.

Toshkent shahrida va bosqichma-bosqich hudud markazlaridagi yirik savdo komplekslarida “O‘zbekistonda ishlab chiqarilgan” (Made in Uzbekistan) brendi ostida milliy mahsulotlar do‘konlari tashkil qilinadi.

Farmonga ko‘ra, gazlama, trikotaj mato ishlab chiqarish va bo‘yash hajmini oshirish uchun infratuzilmaviy va moliyaviy shart-sharoitlar yaratish orqali ip-kalavani qayta ishlash darajasi 2027-yil yakunigacha bosqichma-bosqich 100 foizga olib chiqiladi.

Respublikani to‘qimachilik xabiga aylantirish va kamida xalqaro darajada tan olingan 10 ta mahalliy brendlarni yaratish ustidagi ishlar manzilli tashkil etiladi.

2026-yil 1-yanvargacha to‘qimachilik sanoat zonalari direksiyalari va ularda tashkil etiladigan korxonalar mol-mulk solig‘i, yer solig‘i va suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliqdan ozod etiladi.

2024-yil 1-maydan 2026-yil 1-maygacha “A” va undan yuqori toifadagi to‘qimachilik va tikuv-trikotaj yo‘nalishidagi tadbirkorlarda soliq tekshiruvlari o‘tkazilmaydi (jinoiy ishlar doirasida o‘tkaziladigan tekshiruvlar bundan mustasno), shuningdek, QQS summasi o‘rnini qoplash (qaytarish) 1 kun muddatda tekshiruvlarsiz amalga oshiriladi.

---

<sup>45</sup> O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 2024-yil 1-maydagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini rivojlantirishni yangi bosqichga olib chiqish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-71-sonli farmoni

Ushbu qonun ijrosining ta'minlanishi mamlakatimizda to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarining soni ko'payishiga hamda yuqori iqtisodiy ko'rsatkichlar qayd etishiga bevosita xizmat qiladi.

Mamlakatimizda milliy matolarimizdan foydalangan holda kiyim ishlab chiqaruvchi kutuyurlar mavjud. Lekin ular mahsulotini cheklangan hajmda va buyurtma asosida ishlab chiqaradi. Quyida ularning brendi keltirilgan:

- Dildora Qosimova Brend – dizayner Dildora Qosimova sharqona naqshlar va o'zbek madaniyatini aks ettiruvchi zardo'zlik va so'zani kashtachilik kabi xalq amaliy san'atidan ilhomlangan kiyim va aksessuarlar ishlab chiqaradi.
- Inside by Sana - brend milliy naqshli kundalik kiyimlarni, jumladan, ikat ustki kiyimlari va liboslarini, shuningdek, adrasdan zamonaviy kurtkalar va yostiqli kurtkalarni taklif etadi.
- Nadi\_uz – Brend asoschisi Nodira Abdurahmonova o'zini o'zbek choponi elchisi deb ataydi va uning asarlari dunyoning ko'plab mamlakatlarida mashhur.
- Mursak – zamonaviy erkaklar va ayollar kiyimlariga o'zbek an'anaviy naqshlarini keltiruvchi brend. Ular jonli ikat va bezakli matolar bilan klassik siluetlarga yangi hayot kiritishi bilan mashhur.
- LALI – bu Markaziy Osiyo merosining an'anaviy etnik san'ati va go'zalligini zamonaviy modaga moslashtirishga intilayotgan yangi chiqayotgan dizaynerlarni birlashtirgan brenddir<sup>46</sup>.

Bundan ko'rinib turibdiki, milliy matolarimizdan foydalangan holda sifatli va so'nggi urfdagi tikuv-trikotaj mahsulotlarini ishlab chiqarish, nafaqat ichki bozor balki tashqi bozorda ham raqobatbardosh bo'la olishimiz mumkin. Biroq shu darajaga erishish uchun tarmoqda yechim topilishi zarur bo'lgan yetarlicha muammo va kamchiliklar mavjud.

---

<sup>46</sup> Сатикова З.Д. Интеграция узбекского текстильного искусства в современную моду. “Экономика и социум” №11(113)-1 2023

## **2.2. O‘zbekiston to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatining raqobatbardoshlik tahlili (Surxondaryo viloyati misolida)**

Surxondaryo viloyati – O‘zbekiston Respublikasining janubi-sharqida Surxon-Sherobod vodiysida joylashgan. Surxondaryo janubidan Amudaryo bo‘ylab Afg‘oniston, shimoliy, shimoli-sharq va sharqdan Tojikiston, janubi-g‘arbdan Turkmaniston, shimoli-g‘arbdan Qashqadaryo viloyati bilan chegaradosh. Yaqin yillargacha Surxondaryo viloyati iqtisodiyotida qishloq xo‘jaligi yetakchilik qilgan. Hozirgi kunda esa yengil sanoat va oziq-ovqat sanoati ham jadal rivojlanmoqda. Ayniqsa paxta tozalash, uni qayta ishlashda viloyat yetakchi o‘rinlarni egallaydi. Shuningdek, viloyat qishloq xo‘jaligida ipakchilik tarmog‘i ham yaxshi rivojlangan.

Surxondaryo viloyatining to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish ko‘rsatkichlarini O‘zbekiston respublikasining boshqa viloyatlari bilan solishtirib ko‘ramiz (2.1-jadval).

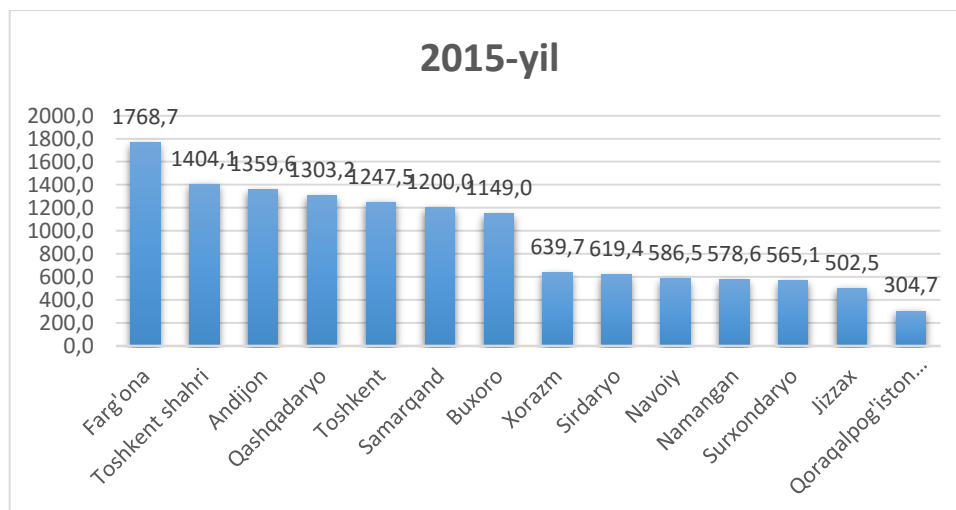
### **2.1-jadval.**

#### **O‘zbekiston Respublikasi viloyatlar kesimida to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish mlrd.so‘mda<sup>47</sup>**

	2015- y	2016- y	2017- y	2018- y	2019- y	2020- y	2021- y	2022- y	2023- y
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	304,7	375,9	578,3	751,9	1048,1	1539,4	1953,6	2222,7	3133,7
Andijon	1359,6	967,2	1387,5	2246,9	2490,5	3262,3	5210,4	6516,7	7810,7
Buxoro	1149,0	1073,2	1089,7	1574,9	2458,6	3122,3	4372,2	5234,2	5895,8
Jizzax	502,5	517,0	688,2	989,3	1303,7	1822,5	2621,1	3327,0	3092,2
Qashqadaryo	1303,2	1079,0	1276,9	2191,7	2308,5	2717,4	4206,6	5957,0	6875,3
Navoiy	586,5	336,7	482,0	578,8	875,4	1087,9	1397,0	1564,1	1888,6
Namangan	578,6	713,0	1232,1	2132,0	2465,4	2495,3	4031,0	5324,4	5360,3
Samarqand	1200,0	1465,4	1764,7	2156,5	2166,9	3637,6	4390,0	5132,8	5693,2
Surxondaryo	565,1	522,4	486,0	906,0	1316,6	1949,8	2481,7	2606,8	3788,3
Sirdaryo	619,4	699,7	574,5	850,7	810,3	1039,7	1253,2	2262,5	2625,9
Toshkent	1247,5	1491,0	2057,7	2822,0	3470,7	3529,5	4434,4	4656,6	5906,3
Farg‘ona	1768,7	2194,7	2646,0	3674,6	4426,4	5519,8	8035,3	9295,4	9968,2
Xorazm	639,7	699,6	1007,2	1568,5	1677,2	2056,2	3072,3	3782,2	4053,5
Toshkent shahri	1404,1	1137,8	1515,9	2389,5	2906,5	2843,0	4913,3	4968,2	5029,1

<sup>47</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

2.1-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, har bir viloyatda to‘qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish yildan-yilgan o‘shib borgan. Andijon, Buxoro, Qashqadaryo, Navoiy viloyatlari va Toshkent shahrida davr boshi 2015-yildan 2016-yilgacha pasayish holati kuzatilgan bo‘lsada 2017-yildan 2023-yilga qadar faqat o‘shish kuzatilgan. Surxondaryo viloyatida esa pasayish holati 2017-yilgacha davom etgan bo‘lib, 2018-yildan davr oxirigacha to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish miqdori o‘shib borgan.



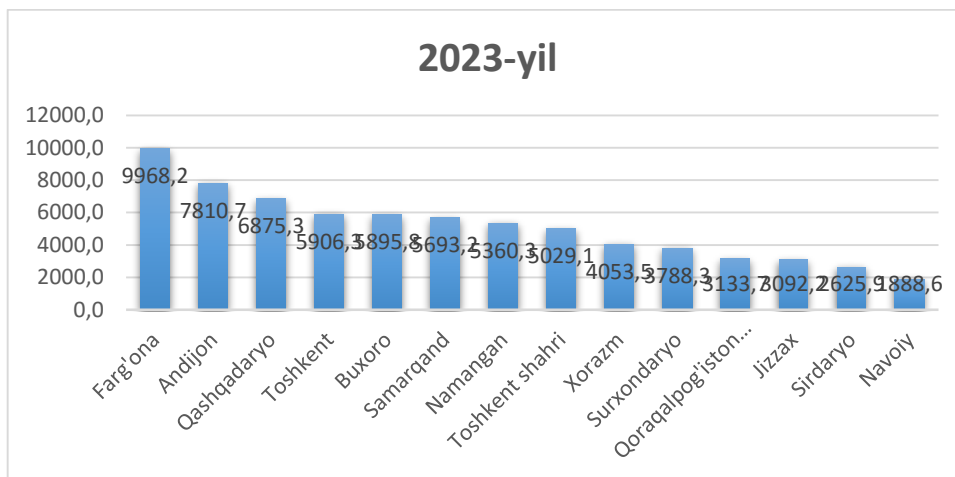
**2.1-rasm. O‘zbekiston respublikasining 2015-yil to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish viloyatlar kesimida.<sup>48</sup>**

2015-yilda to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish bo‘yicha Farg‘ona viloyati 1768,7 mlrd.so‘m bilan eng yuqori ko‘rsatkichni, Qoraqalpog‘iston Respublikasi esa 304,7 mlrd.so‘m bilan eng past ko‘rsatkichni qayd etgan. Surxondaryo viloyati esa 565,1 mlrd.so‘m bilan 12-o‘rinni egallagan (2.1-rasm).

2.1-rasmdan ko‘rishimiz mumkinki, Andijon, Qashqadaryo, Toshkent, Samarqand, Buxoro viloyatlari va Toshkent shahri to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishda Farg‘ona viloyatidan keyingi yuqori ko‘rsatkichlarni qayd etgan. Xorazm, Sirdaryo, Navoiy, Namangan, Surxondaryo, Jizzax viloyatlarining to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari nisbatan bir-biriga yaqin, ya’ni 639,7-502,5 mlrd.so‘m oralig‘ida bo‘lgan.

<sup>48</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

2023-yilda ham peshqadamlikni Farg‘ona viloyati 9968,2 mlrd.so‘m bilan egallagan bo‘lib, Navoiy viloyati esa 1888,6 mlrd.so‘m bilan oxirgi o‘rinni yakunlagan. 2.2-rasmdan ko‘rinib turibdiki, Surxondaryo viloyati 2015-yilga nisbatan 2 pog‘ona ko‘tarilib, 3788,3 mlrd.so‘m bilan 10-o‘rinni egallagan.



**2.2-rasm. O‘zbekiston respublikasining 2023-yil to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish viloyatlar kesimida.<sup>49</sup>**

2023-yilda ham peshqadamlikni Farg‘ona viloyati 9968,2 mlrd.so‘m bilan egallagan bo‘lib, Navoiy viloyati esa 1888,6 mlrd.so‘m bilan oxirgi o‘rinni yakunlagan. Surxondaryo viloyati 2015-yilga nisbatan 2 pog‘ona ko‘tarilib, 10-o‘rinni egallagan (2.2-rasm).

Endi esa, viloyatlarning butun davr mobaynida ishlab chiqargan to‘qimachilik mahsulotlari o‘rtacha miqdori bo‘yicha yuqori, o‘rta va past darajadagi ishlab chiqaruvchi viloyat kategoriyalarga ajratamiz (2.2-jadval).

Kategoriyaga ajratishda viloyatning 9 yil davomida ya‘ni 2015-2023-yillar davomida ishlab chiqargan to‘qimachilik mahsulotlarining o‘rtacha miqdoriga ahamiyat berildi. 9 yil davomida o‘rtacha 2000 mlrd.so‘mgacha mahsulot ishlab chiqargan viloyatlarni past ishlab chiqaruvchilarga, 2000-4000 mlrd.so‘mgacha bo‘lganlarni o‘rta ishlab chiqaruvchilarga, 4000 mlrd.so‘mdan yuqorilarni yuqori ishlab chiqaruvchilarga ajratdik. Surxondaryo viloyati 9 yil davomida ishlab chiqargan to‘qimachilik mahsulotlari o‘rtacha miqdori 1624,7 mlrd.so‘mni tashkil etganligi tufayli past ishlab chiqaruvchi kategoriyasiga kiritildi.

<sup>49</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma‘lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

**2.2-jadval.****2015-2023-yillarda O‘zbekiston Respublikasi viloyatlarida ishlab chiqarilgan to‘qimachilik mahsulotlarining o‘rtacha miqdori bo‘yicha kategoriyalanishi<sup>50</sup>**

Yuqori ishlab chiqaruvchi		O'rta ishlab chiqaruvchi		Past ishlab chiqaruvchi	
Farg'ona	5281,0	Andijon	3472,4	Jizzax	1651,5
		Toshkent	3290,6	Surxondaryo	1624,7
		Qashqadaryo	3101,7	Qoraqalpog'iston Respublikasi	1323,1
		Samarqand	3067,4	Sirdaryo	1192,9
		Toshkent shahri	3012,0	Navoiy	977,4
		Buxoro	2885,5		
		Namangan	2703,6		
		Xorazm	2061,83		

O‘zbekistonning kiyim ishlab chiqarish sohasini viloyatlar kesimida tahlil qilamiz (2.3-jadval).

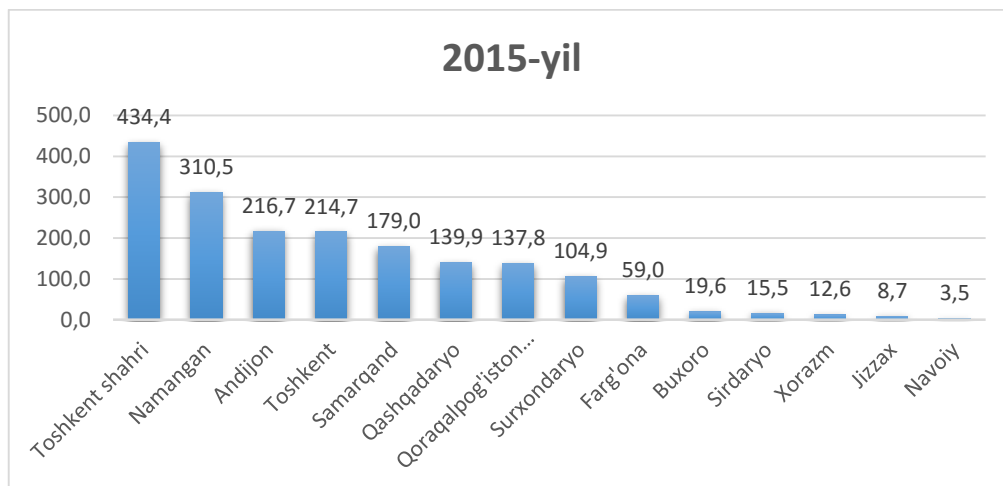
**2.3-jadval.****O‘zbekiston Respublikasi viloyatlar kesimida kiyim ishlab chiqarish mlrd.so‘mda<sup>51</sup>**

	2015-y	2016-y	2017-y	2018-y	2019-y	2020-y	2021-y	2022-y	2023-y
Qoraqalpog'iston Respublikasi	137,8	144,7	89,9	130,2	122,5	146,0	132,9	138,2	193,6
Andijon	216,7	1014,1	1247,5	1603,7	1778,7	2215,0	3726,9	5817,1	7727,0
Buxoro	19,6	30,1	344,3	383,8	502,8	603,2	712,2	747,2	740,9
Jizzax	8,7	143,0	143,8	235,9	308,3	334,4	313,8	393,4	518,7
Qashqadaryo	139,9	359,1	326,3	435,2	478,9	505,2	435,0	465,2	743,8
Navoiy	3,5	647,7	589,5	725,0	928,1	777,9	918,3	967,2	1218,9
Namangan	310,5	452,6	580,8	821,8	1104,9	1459,6	1427,5	1688,8	2419,1
Samarqand	179,0	186,0	224,9	341,7	271,3	597,1	657,6	697,1	795,3
Surxondaryo	104,9	145,0	150,7	213,2	227,0	288,8	335,4	259,7	318,8
Sirdaryo	15,5	26,0	486,9	398,7	463,6	240,1	475,5	294,0	297,6
Toshkent	214,7	256,7	441,5	595,8	1099,9	1476,4	1888,6	2635,1	3491,1
Farg'ona	59,0	82,4	481,6	551,7	631,1	782,4	1146,1	1302,8	1986,9
Xorazm	12,6	13,8	36,1	59,1	21,5	63,3	95,0	103,7	141,3
Toshkent shahri	434,4	916,8	984,5	1224,2	1169,0	927,1	1328,1	1755,4	1885,2

<sup>50</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

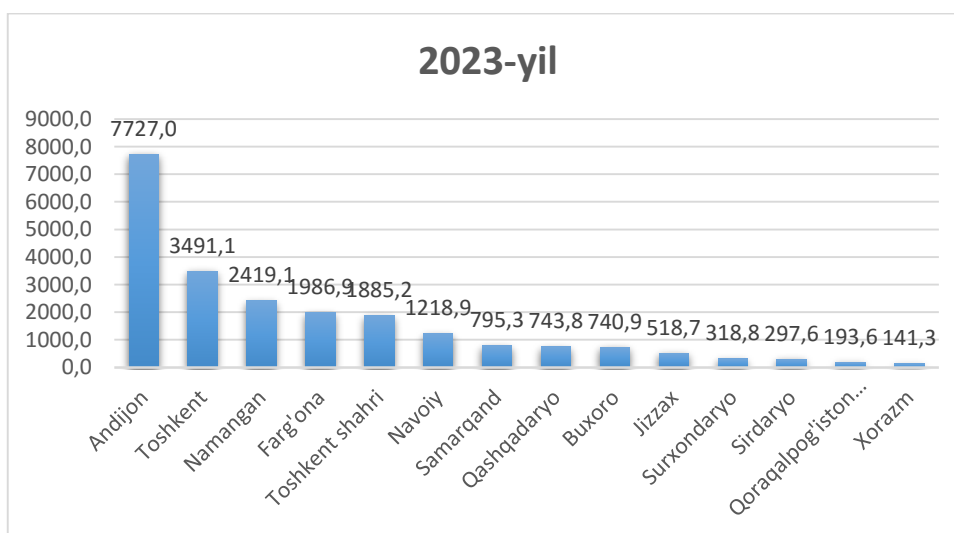
<sup>51</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

2.3-jadvaldan ko‘rishimiz mumkin, har bir viloyatda davr boshidan davr oxiriga qadar o‘shish tendensiyalari kuzatilgan va ba’zi viloyatlarda davr o‘rtalarida pasayish holatlari kuzatilishiga qarmasdan, davr oxiri 2023-yilda yuqori ko‘rsatkichlarni qayd etishgan.



**2.3-rasm. O‘zbekiston respublikasining 2015-yil kiyim ishlab chiqarish viloyatlar kesimida.<sup>52</sup>**

2015-yilda kiyim ishlab chiqarishda Toshkent shahri 434,4 mlrd so‘m bilan birinchi o‘rinni egallagan bo‘lsa, Navoiy viloyati 3,5 mlrd.so‘m bilan eng ohirgi o‘rinni band etgan. Surxondaryo viloyati esa, 104,9 mlrd.so‘m miqdorida kiyim ishlab chiqarish bilan 8-o‘rinda turibdi (2.3-rasm).



**2.4-rasm. O‘zbekiston respublikasining 2023-yil kiyim ishlab chiqarish viloyatlar kesimida.<sup>53</sup>**

<sup>52</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

<sup>53</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

2023-yilga kelib esa, yetakchilikni Andijon viloyati 7727,0 mlrd.so‘m kiyim ishlab chiqarish bilan egalladi. Eng past ko‘rsatkichni Xorazm viloyati 141,3 mlrd.so‘mni qayd etdi. Surxondaryo viloyati esa davr boshiga nisbatan 3 pog‘ona pastlab, 318,8 mlrd.so‘m bilan 11-o‘rinni egalladi (2.4-rasm).

Endi esa yana viloyatlarning butun davr mobaynida ishlab chiqargan kiyim mahsulotlari o‘rtacha miqdori bo‘yicha yuqori, o‘rta va past darajadagi ishlab chiqaruvchi viloyat kategoriyalarga ajratamiz (2.4-jadval).

## 2.4-jadval.

### 2015-2023-yillarda O‘zbekiston Respublikasi viloyatlarida ishlab chiqarilgan kiyim mahsulotlarining o‘rtacha miqdori bo‘yicha kategoriyalanishi<sup>54</sup>

Yuqori ishlab chiqaruvchi		O‘rta ishlab chiqaruvchi		Past ishlab chiqaruvchi	
Andijon	2816,3	Toshkent	1344,4	Farg‘ona	780,4
		Toshkent shahri	1180,5	Navoiy	752,9
		Namangan	1140,6	Buxoro	453,8
				Samarqand	438,9
				Qashqadaryo	432,1
				Sirdaryo	299,8
				Jizzax	277,6
				Surxondaryo	227,0
				Qoraqalpog‘iston Respublikasi	137,3
				Xorazm	60,7

Bu tarmoqni kategoriyaga ajratishda ham viloyatning 9 yil davomida ya’ni 2015-2023-yillar davomida ishlab chiqargan kiyim mahsulotlarining o‘rtacha miqdoriga ahamiyat berildi. 9 yil davomida o‘rtacha 1000 mlrd.so‘mgacha mahsulot ishlab chiqargan viloyatlarni past ishlab chiqaruvchilarga, 1000-2000 mlrd.so‘mgacha bo‘lganlarni o‘rta ishlab chiqaruvchilarga, 2000 mlrd.so‘mdan yuqorilarni yuqori ishlab chiqaruvchilarga ajratdik. Surxondaryo viloyati 9 yil davomida ishlab chiqargan kiyim mahsulotlari o‘rtacha miqdori 227,0 mlrd.so‘mni tashkil etganligi tufayli past ishlab chiqaruvchi kategoriyasiga kiritildi.

<sup>54</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

Respublikamizning teri ishlab chiqarish tarmog'ini tahlil qiladigan bo'lsak, qolgan 2 ta tarmoqqa nisbatan ancha past ko'rsatkichlarga ega (2.5-jadval).

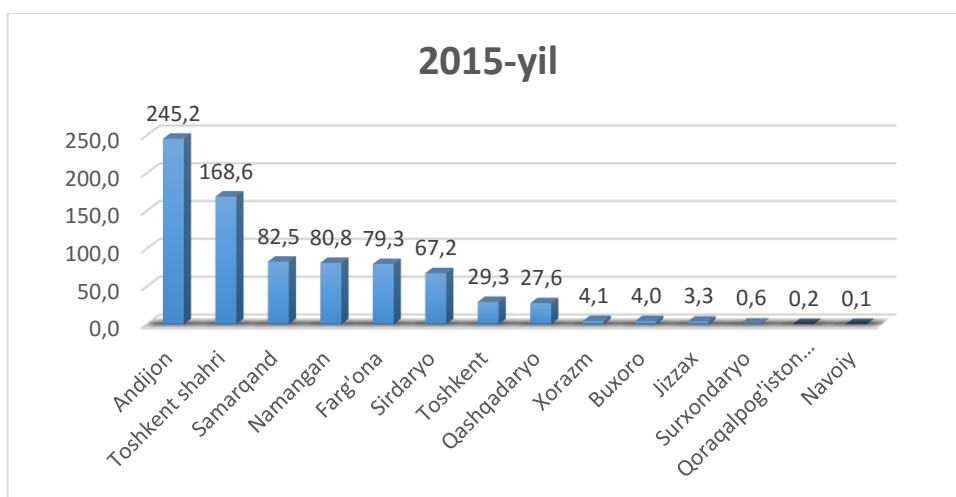
**2.5-jadval.**

**O'zbekiston Respublikasi viloyatlar kesimida teri mahsulotini ishlab chiqarish mlrd.so'mda<sup>55</sup>**

	2015- y	2016- y	2017- y	2018- y	2019- y	2020- y	2021- y	2022- y	2023- y
Qoraqalpog'iston Respublikasi	0,2	0,2	0,2	0,3	1,4	1,8	2,1	2,8	3,1
Andijon	245,2	351,3	380,3	406,8	495,5	583,3	570,9	661,6	703,1
Buxoro	4,0	5,0	5,8	7,3	7,7	8,6	28,2	18,5	32,0
Jizzax	3,3	115,1	200,7	72,5	2,1	2,2	1,4	1,8	2,5
Qashqadaryo	27,6	3,1	33,5	68,8	55,6	50,5	41,9	45,3	40,0
Navoiy	0,1	3,0	59,6	17,3	34,1	42,9	43,6	41,3	47,9
Namangan	80,8	122,3	153,8	169,6	200,0	162,9	239,1	225,4	272,9
Samarqand	82,5	87,0	103,7	154,2	149,8	198,1	276,1	263,4	289,6
Surxondaryo	0,6	1,6	1,2	1,0	1,0	0,4	0,9	0,4	1,4
Sirdaryo	67,2	65,6	139,7	268,4	108,0	95,3	249,8	238,1	362,2
Toshkent	29,3	37,8	51,4	58,2	63,2	65,7	63,5	140,1	158,8
Farg'ona	79,3	101,2	137,3	206,5	242,5	272,1	412,4	393,2	647,4
Xorazm	4,1	4,5	7,4	6,6	5,7	6,0	8,7	17,7	17,1
Toshkent shahri	168,6	107,4	164,6	210,3	227,5	116,8	145,3	170,9	216,7

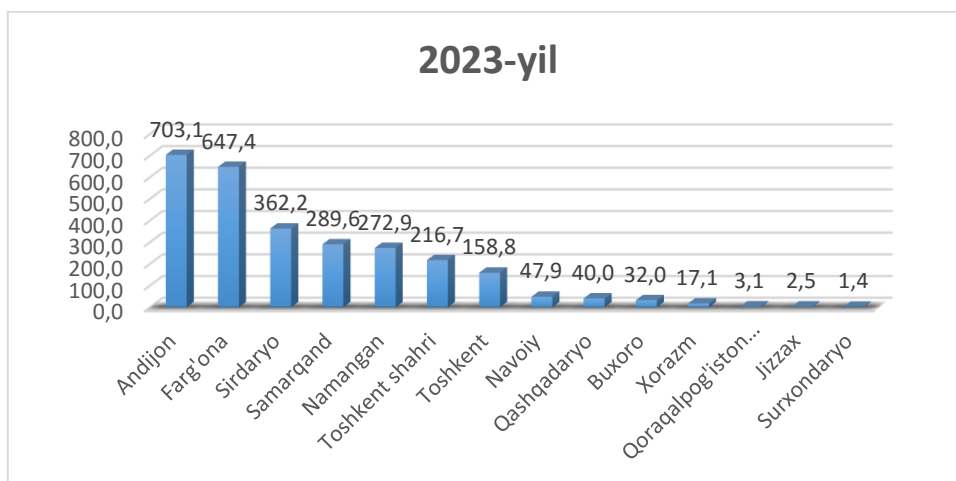
2.5-jadvalda ko'rishimiz mumkin, deyarli barcha viloyatlarda davr boshi 2015-yildan davr oxiri 2023-yilga qadar o'sish sur'atlari kuzatilgan. Navoiy viloyatini oladigan bo'lsak, 2015-yilda juda kichik ko'rsatkich 0,1 mlrd.so'm miqdorida teri mahsulotlari ishlab chiqargan bo'lsa, 2023-yilga kelib, bu summa bir necha 100 barovar ko'paygan ya'ni 47,9 mlrd.so'm bo'lgan.

<sup>55</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.



**2.5-rasm. O'zbekiston respublikasining 2015-yil teri mahsulotlari ishlab chiqarish viloyatlar kesimida.<sup>56</sup>**

Andijon viloyati davr boshi 2015-yilda viloyatlar o'rtasida eng yuqori ko'rsatkichni 245,2 mlrd.so'mni tashkil etgan, bo'lsa, eng past ko'rsatkichni Navoiy viloyati 0,1mlrd.so'mni qayd etgan. Surxondaryo viloyati ham eng so'nggi pog'onalaridan 12-o'rinda 0,6 mlrd.so'mni qayd etgan (2.5-rasm).



**2.6-rasm. O'zbekiston respublikasining 2023-yil teri mahsulotlari ishlab chiqarish viloyatlar kesimida.<sup>57</sup>**

2023-yilga kelib, yana eng yuqori natijani Andijon viloyati 703,1 mlrd.so'm bilan qayd etgan. Eng past natijani viloyatimiz Surxondaryo viloyati 1,4 mlrd.so'mni tashkil etgan (2.6-rasm).

Yengil sanoatning ushbu tarmog'ini ham yana viloyatlarning butun davr mobaynida ishlab chiqargan teri mahsulotlari o'rtacha miqdori bo'yicha yuqori,

<sup>56</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

<sup>57</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

o‘rta va past darajadagi ishlab chiqaruvchi viloyat kategoriyalarga ajratamiz (2.6-jadval).

## 2.6-jadval.

### 2015-2023-yillarda O‘zbekiston Respublikasi viloyatlarida ishlab chiqarilgan teri mahsulotlarining o‘rtacha miqdori bo‘yicha kategoriyalanishi<sup>58</sup>

Yuqori ishlab chiqaruvchi		O‘rta ishlab chiqaruvchi		Past ishlab chiqaruvchi	
Andijon	488,6	Namangan	180,8	Toshkent	74,2
Farg‘ona	276,9	Samarqand	178,2	Jizzax	44,6
		Sirdaryo	177,1	Qashqadaryo	40,7
		Toshkent shahri	169,8	Navoiy	32,2
				Buxoro	13,0
				Xorazm	8,6
				Qoraqalpog‘iston Respublikasi	1,3
				Surxondaryo	1,0

Bu tarmoqni kategoriyaga ajratishda ham viloyatning 9 yil davomida ya’ni 2015-2023-yillar davomida ishlab chiqargan teri mahsulotlarining o‘rtacha miqdoriga ahamiyat berildi. 9 yil davomida o‘rtacha 100 mlrd.so‘mgacha mahsulot ishlab chiqargan viloyatlarni past ishlab chiqaruvchilarga, 100-200 mlrd.so‘mgacha bo‘lganlarni o‘rta ishlab chiqaruvchilarga, 200 mlrd.so‘mdan yuqorilarni yuqori ishlab chiqaruvchilarga ajratdik. Surxondaryo viloyati 9 yil davomida ishlab chiqargan to‘qimachilik mahsulotlari o‘rtacha miqdori 1,0 mlrd.so‘mni tashkil etganligi tufayli past ishlab chiqaruvchi kategoriyasiga kiritildi.

Yuqoridagi tahlillardan ko‘rinib turibdiki, Surxondaryo viloyati to‘qimachilik, kiyim va teri mahsulotlarini ishlab chiqarishda respublikaning boshqa viloyatlariga qaraganda past ishlab chiqaruvchi toifasiga kirdi. Bu esa viloyatda ushbu sanoat sohasining yetarli darajada raqobatbardosh emasligidan darak beradi. Ammo 2.1-2.3-2.5- jadvallarga nazar tashlaydigan bo‘lsak, Surxondaryoda to‘qimachilik, kiyim va teri mahsulotlari ishlab chiqarish yildan-yilga o‘shish tendensiyasini qayd etgan. Bunga so‘nngi yillarda yangi ochilgan korxonalarining

<sup>58</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

samarali faoliyati sabab bo'lyabdi. Xususan, 2018-yilda Surxondaryo viloyati Termiz tumanida O'zbekiston-Angliya qo'shma korxonasi "AMUDAR TEXTILE" MCHJ ishga tushirildi. Korxonada 13 million 500 ming AQSH.dollari qiymatidagi zamonaviy uskunlar bilan jihozlangan bo'lib, paxta xomashyosidan ip-kalava ishlab chiqarishga mo'ljallangan. Korxonada 700 kishi mehnat qilib, yiliga 7 ming tonna ip-kalava ishlab chiqarishga rejalashtirilgan.

2019-yilda esa, Surxondaryo viloyati Sherobod tumanida "Sherobod Textile Invest" MCHJ faoliyatini boshladi. Ushbu korxonada 700 kishi mehnat qilib, yiliga 15 ming tonna ip-kalava ishlab chiqaradi.

Shuningdek, Surxondaryo viloyatimizda hozirgi kunda quyidagi paxta to'qimachilik ishlab chiqarish klasterlari ish faoliyatini olib bormoqda: "Angor Surxon g'ururi" MCHJ, "Surxondaryo Agroxizmat" MCHJ, "Termiz Jayxun Cluster" MCHJ, "Surxon Sifat Tekstil" MCHJ, "Shoshmaxkashshob" MCHJ. Ushbu klsterlar paxta xomshyosidan to to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishgacha bo'lgan jarayonlarni o'z ichiga oladi. Vohamizdagi "Suhonteks" MCHJ QK, "Amudar textile" MCHJ QK, "Mo'min tekstil" MCHJ, "Nortex style" MCHJ XK, "Zamin angor cluster" MCHJ, "Dream cotton textile" MCHJ kabi kalava ip ishlab chiqarish korxonalari faoliyat yuritmoqda. Surxondaryo viloyatimizda ishlab chiqarilayotgan kalava iplar Rossiya, Belorussiya, Turkiya kabi davlatlarga eksport qilinmoqda. Tayyor trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarib, uni eksport qilyotgan quyidagi korxonalar faoliyat olib bormoqda: "Angor Surxon g'ururi" MCHJ, "Shoshmaxkashshob" MCHJ, "Dream silk" MCHJ, "Sewberry" MCHJ.<sup>59</sup>

2.6-rasmdan ma'lumki, Surxondaryo viloyati 2023-yilda teri ishlab chiqarishda viloyatlar o'rtasida eng past ko'rsatkichni qayd etgan. Shuningdek, 2.6-jadvalda ham ko'rishimiz mumkinki, Surxondaryo viloyati past ishlab chiqaruvchi

---

<sup>59</sup> Nurali Safarov "Vohamizda to'qimachilik" <https://www.surxontongi.uz>

kategoriyada ham eng oxirgi o‘rinni egallagan. Buning sababi, viloyatda terini qayta ishlash korxonlarining mavjud emasligida edi.

Ammo 2023-yil noyabr oyida Surxondaryo viloyatining Angor tumanida chorva mollari terisini qayta ishlovchi “Top Quality Brand” MCHJ klaster korxonasi ishga tushirildi. Korxonaning umumiy qiymati 23 mln.AQSH.dollariga teng bo‘lib, Italiya va Turkiya texnologiyasi bilan jihozlangan va 450 ta ish o‘rniga ega. Korxonada to‘liq ishga tushgach, yiliga 450 ming juft har xil turdagi erkaklar, bolalar va sport poyabzallari, 250 ming dona charm-attorlik mahsulotlari, 5 ming tonna jelatin va kollagen ishlab chiqaradi. Korxonada “LWG” – “Charm-ishchi guruhi”ning (atrof-muhit va insoniyatga zararsiz ishlab chiqarish ) “Gold” xalqaro sertifikatiga ega. Bu esa korxonaning Yevropa bozoriga mahsulotlarini bevosita eksport qilish va xorijiy brend zanjirlariga qo‘shilish imkoniyatini beradi. Korxonada Ozarbayjon, Turkiya, Rossiya, Italiya, Hindiston, Germaniya, Portugaliya kabi davlatlarga 45 mln.AQSH dollari miqdorida mahsulot eksport qilinishi kutilmoqda. Bu yerda “Mercedes-Bens”, “DEU”, “Audi” va “Toyota” avtomobillari o‘rindiqlari uchun tayyor charm yetkazib berish ham rejalashtirilgan.<sup>60</sup>

Surxondaryo viloyatida bu kabi forxonalarning faoliyat yuritishi bevosita to‘qimachilik va kiyim mahsulotlari ishlab chiqarilishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi va ularning sonini oshishi viloyatimizning kelajakda “yuqori ishlab chiqaruvchi” kategoriyasidan o‘rin olishiga yordam beradi.

---

<sup>60</sup> <https://www.axborot.com/>

### 2.3. O‘zbekiston to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining tashqi bozordagi holati ( Surxondaryo viloyati misolida ).

To‘qimachilik yengil sanoatning yetakchi tarmog‘i hisoblanadi va 18-asrga qadar ancha mehnat talab qilganligi sababli asosan uyda va ustaxonalarda hunarmandchilik usullari bilan rivojlangan. Uzoq vaqtlardan beri tabiiy matolar va ulardan tayyorlangan mahsulotlar tayyorlash bo‘yicha yetakchi o‘rinlarda Eron, Xitoy, Misrning aholi zich joylashgan viloyatlari hisoblangan va ularning mahsulotlari Yevropaga muhim eksport bo‘lib kelgan.

Hozirgi davrdagi to‘qimachilik sanoati mahsulotlari eksporti bo‘yicha dunyoda yetakchi o‘rinda turuvchi mamlakatlar reytingini ko‘radigan bo‘lsak, unda liderlikni Xitoy egallagan. Quyida top-20 ta yirik jahon yengil sanoat mahsulotlari eksporterlari keltirilgan.

#### 3.1. Jadval

##### To‘qimachilik mahsulotlari eksport qiluvchi top-20 ta davlat<sup>61</sup>

1	Xitoy	6	Bangladesh	11	Gongkong	16	Pakistan
2	Hindiston	7	AQSH	12	Janubiy Koreya	17	Belgiya
3	Germaniya	8	Fransiya	13	Niderlandiya	18	Tailand
4	Italiya	9	Yaponiya	14	Buyuk Britaniya	19	Shri-Lanka
5	Turkiya	10	Vyetnam	15	Ispaniya	20	Meksika

Ushbu mamlakatlar eksport qiladigan asosiy matolarga:

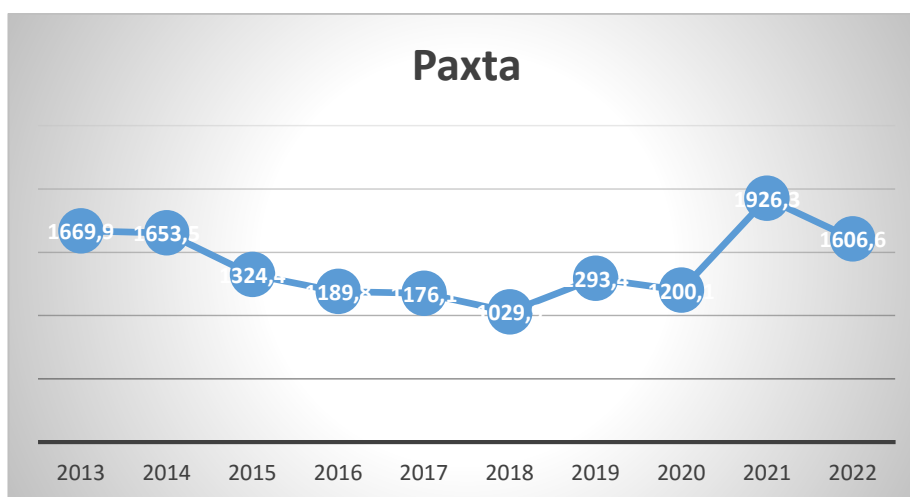
- paxtalik matolar: paxta, denim, satin, poplin, muslin.
- sintetik matolar: poliyester, neylon, akril.
- jun matolar: jun, kashemir, angora, moxer.
- ipak matolar: ipak, tafta, shifon kabi matolar kiradi.

<sup>61</sup> <https://www.lindeal.com>

2023-yil holatiga ko'ra O'zbekiston Respublikasining YaIM hajmi 1,06 kvadrln so'mni, AQSH dollaridagi valyuta kursi bo'yicha esa \$86,1 mlrd AQSH dollarini tashkil etdi. Shundan eksport hajmi 24426,2 kvadrln so'mni tashkil etgan.

Mamlakatimizning 2013-2022-yillardagi to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari eksportini tahlil qilamiz. (1-ilova) O'zbekistonning 2022-yilda umumiy eksport miqdori 19 293, 7ming.AQSH dollarini, shundan yengil sanoat eksport miqdori 3386,1 mln.AQSH dollarini ya'ni yengil sanoat umumiy eksportning 17,5 % qismini tashkil etgan.

Ilovadagi jadvaldan ko'rinib turibdiki, eksport hajmidagi eng yuqori ulush paxta xomashyosiga to'g'ri kelyabdi. U barcha davrlarda boshqa mahsulotlarga nisbatan eng yuqori ko'rsatgichga ega. Mamlakatimiz jahonda paxta yetishtirish bo'yicha 6-o'rinda turadi va uni eksport qilish bo'yicha top-5 ta davlatlar qatoriga kiradi. 1-o'rinni AQSH egallagan bo'lib, uning ulushi jahon eksportida 34,8 % ni tashkil etadi. Keyingi o'rinni Braziliya yiliga 1,5 mln.tonna paxta eksport qiladi bu esa jahon paxta eksportining 15,8 % ini tashkil etadi. Uchinchi o'rinda 9,7 % eksport ulushi yoki yiliga 900 ming tonna paxta sotish bilan Hindiston turadi. To'rtinchi pog'onani Avstraliya egallagan bo'lib, uning ulushi 4,3 % ni tashkil etadi. 5-o'rinni esa mamlakatimiz egallagan.



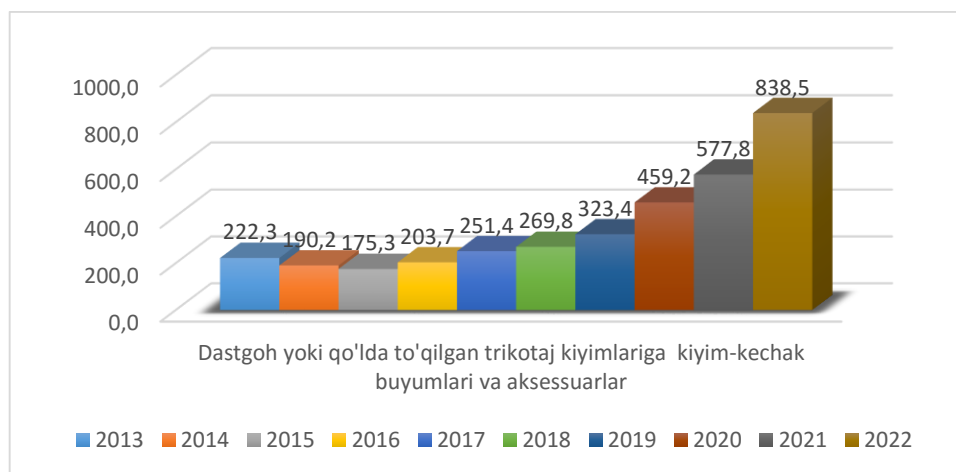
**3.1-rasm. O'zbekiston respublikasi paxta xomashyosi eksporti<sup>62</sup>.**

<sup>62</sup> Muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

Yuqoridagi 3.1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, paxta xomashyosi eksporti 2015-yildan beri kamayib kelmoqda va 2021-yilga kelib 1926,3 mln.AQSH dollari hisobida eksport qilgan bo‘lib, 2020-yilga nisbatan keskin o‘shish sur‘atlarini qayd etgan. Ammo 2022-yilga kelib esa, bu ko‘rsatkich 1606,6 mln. AQSH dollarini qayd etib, pasayish kuzatilgan.

O‘zbekiston yengil sanoatida paxta tozalash tarmog‘i yetakchi o‘rinda turadi. Dastlabki paxta tozalash zavodlari 1874-yilda Toshkentda qurilgan va bu tarmoq jadal rivojlangan. Tarixga nazar soladigan bo‘lsak, 1885-yilda 9 ta, 1890-yilda 27 ta, 1914-yilda 208 ta paxta tozalash zavodlari ishlagan. Hozirgi davrda 128 ta paxta tozalash zavodlari mavjud bo‘lib, ularning eng yiriklari Qorako‘l, G‘ijduvon, Kattaqo‘rg‘on, Qo‘rg‘ontepa, Xazarasp, Qo‘qon, Quva, Juma, Denovda faoliyat olib boradi.

Paxta xomashyosidan keyingi o‘rinda turuvchi yuqori eksport ulushiga ega bo‘lgan dastgoh yoki qo‘lda to‘qilgan trikotaj kiyimlariga kiyim-kechak buyumlari va aksessuarlar eksportiga to‘xtaladigan bo‘lsak, yuqori o‘shish sur‘atlarini ko‘rishimiz mumkin.( 3.2-rasm)



**3.2-rasm. O‘zbekiston respublikasi dastgoh yoki qo‘lda to‘qilgan trikotaj kiyimlarig kiyim-kechak buyumlari va aksessuarlar eksporti<sup>63</sup>.**

2014-2015-yillarda pasayish kuzatilgan bo‘lishiga qaramasdan, 2016-yildan 2022-yilgacha ko‘tarilib kelgan. 2019-yilda bu mahsulotlar eksporti qiymati 323,4 mln.AQSH dollarini tashkil etgan bo‘lib, 2020-yilda 1,42 barovarga o‘shib 459,2

<sup>63</sup> Muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

mln.AQSH dollarini tashkil etgan. Ayniqsa yuqori o‘shish sur‘ati 2022-yilda qayd etilgan bo‘lib, 2021-yilga nisbatan 1,45 barovarga ko‘tarilib, 838,5 mln.AQSH dollarini qayd etgan.

Keyingi yuqori ko‘rsatkich qayd etgan kategoriya bu ipak hisoblanadi. 2018-yil statistikasiga ko‘ra jahon bo‘yicha yiliga 609332 tonna ipak matosi ishlab chiqariladi. Xitoy Xalq Respublikasi jahondagi ipak matosining 60% dan ko‘prog‘ini ya‘ni yiliga 403021 tonna ipak ishlab chiqaradi. Ikkinchi o‘rinda esa yiliga 161127 tonna hajm bilan Hindiston davlati turadi. Mamlakatimiz yiliga 17912 tonna ipak ishlab chiqarish bilan 3-o‘rinni egallagan<sup>64</sup>. Endi ushbu mahsulotning eksportiga keladigan bo‘lsak, 2022-yil holatiga ko‘ra ipak mahsulotining asosiy eksportchilari quyidagi mamlakatlar bo‘ldi :

1. Xitoy – jahon eksportining 49 % (932 mln.AQSH dollari )
2. Italiya – 14,2 % ( 270 mln.AQSH dollari )
3. Vyetnam – 7,54 % ( 143 mln.AQSH dollari)
4. Hindiston – 4,99 % ( 94 mln.AQSH dollari )
5. O‘zbekiston – 4,95 % ( 94 mln.AQSH dollari)<sup>65</sup>.

Yuqoridagi statistik ma‘lumotlardan ko‘rinib turibdiki, mamlakatimiz ushbu mahsulotni ishlab chiqarish va eksport qilish bo‘yicha jahonda yetakchi pog‘onalarda ekan. O‘zbekistonning 150 dan ortiq tumanlarida har yili 22 ming tonna xom pilla yetishtiriladi. Respublikamiz bo‘yicha 53 ming gektar tut planatsiyasi mavjud. Tut plantatsiyalari maydoni bo‘yicha yetakchi o‘rinlarda Samarqand viloyati (7673 ga), Qashqadaryo viloyati (7654 ga), Andijon viloyati (5449 ga), Xorazm viloyati (5424 ga), Buxoro viloyati (3889 ga) va Surxondaryo viloyati (3760 ga) egallaydi. 01.04.2021 yil holatiga ko‘ra, ipakchilik sanoatida Respublikamiz hududida 74 ta xom-ipak, ipak matolari va ipak iplari ishlab chiqarishga ixtisoslashtirilgan 74 ta korxonalar qayd etilgan. Ipak mahsulotimizning asosiy xaridorlari Xitoy ( butun eksportning 45,2 %), Tojikiston (24,6 %), Vyetnam

---

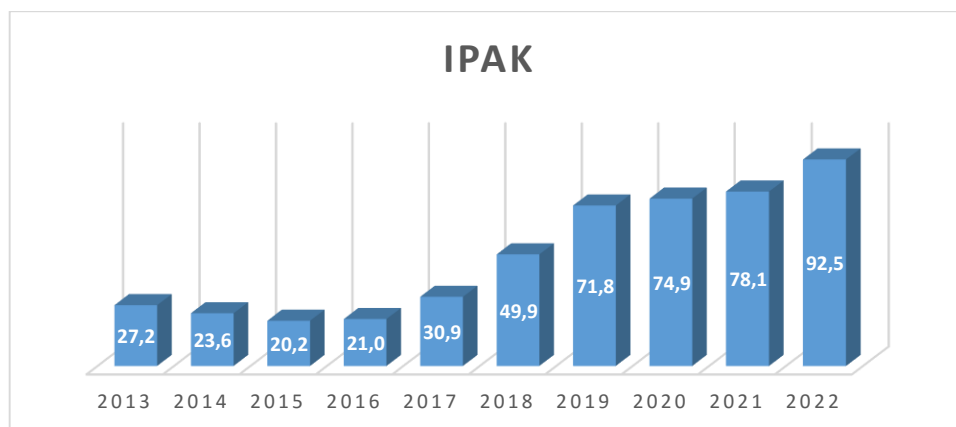
<sup>64</sup> <https://www.AtlasBig.com>

<sup>65</sup> <https://www.trendeconomy.ru>

(8,1 %), Eron ( 7,6 %), Hindiston (47 %) va Qirg‘iziston (4,6 %) davlatlari hisoblanadi<sup>66</sup>.

Mamlakatimiz ipakchilik sanoati tarixiga nazar soladigan bo‘lsak, birinchi pillakashlik fabrikasi 1921-yilda Farg‘ona shahrida (56 qozonli ) ishga tushirilgan. Bunga qadar esa, ipak gazlamalarning asosiy qismi mahalliy hunarmandchilik ustaxonalarida ishlab chiqarilgan. Keyinchalik pillakashlik fabrikalari Buxoro, Samarqand, Marg‘ilon shaharlarida ham qurildi. Shuningdek, ipak tolsidan shoyi to‘qish ham rivojlanin borgani tufayli, Marg‘ilon atlas (1925-yil), Marg‘ilon shoyi (1928-yil), Namangan abrli gazlamalar (1925-yil), Qo‘qon shoyi to‘qish fabrikasi (1926-yil), Samarqand shoyi (1934-yil) kombinatlari ishga tushirildi.

Mamlakatimizning 2013-2022-yillar oralig‘idagi ipak mahsuloti eksportini tahlil qiladigan bo‘lsak, 2013-yildan 2015-yilga qadar pasayish kuzatilgan. 2016-yildan boshlab, eksport miqdori o‘sib borgan. Ayniqsa, 2017-2019-yillar orasida keskin yuqorilash kuzatilgan bo‘lib, 2019-yilda 2016-yilga nisbatan 3,4 baravarga o‘sib, 71,8 mln.AQSH dollarini tashkil etgan. 2022-yilga kelib, mamlakatimizning ipak mahsuloti eksport salohiyati eng yuqori ko‘rsatkichni 92,5 mln.AQSH dollariga erishdi.



### ***3.3-rasm. O‘zbekiston Respublikasi Ipak mahsulotining eksporti<sup>67</sup>.***

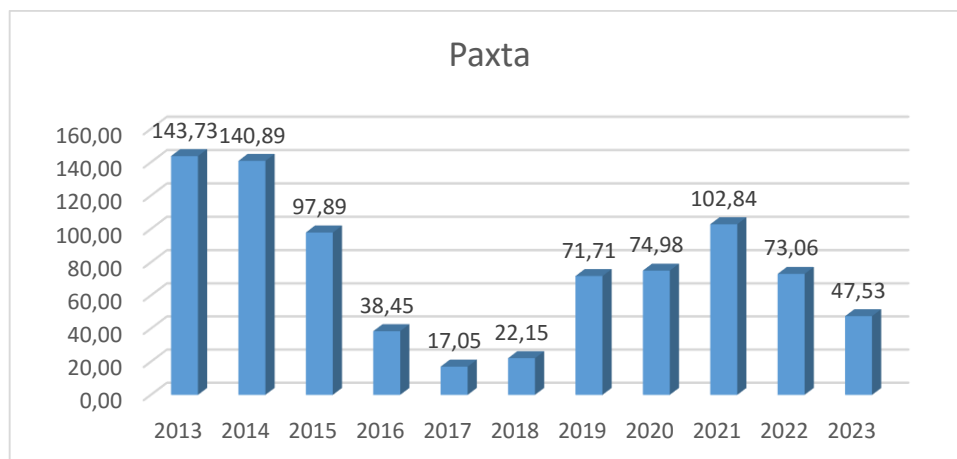
Umuman olganda yengil sanoat sohasining boshqa sohalari ham yuqori eksport ko‘rsatkichlariga ega. 2022-yil holatiga ko‘ra, dastgoh yoki qo‘lda to‘qilgan trikotaj matolar eksport miqdori 307,7 mln.AQSH dollarini, boshqa tayyor

<sup>66</sup> <https://www.review.uz>

<sup>67</sup> Muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

to‘qimachilik mahsulotlari; to‘plamlar; ishlatilgan kiyim va to‘qimachilik mahsulotlari; lattalar esa 161,7 mln.AQSH dollarini, dastgoh yoki qo‘lda to‘qilgan trikotaj kiyimlardan tashqari kiyimlarga kiyim-kechak buyumlari va aksessuarlar 89,5 mln.AQSH dollarini, kimyoviy tolalar 58,9 mln.AQSH dollarini, paxta momig‘i; namat yoki kigiz va to‘qilmagan materiallar; maxsus kalava ip; arg‘amchi, arqon, kanat va trostlar va ulardan tayyorlangan mahsulotlar 54,4 mln.AQSH dollarini tashkil etgan. Bu ko‘rsatkichlardan ko‘rinib turibdiki so‘nggi yillarda yengil sanoat eksport salohiyati o‘sib bormoqda, bu esa ushbu tarmoqning tashqi bozordagi holati jadal rivojlanayotganidan dalolat beradi.

Endi esa, Surxondaryo viloyatining yengil sanoat tarmog‘ining eksport salohiyatini tahlil qilamiz. 2023-yil sarhisobiga ko‘ra, Surxondaryo yengil sanoat tarmog‘inig umumiy eksport miqdori qariyb 84,0 mln AQSH dollarini tashkil etgan (2-ilova).



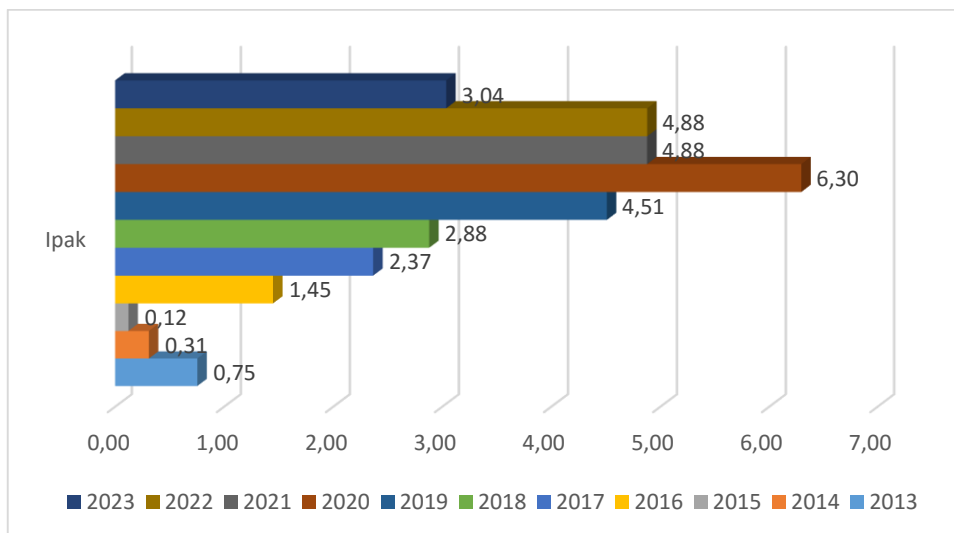
### **3.4-rasm. Surxondaryo viloyati paxta xomashyosi eksporti<sup>68</sup>**

Eksport tarkibidagi eng katta ulush paxta xom-ashyosiga to‘g‘ri kelganiga qaramay, uning eksport miqdori yildan-yilga kamayib borgan. 2013-yilda Surxondaryo paxta xomashyosining eksport miqdori 143,7 mln.AQSH dollarini tashkil etgan bo‘lsa, bu ko‘rsatkich 2017-yilgacha kamayish sur‘atlarini qayd etib, davr oralig‘idagi eng past ko‘rsatkichni 17,05 mln.AQSH dollarini tashkil etgan.

Biroq, keyingi yildan ushbu mahsulot eksporti yana o‘shishni davom etib, 2021-yilda 102,8 mln.AQSH dollarini tashkil etdi. 3.4-rasmdan ko‘rinib turibdiki,

<sup>68</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

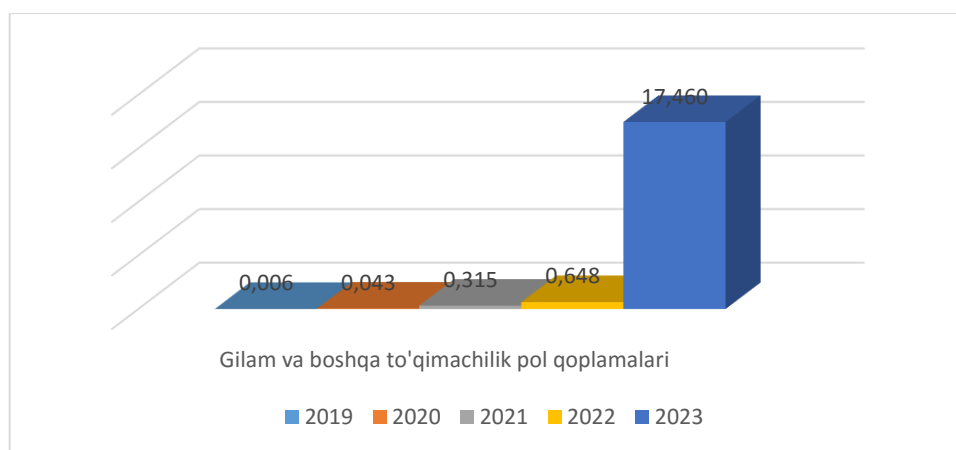
ushbu o‘shish davr boshi 2013-yilga nisbatan baribir 40,9 mln.AQSH dollariga kam. Surxondaryo paxta xomashyosini 2022-yilda esa 73,06 mln.AQSH dollari miqdorida eksport qildi va bu ko‘rsatkich 2023-yilda yana keskin pasaydi ya’ni 47,5 mln.AQSH dollarini tashkil etdi (3.4-rasm).



**3.5-rasm. Surxondaryo viloyati ipak mahsuloti eksporti<sup>69</sup>**

Umumiy eksport tarkibidagi keyingi yuqori ulush ipak mahsulotiga to‘g‘ri keladi. 2022-yilda ipak mahsulotining ekporti umumiy eksport miqdorning 5,8 % ini tashkil etgan. 2013-yildan 2015-yilgacha ipak eksporti 0,75 mln.AQSH dollaridan 0,12 mln.AQSH dollarigacha pasaygan. Ammo 2016-yildan eksport miqdori o‘shishni boshlagan va 2020-yilga kelib eng yuqori ko‘rsatkich 6,3 mln.AQSH dollarini tashkil etgan. Bu esa 2015-yilga nisbatan 52,5 barobar o‘sganligini ko‘rsatadi. Biroq, 2021-yilga kelib, ipak mahsuloti eksportida 4,88 mln.AQSH dollariga tushish kuzatildi va bu ko‘rsatkich 2022-yilda ham o‘zgarishsiz qoldi. 2023-yil sarhisobiga ko‘ra, Surxondaryoda ipak eksport miqdori 2022-yilga nisbatan qariyb 1,8 mln.AQSH dollariga kamayib, 3,04 mln.AQSH dollarini tashkil etdi. O‘z navbatida Surxondaryo viloyatida ipakchilik tarmog‘i 2021-yilgacha jadal rivojlanganiga qaramasdan so‘nggi yillarda inqirozga uchrayotganidan darak bermoqda (3.5-rasm).

<sup>69</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

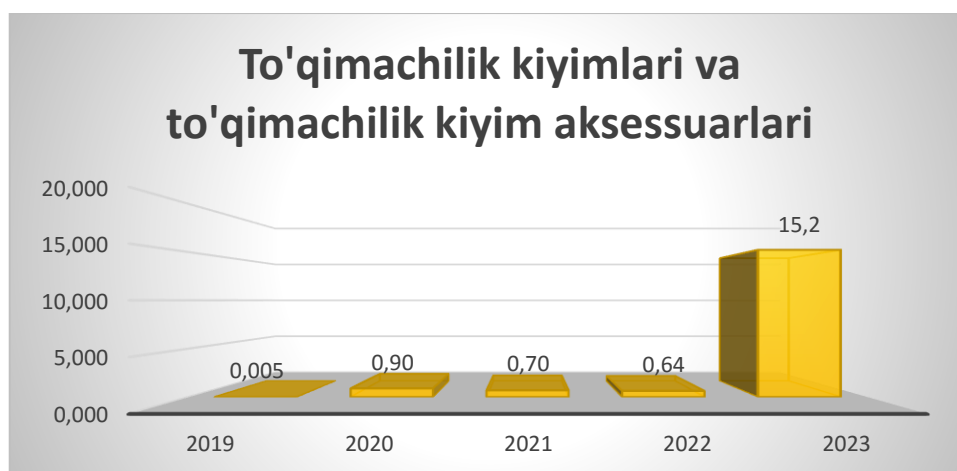


**3.6-rasm. Surxondaryo viloyati gilam va boshqa to‘qimachilik pol qoplamalari eksporti<sup>70</sup>**

Surxondaryo viloyati to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlar eksport tarkibidagi keyingi yuqori ulush gilam va boshqa to‘qimachilik pol qoplamalariga to‘g‘ri keladi. Tarmoqdagi ushbu yo‘nalish o‘z faoliyatini 2019-yildan boshlagan bo‘lishiga qaramay davr mobaynida o‘sib borib, 2023-yil yuqori eksport natijalarini qayd etdi (3.6-rasm).

3.6-rasmdan ko‘rinib turibdiki, 2019-yilda Surxondaryoda gilam va boshqa to‘qimachilik pol qoplamalari eksport miqdori juda kichik miqdorni ya’ni 0,006 mln.AQSH dollarini qayd etgan. Keyingi yildan ushbu tarmoq mahsuloti eksporti sezilarli darajada o‘shish ya’ni 0,043 mln.AQSH dollari miqdorida eksport qilingan. 2021-yilda 2020-yilga nisbatan 7,3 baravar ko‘p ya’ni 0,315 mln.AQSH dollari miqdorida gilam va boshqa to‘qimachilik mahsulotlari eksport qilingan. 2022-yilda ham ushbu tarmoq mahsulotlari eksport miqdori o‘shishda davom etib, 0,648 mln AQSH.dollarini tashkil etdi. O‘tgan yil ya’ni 2023-yilda gilam va boshqa to‘qimachilik mahsulotlari eksport miqdori keskin ravishda ko‘tarildi, ya’ni qariyb 17,46 mln AQSH.dollarini qayd etdi. Bu esa ushbu tarmoqning Surxondaryo viloyatida jadal rivojlanayotganini va viloyat yengil sanoatiga ulkan hissa qo‘shayotganini ko‘rsatadi.

<sup>70</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.



**3.7-rasm. Surxondaryo viloyati to‘qimachilik kiyimlari va to‘qimachilik kiyim aksessuarlari eksporti<sup>71</sup>**

Keyingi yuqori eksport ko‘rsatkichlariga ega yo‘nalish to‘qimachilik kiyimlari va to‘qimachilik kiyim aksessuarlari hisoblanadi. Ushbu tarmoq yo‘nalishi ham faoliyatini yaqinda ya’ni 2019-yilda boshlagan va 2023-yilda Surxondaryo to‘qimachilik va tikuv-trikotajlari mahsulotlari eksport tarkibida yuqori ulush qayd etgan (3.7-rasm).

3.7-rasmdan ko‘rinib turibdiki, davr boshida 2019-yilda Surxondaryo viloyatida to‘qimachilik kiyimlari va to‘qimachilik kiyim aksessuarlari eksporti 0,005 mln.AQSH dollarini tashkil etgan. 2020-yilga kelib, bu soha eksportida keskin o‘shish kuzatilib, 0,90 mln.AQSH dollari miqdoriqayd etildi. Ammo keyingi yil bu natija 0,20 mln.AQSH dollariga kamayib, 0,70 mln.AQSH dollari miqdorida Surxondaryo to‘qimachilik kiyimlari va to‘qimachilik kiyim aksessualari eksport qilingan. 2022-yilda esa ushbu soha eksportida pasayish kuzatilib, 0,64 mln.AQSH dollarini tashkil etgan. 2023-yilda esa ushbu soha juda yuqori ko‘rsatkichda qariyb 15,2 mln.AQSH dollari miqdorida eksport qilingan. Ushbu soha Surxondaryo viloyati to‘qimachilik sanoatiga yangi kirib kelishiga qaramasdan qisqa davr ichida eksportda yuqori o‘shish sur‘atlarini qayd etgan.

Yuqoridagi tahlil natijalaridan ko‘rinib turibdiki, yurtimizda va Surxondaryo viloyatida so‘nggi yillarda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari eksporti miqdori o‘shib kelgan. Bunga prezidentimiz tomonidan to‘qimachilik sanoatiga

<sup>71</sup> <https://www.stat.uz> sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan Microsoft Excel dasturida tayyorlandi.

bog‘liq qabul qilingan qaror va farmoyishlarning ko‘rsatgan natijalari desak mubolag‘a bo‘lmaydi. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.05.2020 yil № PF-5989-sonli “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi <sup>72</sup> farmoniga muvofiq, O‘zbekiston bojxona chegarasi orqali paxta ip-kalavasi va trikotaj matoni (bo‘yalgan trikotaj matodan tashqari) olib chiqishda har bir kg uchun yig‘im undiriladi:

2021-yil 1 yanvardan – \$0,01;

2022-yil 1 yanvardan - \$0,05;

2023-yil 1 yanvardan - \$0,1;

2025-yil 1 yanvardan - \$0,2.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 21.01.2022 yil № PF-53-sonli “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida chuqur qayta ishlash va yuqori qo‘shilgan qiymatli tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni hamda ularning eksportini rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi<sup>73</sup> farmonga asosan, 2022-yil 1-fevraldan 2025-yil 1-yanvargacha belgilangan tartibga muvofiq, investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi huzuridagi Eksportni rag‘batlantirish agentligi qoshida yuridik shaxs tashkil etmagan holda to‘qimachilik sohsini qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi tashkil etilgan.

Qoraqalpog‘iston va viloyatlarda bo‘yalgan mato, aralash va bo‘yalgan gazlama mahsulotlarini ishlab chiqarish loyihalarini amalga oshirgan tashkilotlarga uskunalar qiymatining 10% i, biroq 500\$ ming ekvivalentdan ko‘p bo‘lmagan miqdorda jamg‘arma hisobidan subsidiya ajratiladi.

Bo‘yalgan mato, bo‘yalgan gazlama va tayyor tikuv-trikotaj mahsulotlarini, shu jumladan komissioner (ishonchli vakil) orqali realizatsiya qilishdan tushgan umumiy tushumida ushbu mahsulotlarning kamida 80%ini eksport qilgan korxonalarga:

---

<sup>72</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-maydagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5989-sonli farmoni

<sup>73</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 21-yanvardagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida chuqur qayta ishlash va yuqori qo‘shilgan qiymatli tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni hamda ularning eksportini rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-53-sonli farmoni

- ijtimoiy soliqni 1% miqdordagi soliq stavkasi bo'yicha to'lash;
- mahalliy davlat hokimiyati organlariga ariza yubormasdan turib, soliq organlarini xabardor qilgan holda uch yil muddatgacha yuridik shaxslardan olinadigan mol-mulk solig'i to'lovini kechiktirish huquqi beriladi. Bunda ushbu soliqni kechiktirish muddati tugaganidan so'ng soliq qarzi va hisoblangan foizlar kechiktirish muddatiga teng muddat mobaynida bo'lib-bo'lib to'lanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 02.09.2023 yil № PF-155-sonli "To'qimachilik sanoatini moliyaviy qo'llab-quvvatlash bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi<sup>74</sup> farmonga muvofiq, to'qimachilik sanoati korxonalarining mavjud imkoniyatlarini to'liq safarbar etish, ularning eksport salohiyatini yanada oshirish maqsadida:

- gazlama, trikotaj mato va tayyor tikuv-trikotaj mahsulotlarini eksport qiluvchi korxonalarini revolver kreditlash asosida aylanma mablag' bilan ta'minlash uchun Eksportni qo'llab-quvvatlash jamg'armasiga buyurtmalarga asosan 2023-yilda Tiklanish va taraqqiyot jamg'armasidan qo'shimcha 50 million AQSh dollari 2026-yil 1-yanvarga qadar qaytarish sharti bilan yillik 4 foiz stavkada ajratilsin.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi prezidentining 11.09.2023 yildagi PF-158-sonli "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risidagi<sup>75</sup> farmonining "Milliy iqtisodiyotning eksport salohiyatini kuchaytirish va uning tarkibida qo'shilgan qiymati yuqori bo'lgan mahsulotlar ulushini keskin oshirish" nomli 55-maqsadining "Yangi O'zbekiston – raqobatbardosh mahsulotlar yurti" g'oyasi asosida milliy brendlarni xorijiy bozorlarga olib chiqadigan eksportchilarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash samaradorlik ko'rsatkichi belgilangan. Bu esa, mamlakatimiz eksport salohiyatining yanada yuqori o'sish ko'rsatkichlarini qayd etishga xizmat qiladi.

Ushbu prezident farmonlarinig kuchga kirishi, O'zbekiston (Surxondaryo) to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari ekportida ijobiy natijalar ko'rsatganini

---

<sup>74</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 2-sentabrdagi "To'qimachilik sanoatini moliyaviy qo'llab-quvvatlash bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-155-sonli farmoni

<sup>75</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentininng 2023-yil 9-sentabrdagi "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risidagi PF-158-sonli farmoni

yuqoridagi tahlil natijalardan ko‘rishimiz mumkin. Hukumatimiz tomonidan ushbu sanoat tarmog‘iga alohida e‘tibor qaratayotgani bejiz emas. Negaki, ushbu tarmoq mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun mamlakatimizda xom-ashyo bazasi yetarli va ushbu tarmoqni rivojlantirish orqali mamlakat iqtisodiyotining o‘shishiga ulkan hissa qo‘shish mumkin.

## II BOB BO‘YICHA XULOSALAR

II-bobda quyidagi xulosalar olingan:

1. O‘zbekiston to‘qimachilik, kiyim va teri mahsulotlari ishlab chiqarishni tavsiflovchi statistika va ryabsev indeksleri orqali tahlil qilindi. Tavsifiy statistika natijalari shuni ko‘rsatadiki, to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishning eng yuqori ko‘rsatkichi 18,06 bo‘ldi, ya’ni bu 2011-yilga to‘g‘ri keladi. Kiyim ishlab chiqarishda esa bu natija 5,06 bilan 2017-yilga to‘g‘ri keladi. Teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish esa 2017-yilda 1,2 ko‘rsatkich bilan eng yuqori natijani qayd etgan. Huddi shu kategoriyalarning eng minimumiga qaraydigan bo‘lsak, shartli ravishda 2017-yil 11,7%, 2014-yil 1,91%, 2010-2012-yillar 0,28% kabi natijalarni qayd etgan.

Yengil sanoatning samaradorligini baholashda ryabsev indeksidan foydalanildi. 2022-yil to‘qimachilik, kiyim, teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarishni 2010-yilga nisbatan qiyoslab ko‘rildi va natijalarga ko‘ra 2022-yilda to‘qimachilik mahsulotlarini, kiyim, teri va unga tegishli mahsulotlarni ishlab chiqarish 2010-yilga nisbatan juda past darajada o‘sganligi qayd etildi. 2022-yildagi ishlab chiqarishni 2020-yil bilan solishtirib ko‘rildi va natijalar shuni ko‘rsatmoqdaki, 2022-yilda to‘qimachilik, kiyim, teri va unga tegishli mahsulotlar ishlab chiqarish darajalari 2020-yilga nisbatan strukturaviy farqlarning juda past darajasiga erishgan.

2. O‘zbekistonda to‘qimachilik, kiyim va teri mahsulotlari ishlab chiqarish viloyatlar kesimida tahlil qilindi. Tahlil jarayonida viloyatlar ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarish bo‘yicha past, o‘rta, yuqori ishlab chiqaruvchi kategoriyalarga ajratildi. Surxondaryo viloyati to‘qimachilik, kiyim va teri ishlab chiqarishda past ishlab chiqaruvchi kategoriyaga kiritildi.

3. O‘zbekiston respublikasi va Surxondaryo viloyatining to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari eksporti tahlil qilindi. O‘zbekistonning O‘zbekistonning 2022-yilda umumiy eksport miqdori 19 293, 7ming. AQSH dollarini, shundan yengil sanoat eksport miqdori 3386,1 mln. AQSH dollarini ya’ni yengil sanoat umumiy

eksportning 17,5 % qismini tashkil etgan. O'zbekistonda eksport ulushi yuqori bo'lgan mahsulotlar paxta xomashyosi, dastgoh yoki qo'lda to'qilgan trikotaj kiyimlariga kiyim-kechak buyumlari va aksessuarlari, ipak mahsulotlari ekanligi aniqlandi.

2023-yil sarhisobiga ko'ra, Surxondaryo yengil sanoat tarmog'ining umumiy eksport miqdori qariyb 84,0 mln AQSH dollarini tashkil etgan Surxondaryo viloyatida esa paxta xomashyosi, ipak mahsulotlari, gilam va boshqa to'qimachilik pol qoplamalari yuqori eksport ko'rsatkichlarini qayd etgan.

### III. MILLIY TO‘QIMACHILIK VA TIKUV-TRIKOTAJ SANOATI MAHSULOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI

#### 3.1. Surxondaryo to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarishning rivojlanish dinamikasini prognozlash.

To‘qimachilik yengil sanoatning bir qismi bo‘lib, uning eng ilg‘or tarmoqlaridan biri hisoblanadi. O‘z navbatida yengil sanoat asrlar davomida mavjud bo‘lib, har doim mamlakat iqtisodiyotining barqaror o‘shishiga ulkan hissa qo‘shib kelgan. Shu bois, to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni prognozlash orqali keyingi yillar uchun qanday ko‘rsatkichlarga erishish mumkinligi haqida ma’lumotlarga ega bo‘lamiz. Bu esa ushbu sohaning keyingi yillarda yuqori natijalar ko‘rsatishi uchun istiqbolli reja va strategiyalar ishlab chiqishga imkoniyat yaratadi. Ushbu maqolada Surxondaryo viloyati to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni prognozi ARIMA modeli yordamida tahlil qilingan.

Bugungi kunda iqtisodiyotda prognozlash muhim o‘rin tutmoqda. Negaki, prognozlash orqali mamlakat, korxonalar, firmalar istiqbolda ularni nima kutayotganligi haqida ma’lumotga ega bo‘ladi va shunga ko‘ra harakat qilishadi. Hozirgi kunda prognozlashning bir necha turlari mavjud bo‘lib, ular orasida eng mashxuri ARIMA modeli hisoblanadi va ko‘plab soha faoliyatlarida qo‘llaniladi. ARIMA (autoregressive integrated moving average) modeli bu – avtoregressiya va integratsiyalashgan o‘rtacha sirg‘aluvchi model hisoblanadi. ARIMA modeli prognozi 5 bosqichdan iborat: avtoregressiya modelini identifikatsiyalash, ARIMA modellarining tanlov arxitekturasi, raqamli sinov, prognozlash uchun modellarni tanlash, bashorat qilish va prognozni tekshirish. Uning umumiy ko‘rinishi quyida keltirilgan<sup>76</sup>:

$$Y_t = c + \sum_{i=1}^p \alpha Y_{t-i} + \sum_{j=1}^q \theta E_{t-j} + E_t \quad (3.1)$$

---

<sup>76</sup> A.M.Jumayev, D.Turapova Central Asian academic journal of scientific research.2022.Vol.2,issue 5.

bu yerda,  $c$ ,  $\alpha$ ,  $\beta$  – model parametrlari

Yuqoridagi 3.1-formula orqali Surxondaryo viloyatida to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni kelgusi 6 yildagi prognozini hisoblaymiz. To‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni 2010-yildan 2022-yilgacha bo‘lgan ko‘rsatkichlarini ARIMA modeli yordamida modellashtiramiz. 1.1-jadvalda ma’lumotlar ko‘rsatilgan.

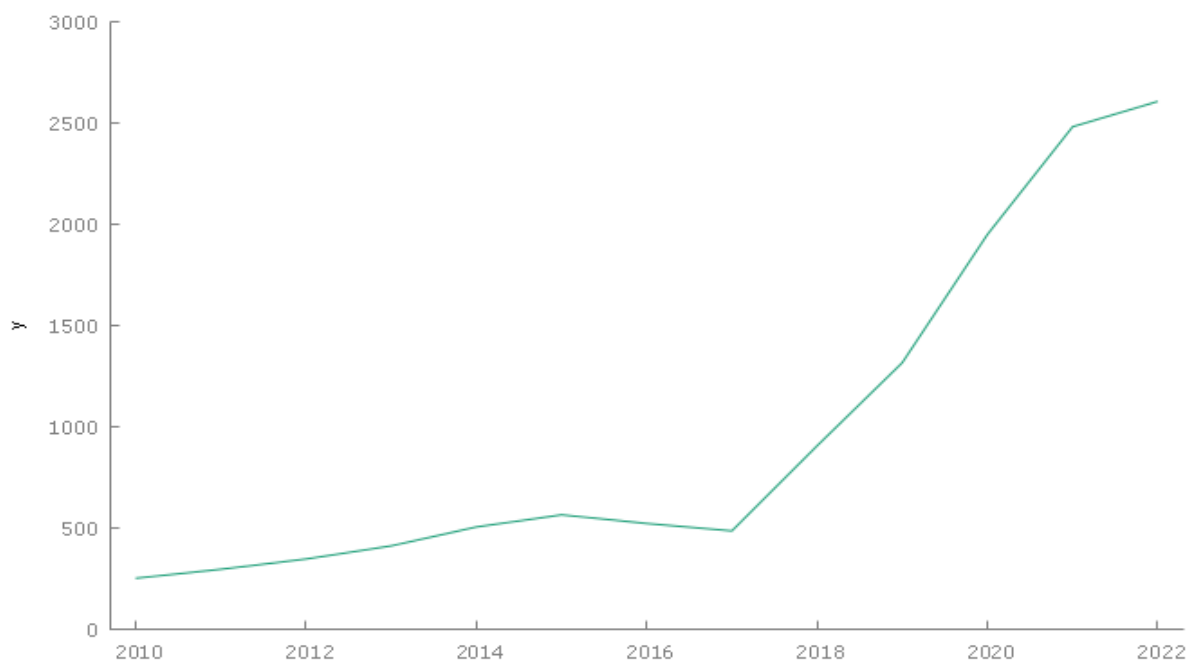
### 1.1-jadval

#### Surxondaryo viloyatida to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish (mlrd.so‘m)<sup>77</sup>

Yillar	To‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish mlrd.so'm	Yillar	To‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish mlrd.so'm
2010-y.	252,05	2017-y.	485,97
2011-y.	296,31	2018-y.	905,98
2012-y.	347,07	2019-y.	1316,55
2013-y.	411,91	2020-y.	1949,80
2014-y.	505,26	2021-y.	2481,73
2015-y.	565,07	2022-y.	2606,78
2016-y.	522,40		

Modellashtirishning birinchi bosqichida ARIMA modeli  $p$ ,  $d$ ,  $q$  tartiblari aniqlanadi. Bu yerda  $d$ -integratsiyalanganlik darajasi tartibi,  $p$ -avtoregressiya tartibi,  $q$ -siring‘aluvchi o‘rtacha tartibni bildiradi. Dastlab statsionarlikni tekshirganimizda statsionar bo‘lmasa, statsionarlikka erishish uchun ma’lumotlarni ikki martagacha differensiallashtirishimiz mumkin. Agarda,  $I(0)$  bo‘lsa statsionar qatorlar “nolinchi darajali integratsiyalashgan” bo‘ladi. Statsioanlikka erishish uchun berilgan qatorni bir yoki ikki marta differensiallansa  $I(1)$  yoki  $I(2)$  tartibda ifodalanadi.

<sup>77</sup> <https://www.surxon.stat.uz>

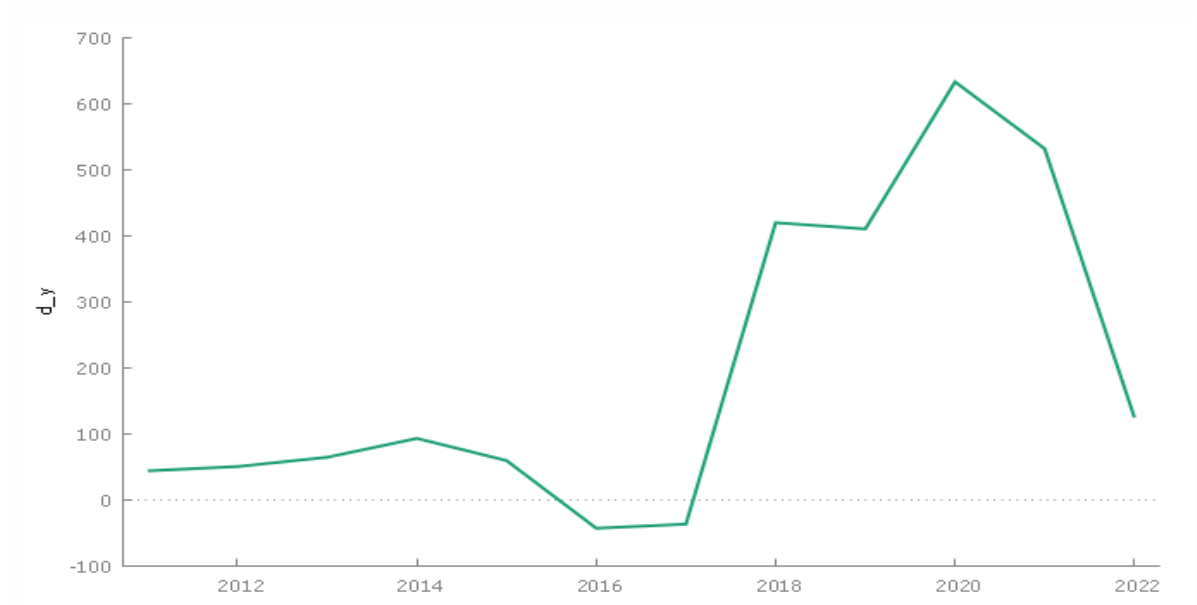


**1.1-rasm. Vaqtli qatorning  $I(0)$  holatdagi tasviri<sup>78</sup>.**

1.1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, vaqtli qatorlar statsionar emas, ya’ni ularda o‘rtacha qiymat atrofida harakat qilmayabdi. Shu sababli vaqtli qatorning statsionarliligiga erishishimiz uchun odatda undan trendni ajratiladi. Biroq trendni olib tashlash ba’zida vaqtli qatorlarning boshqa tarkibiy qismlari mavjudligi tufayli uning statsionar bo‘lishiga olib kelmaydi. Statsionar bo‘lishga erishishning boshqa usuli mavjud bo‘lib, nazariyada bu vaqtli qatorni differensiatsiyalash<sup>79</sup> deyiladi. Bunda, vaqtli qatorning  $Y_t$  darajalaridan birinchi farqlari  $\Delta Y_t = Y_t - Y_{t-1}$  ga o‘tiladi. Demak, vaqtli qatorning birinchi farqlariga o‘tamiz (1.2-rasm).

<sup>78</sup> Muallif tomonidan Gretl dasturiy ta’minoti tomonidan shakllantirildi.

<sup>79</sup> С.А. Бардасов (2010)ю Эконометрика: Учебное пособи. 2-е изд., перераб. И доп. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета – 264 с.



**1.2-rasm. Vaqtli qatorning I(1) farqlari chizmasi<sup>80</sup>.**

I(1) ya'ni birinchi darajali differensiyalashda 1.2-rasmdagi holat natijasiga erishamiz. Lekin bunda ham vaqtli qatorning statsionar yoki statsionar ekanligiga amin bo'la olmaymiz. Buni aniqlashimiz uchun kengaytirilgan Dickey-Fuller testidan foydalanamiz.

**1.2-jadval**

**Vaqtli qatorning birinchi farqlari bo'yicha Dickey-Fuller testi natijalari<sup>81</sup>**

<p>Расширенный тест Дики-Фуллера для <math>d_y</math>  тест. начиная с 4 лагов, критерий AIC  объем выборки 11  нулевая гипотеза единичного корня: <math>a = 1</math></p> <p>тест без константы  включая <math>\theta</math> лага(-ов) для <math>(1-L)d_y</math>  модель: <math>(1-L)y = (a-1)*y(-1) + e</math>  оценка для <math>(a - 1)</math>: -0,205515  тестовая статистика: <math>\tau_{nc}(1) = -1,05181</math>  асимпт. р-значение 0,2649  коэф. автокорреляции 1-го порядка для <math>e</math>: 0,190</p> <p>тест с константой  включая <math>\theta</math> лага(-ов) для <math>(1-L)d_y</math>  модель: <math>(1-L)y = b\theta + (a-1)*y(-1) + e</math>  оценка для <math>(a - 1)</math>: -0,387264  тестовая статистика: <math>\tau_{c}(1) = -1,51017</math>  асимпт. р-значение 0,5287  коэф. автокорреляции 1-го порядка для <math>e</math>: 0,173</p>
---

<sup>80</sup> Muallif tomonidan Gretl dasturiy ta'minoti tomonidan shakllantirildi.

<sup>81</sup> Muallif tomonidan Gretl dasturiy ta'minoti tomonidan shakllantirildi.

Dickey-Fyuller testi natijalarini 2-jadvalda ko‘rishimiz mumkin. Bu testda p-qiymat 0,1; 0,05; 0,01 ahamiyatlilik darajalaridan kichik bo‘lishi kerak. ARIMA modellari asosan 5 ta kriteriya bo‘yicha baholanadi (1.3-jadval). Yuqoridagi test natijasiga ko‘ra p-qiymat o‘zgaruvchan holatda 0,2649 va o‘zgarmas holatda esa 0,5287 ga teng. Testdagi keltirilgan bu qiymatlar ahamiyatlilik darajalaridan katta bo‘lganligi uchun I(1) bo‘lganda vaqtli qatorlar statsionar emasligini ko‘rsatib beradi. Shu sababli, vaqtli qatorlarda ikkinchi darajali differentsiyalash amalini bajaramiz va I(2) ga teng bo‘ladi.

### 1.3-jadval

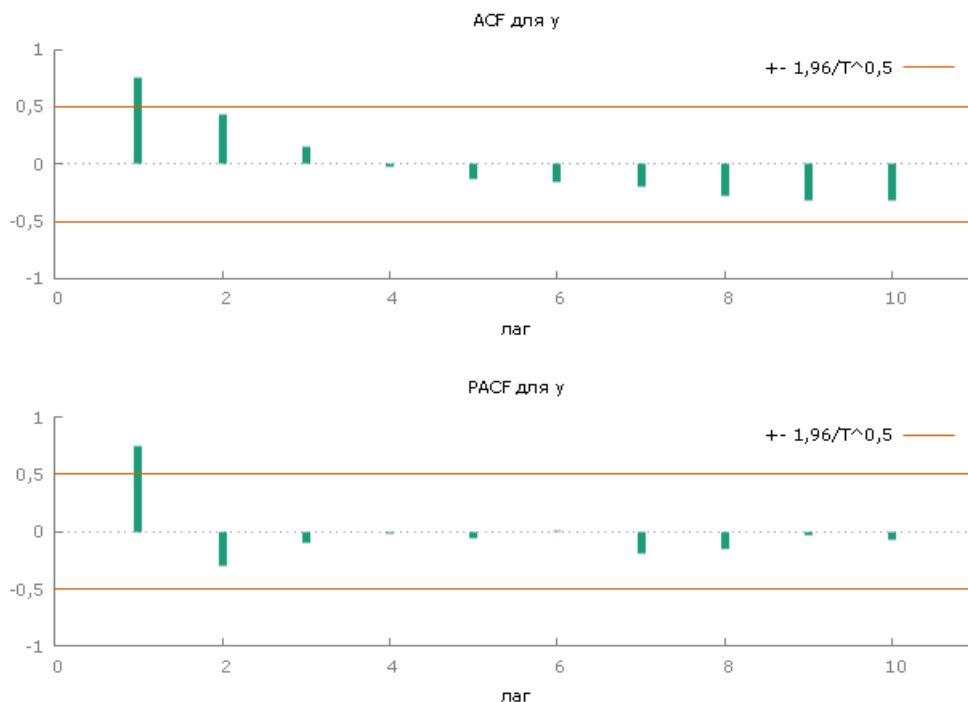
#### ARIMA modelining baholovchi kriteriyalari<sup>82</sup>

	<b>Kriteriyalar</b>	
1.	Parametrlar	$P < 0,05, 0.1, 0.01$
2.	Sigma	Qaysi modelda kichik bo‘lsa shu model yaxshiroq bo‘ladi
3.	Log likelihood	Qaysi modelda katta bo‘lsa shu model yaxshiroq bo‘ladi
4.	Akaike	Qaysi modelda kichik bo‘lsa shu model yaxshiroq bo‘ladi
5.	Bayeseian	Qaysi modelda kichik bo‘lsa shu model yaxshiroq bo‘ladi

Keyingi bosqichga o‘tgan holda p va q ning qiymatini aniqlaymiz. Bunda avtokorrelyatsion korrelogrammaning natijalarini tekshiramiz. Korrelogramma bu - qatorlar orasidagi korrelyatsiyaning grafik tasviri hisoblanib, vaqtli qatorlarning p va q tartibini aniqlashga imkon beradi.

1.3-rasmdan ACF (avtokorrelyatsiya) bir maromda kamayib borish tendensiyasida ekanligini, PACF (xususiy avtokorrelyatsiya) da esa birinchi lag dan keyin uzilish borligini ko‘rishimiz mumkin va bu jarayon AR(1) deyiladi. Agarda korrelogrammada ACF ustunlarida pasayish va PACF da uzilish holatari kuzatilsa, bunday jarayon avtoregressiyaga xos bo‘ladi. Bunda  $q=0$  ya’ni sirg‘aluvchi o‘rtacha nolga tengligi aniqlanadi, demak I(2)  $q=0$  ekanligi ma’lum bo‘ldi (qarang 1.3-rasm).

<sup>82</sup> A.M.Jumayev, D.Turapova Central Asian academic journal of scientific research. 2022.Vol.2,issue 5.



**1.3-rasm. Qoldiqlarning avtokorrelyatsiya funksiyasi<sup>83</sup>**

Keyingi bosqichimiz modellashtirish, ya'ni berilgan ma'lumotlar asosida model tuzamiz. Birinchi AR(1, 2, 0) modelini sinovdan o'tkazamiz. Bu modeldan shunday natija keldiki, o'zgarmas statistik ahamiyatga ega bo'lmadi hamda qoldiqlar qoldiqlar tekshirilganda avtokorrelyatsiya kuzatildi. Kerakli natijaga erishish uchun ARIMA(1, 2, 1) modelini tajriba qildik va natijalar quyidagi 1.4-jadvalda ko'rsatilgan.

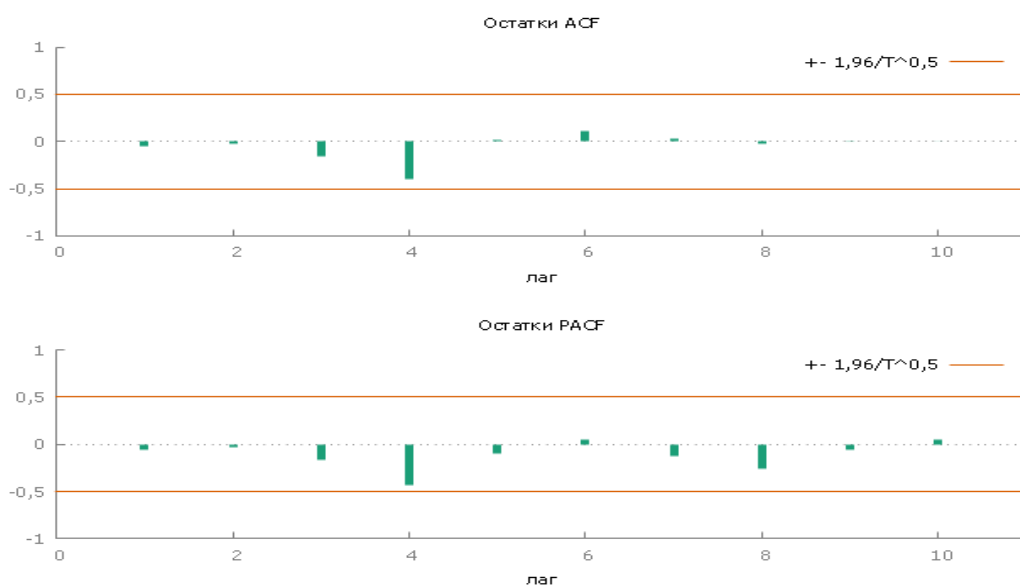
Yuqoridagi regression tahlil natijalari shuni ko'rsatyabdiki, modelimiz iqtisodiy jarayonlarga mos va model koeffitsiyentlari statistik ahamiyatga ega ekan. Shuningdek tajribalarda approssimatsiya xatoligi tekshirildi va MAPE=11.032%. Bunga yana amin bo'lishimiz uchun qoldiqlar korrelogrammasini tekshirib ko'ramiz. Natijada avtokorrelyatsiya mavjud emasligini 1.4-rasmda bilib olamiz.

<sup>83</sup> Muallif tomonidan Gretl dasturiy ta'minoti tomonidan shakllantirildi.

Regrssion tahlil natijalari<sup>84</sup>

Модель 6: ARIMA, использованы наблюдения 2012-2022 (T = 11)					
Зависимая переменная: (1-L) <sup>2</sup> у					
Стандартные ошибки рассчитаны на основе Гессииана					
	Коэффициент	Ст. ошибка	z	p-значение	
phi_1	-0,836553	0,234132	-3,573	0,0004	***
theta_1	0,999999	0,384318	2,602	0,0093	***
Среднее завис. перемен	7,344701	Ст. откл. завис. перемен		211,1736	
Среднее инноваций	7,787519	Ст. откл. инноваций		191,7949	
R-квадрат	0,959261	Исправ. R-квадрат		0,954734	
Лог. правдоподобие	-73,77030	Крит. Акаике		153,5406	
Крит. Шварца	154,7343	Крит. Хеннана-Куинна		152,7882	
	Действительная часть	Мнимая часть	Модуль	Частота	
AR					
Корень 1	-1,1954	0,0000	1,1954	0,5000	
MA					
Корень 1	-1,0000	0,0000	1,0000	0,5000	

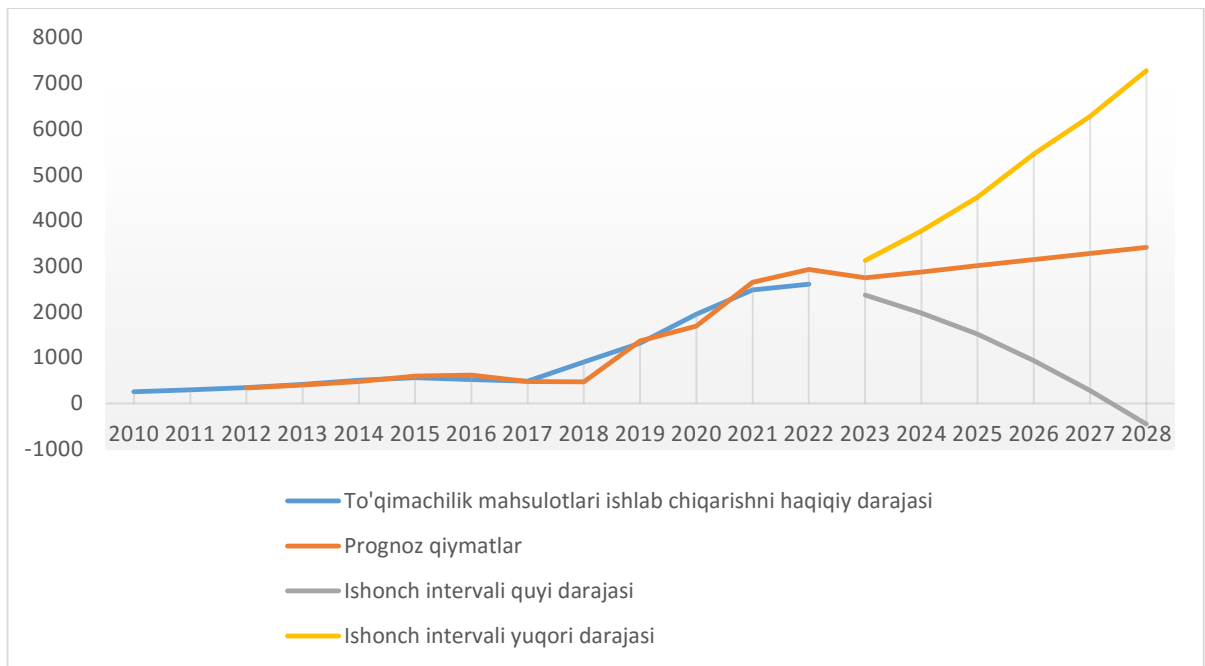
Uchinchi bosqich prognozlash bo‘lib, AR(1, 2, 1) modelidan foydalanib 2020-yildan 2028-yilgacha bo‘lgan Surxondaryoda to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni prognoz qilamiz. (1.4-rasm)



1.4-rasm. ARIMA( 1, 2, 1) modelida qoldiqlar korrelogrammasi natijalari<sup>85</sup>

<sup>84</sup> Muallif tomonidan Gretl dasturiy ta‘minoti tomonidan shakllantirildi.

<sup>85</sup> Muallif tomonidan Gretl dasturiy ta‘minoti tomonidan shakllantirildi.



**1.5-rasm. Surxondaryo viloyati to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarishning 2028-yilgacha bo'lgan prognoz ko'rsatkichlari.<sup>86</sup>**

1.5-rasmdan ko'rinib turibdiki, Surxondaryoda to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish 2028-yilgacha o'sish tendensiyasiga ega. Rasmdagi to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni haqiqiy darajasi, prognoz qiymatlar, ishonch intervali quyi darajasi, ishonch intervali yuqori darajasilari mavjud. Prognoz qiymatlar bu tahminiy hisoblanib, aynan shu ko'rsatkichlar sodir bo'lishini kafolatlamaydi, balki tahmin qilib beradi. 1-ko'rsatkich bu 2022-yilgacha bo'lgan to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishning haqiqiy darajasi, 2-si esa prognoz qiymatlar hisoblanib, to'qimachilik mahsulotlarining 2028-yilgacha ishlab chiqarish qiymatini anglatadi. Ishonch intervalining quyi darajasi bu prognoz qilinayotgan to'qimachilik mahsulotlarining ishlab chiqarilish miqdorining eng past ko'rsatkichlari hamda ishonch intervalining yuqori darajasi esa, bu kelajakda sodir bo'lishi mumkin bo'lgan prognoz qiymatlarining eng yuqori ko'rsatkichlari.

<sup>86</sup> Muallif tomonidan Microsoft Excel dasturiy ta'minoti tomonidan shakllantirildi

Prognoz va ishonch intervallari<sup>87</sup>

Yillar	To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarishni haqiqiy darajasi	Prognoz qiymatlar	Ishonch intervali quyi darajasi	Ishonch intervali yuqori darajasi
2010	252,05			
2011	296,309			
2012	347,07	340,838		
2013	411,906	398,884		
2014	505,264	478,483		
2015	565,071	599,4		
2016	522,398	616,715		
2017	485,973	474,438		
2018	905,978	468,042		
2019	1316,55	1368,51		
2020	1949,8	1691,06		
2021	2481,73	2645,04		
2022	2606,78	2931,44		
2023		2747,54	2371,63	3123,46
2024		2875,16	1979,22	3771,1
2025		3013,78	1516,84	4510,72
2026		3143,2	931,463	5454,93
2027		3280,31	284,176	6276,44
2028		3410,98	455,674	7277,64

1.5-jadvaldan ko'rinib turibdiki, 2028-yilga kelib, Surxondaryo viloyatida to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish 3410,98 mlrd.so'mni tashkil etadi, ya'ni o'sish kutilmoqda. Ishonch intervalining yuqori darajasi – prognozning kutilishi mumkin bo'lgan eng yuqori qiymati 7277,64 mlrd.so'mni tashki etadi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, ARIMA modeli yordamida Surxondaryo yengil sanoat mahsulotlarining ishlab chiqarish dinamikasining istiqboldagi ko'rsatkichlari muvaffaqiyatli tarzda prognoz qilindi. Bu prognoz natijalari Surxondaryo yengil sanoat mahsulotlarining ishlab chiqarish ko'rsatkichlarini

<sup>87</sup> Muallif tomonidan Microsoft Excel dasturiy ta'minoti tomonidan shakllantirildi.

bardavom o‘shish tendensiyasiga erishishda maxsus chora- tadbirlarni qo‘llashga yordam beradi.

### **3.2. To‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirishda xorij tajribalari va uni O‘zbekistonda tadbiq etish.**

Dunyoda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati ko‘plab mamlakatlar iqtisodiyotining asosiy muhim tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Hozirda jahon kiyim bozorining ulushi 1,7 trln.AQSH dollarini ya’ni jahon YaIMisining qariyb 2 %ini tashkil etadi. Jahon kiyim bozorining eng katta ulushi tahminan 54% i AQSH, Yevropa Ittifoqi va Xitoy mamlakatlariga to‘g‘ri keladi.

O‘zbekiston to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati yetakchi va jadal rivojlanayotgan sohalardan biridir. So‘nggi yillarda sanoat ishlab chiqarishining yillik o‘shishi qariyb 18 % foizni, eksport esa 10 % foizni tashkil etdi. Bu davlat muammolarini hal etishda muhim o‘rin tutadi va ko‘plab hududlarning hayotiy manfaatlariga javob beradi. Soha hududlarni har tomonlama barkamol rivojlantirish, aholi bandligini ta‘minlash va turmush farovonligini yuksaltirishga harakat qilmoqda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni shakllantirish va rivojlantirishga ko‘maklashmoqda.<sup>88</sup>

Hozirgi globallashtan zamonda har qanday tarmoq korxonalarini uchun raqobatbardoshlikka erishish uning ustuvor maqsadlaridan biri hisoblanadi. Tarmoq yoki mahsulotning iqtisodiy muvaffaqiyati uning qanchalik iqtisodiy kurashga tayyorligiga bog‘liq. Mamlakatimiz ham dunyo to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida raqobatbardoshlikka erishib, yuqori pog‘onalarni egallashni istiqboldagi eng ustuvor vazifalaridan biri sanaladi. Umuman olganda, tarmoq va mahsulot raqobatbardoshligini oshirishga sifatini ko‘tarish, xarajatlarni kamaytirish, investitsiyalarni jalb etish, marketing usullarini qo‘llash orqali erishiladi. Amerikalik mashhur iqtisodchisi raqobat nazariyasini asoslab bergan Maykl Porterning fikricha, raqobatbardoshlikka erishishning 2 manbasini keltirgan:

---

<sup>88</sup> Костюченко З., Архипова О. Текстильная промышленность: основные результаты реализации Стратегии развития Узбекистана в период 2017-2020 годы // 2021. <https://ifmr.uz>

marketing va xarajatlar. Marketingda ustuvorlikka erishgan korxonalar va mahsulot raqobatchilariga nisbatan iste'molchilarni ko'proq qanoatlantiradi. Xarajatlarda ustuvorlikka erishgan korxonalar va mahsulot raqobatchilarga nisbatan ishlab chiqarish va marketing xarajatlarning pastligi va bu orqali mahsulot reklamasini va tarqatishiga ko'proq mablag' ajratadi.

Ayni paytda to'qimachilik sanoatining yetakchi mamlakatlari hisoblanuvchi Xitoy va Turkiya davlatlari ham bir vaqtlar ushbu sohada raqobatbardoshlikda Yevropa mamlakatlariga tenglasha olmas edi.

### **1-tadqiqot: Xitoy**

Xitoy to'qimachilik sanoatida yetakchi mamlakat hisoblanadi. 2023-yilda Xitoy to'qimachilik va tikuvchilik mahsulotlari eksporti 293,6 mlrd.AQSH dollarini tashkil etdi.

XIX asrning ikkinchi yarmiga kelib, Xitoy to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatining rivojlanishini boshladi va 1949-yilga kelib, ushbu soha sanoat tarmog'i ishlab chiqarishning 38 % foizini tashkil etgandi. Ushbu davrda kommunistik hokimiyat tepaga kelishi bilan mamlakatda ishlab chiqarish sur'ati past bo'lgan faoliyat ko'rsatayotgan 179 mingta xususiy kichik korxonalar ko'p qismi milliy lashtirildi. Shu yillardan boshlab 1978-yilgacha Xitoy to'qimachilik va tikuv-trikotaj sohasiga katta e'tibor qarata boshladi. Xitoyda 1960-yillarda kimyoviy, sintetik tolalar va ulardan tayyorlanadigan mahsulotlar uchun 4 ta yirik zavodlar ishga tushirildi. Tadqiqotchilarning aytishicha, ushbu davrda jun matolari ishlab chiqarish – 16 marta, paxta matolari - 6 marta, paxta iplari esa – 7,3 marta o'sganligiga qaramasdan, mamlakatda mavjud ma'muriy rejalashtirish va umumiy davlat mulki rejimi Xitoyning ushbu sohada dunyoda yetakchi o'rinlarni egallashga to'sqinlik qilgan. Islohotlarning va ochiqlik siyosatining e'lon qilinishi bilan korxonalar xususiylashtirila boshladi. Xitoyda 1980- yillarda ichki va tashqi savdo jarayonlari osonlashtirildi va maxsus iqtisodiy hududlar tashkil etilib, chet el investitsiyalari uchun sharoit yaratildi. 1990-yillarda Xitoy hukumati samara bermayotgan davlat korxonalariga qayta qurish siyosatini qo'lladi. 2000-yillarga kelib esa, mamlakat milliy brendlarning rivojlanishiga va ularning innovatsion

faoliyatiga katta e'tibor qaratdi. 2001-yil 11-dekabrda Xitoy Xalq Respublikasi Butunjahon savdo tashkilotiga a'zo bo'ldi, 2005-yilda esa jahon to'qimachilik savdosiga qo'yilgan kvotalar bekor qilindi. Mana shu 2 omil Xitoyning jahon to'qimachilik va kiyim eksportida yetakchilik qilishiga yordam berdi. Ayni paytda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati Xitoy YaIM isining 7% foizini tashkil etib, 34 ming ta korxonalar faoliyat ko'rsatadi. 1980-yilda jahon to'qimachilik eksportida Xitoy 4,6 % ulush bilan 9-o'rinni egallagan bo'lsa, 1995-yilda birinchilikni qo'lga kiritdi. Xitoy to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatining ushbu darajaga erishishiga bir necha omillar ta'sir ko'rsatgan. Quyida ular bilan tanishamiz:

1) Xitoy o'zining shaxsiy xom-ashyo bazasiga ega edi va uni yanada rivojlantirish uchun harakat qildi. Xitoy paxta yetishtirish bo'yicha dunyoda top 3 talik davlatga kiradi. Shuningdek, jahonda kimyoviy tolalarning yirik ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi.

2) Xitoyda arzon ishchi kuchi ko'p edi va to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati ushbu ishchi kuchini jalb qilish orqali xarajatlarni ancha kamaytirdi.

3) Xitoy chet el investorlari uchun qulay muhit yaratdi. Chet el investitsiya kapitaliga ega korxonalar 2 yil daromad solig'idan ozod etilgan, undan keyingi 3 yilda esa, 50% daromad solig'i to'lashgan.

4) Hukumat kichik-o'rta korxonalarni turli soliq imtiyozlari orqali qo'llab-quvvatladi. Masalan:

- Qishloqda joylashgan kichik korxonalar 1 yil daromad solig'idan ozod etilgan, keyingi yillardan esa qishloq aholisining ishchi kuchidan foydalanayotgan uchun pasaytirilgan daromad solig'i 10% miqdorda to'lashgan. (Bazaviy daromad solig'i – 25 %)

- Texnik-iqtisodiy rivojlantirish hududlarida faoliyat olib boruvchi innovatsion kichik korxonalar 2 yil daromad solig'idan ozod etilgan, keyingi yillardan esa 15 % miqdorda pasaytirilgan daromad solig'i to'lashgan.

- Tushkun hududlardagi kichik korxonalar 3 yil davomida daromad solig'idan ozod etilgan.

- 60 % aholisi ishsiz bo'lgan qishloq va shaharlarda faoliyat olib boruvchi kichik korxonalar 3 yil daromad solig'i to'lashmagan.

- Yillik daromadi 30 ming yuandan oshmagan yengil sanoat kichik korxonalari 12% daromad solig'i, 100 ming yuandan oshmaganlari esa 20 % daromad solig'i to'lashgan.

- Yengil sanoat kichik korxonalari QQS ning 17 % stavkasidan 10,4 % miqdorda soliq to'lashadi.

Shuningdek, Xitoy 16 ta erkin savdo kelishuvlarini imzolagan bo'lib asosan, ASEAN savdo bitimidagi mamlakatlar va Avstraliya, Janubiy Koreya, Chili, Pokiston, Singapur, Yangi Zelandiya kabi davlatlar bilan erkin savdo bitimiga ega.

Xitoyning to'qimachilik va tikuvchilik sanoatining boshqaruv organi bo'lmish Xitoy milliy to'qimachilik va kiyim-kechak kengashi (CNTAC) o'zining 14 yillik rejasini e'lon qildi, unda Xitoyning to'qimachilik va tikuvchilik sanoatini 2021 yildan 2025 yilgacha rivojlantirish maqsadlari, o'sish strategiyalari va ustuvor yo'nalishlari batafsil bayon etilgan<sup>89</sup>. Unga ko'ra:

- Xitoy qiyinroq va yuqori texnologiyali to'qimachilik va tikuvchilik sanoatini rivojlantirmoqchi;

- Eksport bozori yomonlashgani tufayli Xitoy ichki bozoriga ko'proq e'tibor qaratmoqchi. 2025-yilga kelib mamlakatda kiyim chakana savdo miqdori 415 mlrd.AQSH dollaridan oshishi kutilmoqda.

- Xitoy "Global chiqish"ga amal qilgan holda, ya'ni chet el korxonalariga investitsiyalar kiritishda davom etmoqchi. CNTAC ning ma'lumot berishicha 2015-2020-yillarda Xitoy chet el to'qimachilik va tikuvchilik sektoriga 6,7 mlrd.AQSH dollarida investitsiya kiritgan;

- Xitoy ekologik toza va barqaror to'qimachilik va tikuvchilik sanoatini rivojlantirmoqchi. Ifloslantirish va suvni tejash o'rniga, qayta ishlangan materiallardan mahsulot yaratishni rejalashtirmoqda.

---

<sup>89</sup> <https://www.fundamental-research.ru>

Xitoyning yana bir yutug'i elektron tijorat savdo sistemasining yuqori darajada rivojlanganligida. "Alibaba Group" o'z tarkibiga Taobao.com, Tmall, Alibaba.com, AliExpress kabi veb-portallarni o'z ichiga oluvchi elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi kompaniya hisoblanadi. Asosiy faoliyati B2B sxemasi bo'yicha kompaniyalar o'rtasidagi savdo operatsiyalari va chakana-onlayn savdo hisoblanadi. Alibaba mahsulotlarni to'g'ridan-to'g'ri sotmasdan, balki, sotuvchi va xaridorlar kelishadigan internet do'konlarni namoyish qiladi. Ayniqsa, taobao sayti xaridorlar o'rtasida kiyim-kechaklar arzon va sifatli bilan mashhur. MDH davlatlari aholisi ushbu sayt orqali kiyimlar va boshqa turli xil mahsulotlarni harid qilishadi.

O'zbekiston to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati raqobatbardoshligini oshirishda Xitoy tajribasi foydali bo'lishi mumkin. Xitoy tajribasidan kelib chiqqan holda quyidagi ishlar amalga oshirilsa maqsadga muvofiq bo'lardi:

a) Chet eldan kirib kelayotgan kiyim-kechak importini cheklash yoki proteksionizm siyosatini qo'llash;

b) Import kiyim-kechaklar narxiga nisbatan arzonroq, lekin ularning sifatiga tenglasha oladigan mahsulotlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish;

d) Surxondaryo viloyatining ishsizlik darajasi yuqori bo'lgan hududlarida to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini qurish orqali ishchi kuchi xarajatlarini hamda hududdagi ishsizlik sonini kamaytirish;

e) Milliy xom-ashyo bazani qayta ishlashda jahondagi eng so'nggi zamonaviy texnologiyalarni qo'llash, bu texnologiyalarni sotib olishda investitsiyalardan foydalanish;

f) Transport logistikasida xalqaro integratsiyaga kirishish orqali yo'l xarajatlarini qisqartirish;

g) To'qimachilik va tikuv-trikotaj sohasida kadrlarni tayyorlashda OTM larda kvotalarni ko'paytirish, chet el OTM lari bilan qo'shma dasturlarni yo'lga qo'yish.

h) To'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalari uchun energiya yoqilg'isi xarajatlari uchun imtiyozlar berish;

i) O‘zbekistonda ham elektron tijoratni rivojlantirish, mukammal onlayn-savdo platformalarini yaratish. Ya’ni, to‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini o‘z mahsulotlarini onlayn-platforma orqali dunyoning istalgan nuqtasidagi iste’molchilarga sota oladigan onlayn savdo platformasini yaratish.

j) O‘zbekistonda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida ilmiy-tadqiqot va tajriba konstruktor ishlari va innovatsiyalar yaratishga alohida e’tibor qaratish, ularni qo‘llab-quvvatlash.

k) Xorijiy investorlar uchun qulay investitsion muhitni yaratish hamda ularga soliq imtiyozlari taqdim etish.

## **2-tadqiqot: Turkiya**

Turkiya davlati hozirgi kunda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarishda dunyoda yetakchi mamlakatlardan biri hisoblanadi. Turkiyaning tekstil va xomashyo sektori eksporti 2023-yil dekabr oyida 10 milliard AQSH dollarga yaqinlashdi. Turkiya eksportchilar assambleyasi (TIM) ma’lumotlariga ko‘ra: 2023 yilda to‘qimachilik va tovar sanoati 199 mamlakat va erkin zonalarga mahsulot jo‘natdi. Sanoat eksportchilari 2 million 329 ming 985 tonna mahsulot evaziga 9 milliard 558 million 447 ming AQSH dollar daromad oldi. Eksportning katta qismi Yevropa Ittifoqi davlatlariga (27 ta) 4,6 mlrd. AQSH dollari hisobida amalga oshirildi<sup>90</sup>.

Turkiya yengil sanoat sohasining rivojlanishi Usmoniylar imperiyasi davridan boshlangan. Turkiyaning nozik sharqona qo‘lda to‘qilgan gilamlari butun dunyo bo‘ylab mashxur edi. Bundan tashqari jun va paxta matosidan tayyorlangan matolar, bo‘yoqlar, tayyor matolar va tayyor kiyimlar ham Turkiya yengil sanoatining asosini tashkil etgan. Birinchi jahon urushi, Usmoniylar imperiyasining qulashi, urushdan so‘ng Turkiya mustaqilligi uchun imzolangan import to‘qimachilik tovarlariga bojxona to‘lovlarini cheklovchi Lozan bitimi (1923) mamlakat to‘qimachilik sanoatiga ulkan zarar keltirdi. Ammo buyuk depressiya (1929-1939) vaqtida ushbu bitimga chek qo‘yildi. 1933-yilda hukumat tomonidan Sumerbank ochildi va bu

---

<sup>90</sup> <https://www.etextilemagazine.com>

bank davlat mato va yigiruv fabrikalarini qurish uchun kreditlar ajratdi. 1940-1950 – yillarga kelib esa, Turkiya yengil sanoatning import tovarlariga bojlar o‘rnatdi va xususiy sektorni rivojlantirishga harakat qildi. 1979-yilda Turkiya shaxsiy kiyim markalarini yaratishni va ushbu tarmoq korxonalarini mamlakatning arzon ishchi kuchi joylashgan janubi-sharqiy viloyatlariga ko‘chirishni rejalashtirdi.

1980-yillarda liberallashtirishning boshlanishi va eksportga yo‘naltirilgan milliy rivojlanish strategiyasiga o‘tish bilan mamlakat jahon bozoriga faol ekspansiyani amalga oshirdi, o‘z rivojlanishida ikki bosqichni bosib o‘tdi: 1980-yillardan to. 2000-yillar va 2000-yillarning boshidan hozirgi kungacha<sup>91</sup>.

### **1-bosqich: 1980-2000-yillar. Bozorni egallash.**

1980-yillarda Turkiya jahon to‘qimachilik bozoriga kirib keldi va tezlikda jahon yetakchilari Xitoy, Gonkong, Italiya va Germaniya qatoriga qo‘shildi. Bunday rivojlanishning bir necha sabablari mavjud edi. Birinchidan, mamlakat erkin savdo hududlarini rivojlantirish siyosatini ildam amalga oshirdi. Shuningdek, mamlakat arzon, malakali ishchi kuchiga ega edi va Yevropa mamlakatlari bilan qo‘shni ekanligi Turkiyaga juda qo‘l kelgan edi. 1995-yilda Turkiya Yevropa Bojxona Ittifoqining a‘zosi hisoblanadi. Bu mamlakatga mahsulotlarini Yevroiittifoq davlatlariga nol boj stavkasi bilan import qilish imkonini bergan. 1990–yillarga kelib mamlakat Yevropa davlatlari bilan, ayniqsa Germaniya bilan hamkorlik qilar edi va 2000-yillar boshiga kelib AQSH davlati ham ushbu hamkorlikka qo‘shildi.

### **2-bosqich: 2000-yillardan to hozirgi kungacha.**

#### **Dizayn va moda sohasida yetakchilik qilish.**

Bu bosqichda Turkiya to‘qimachilik sanoati o‘zining shaxsiy dizaynerlik ishlari (ODM – Original Design Manufacturing) va shaxsiy brendini (OBM – Original Brand Manufacturing) yaratdi. Bu jarayonlarda hukumatning faol ko‘magi orqali amalga oshirildi va natijada masalan, 1996-yilda mamlakatda sanoqli dizaynerlar faoliyat yuritgan bo‘lsa, 10 yil o‘tib “Istanbulda moda haftaligi” proyeksi ishga tushirildi. 2007-yildan mamlakat chet el ishlab chiqaruvchilari bilan

---

<sup>91</sup> Обзор этапов подготовлен по материалам: Fernandez-Stark K., Frederick S., Gereffi G. The Apparel Global Value Chain. Economic Upgrading and Workforce Development. Duke Center on Globalization, Governance and Competitiveness. 2011. November.

hamkorlikda hamda mustaqil ravishda shaxsiy brend ostida o'z mahsulotlarini ishlab chiqara boshladi.

### **Davlatning roli.**

Turkiya arzon ishchi kuchiga ega ekanligi tufayli raqobatbardoshlikka erishgan edi. Turkiya mehnat bozori o'lchami bo'yicha dunyoda 5-o'rinda turadi va to'qimachilik sanoatida 3mln.ga yaqin odam ishlaydi. Shu sababli hukumat birinchi bosqich (1980-2000-yillar)dayoq to'qimachilik sanoati uchun kadrlar tayyorlashda ta'lim dasturlarini yaratdi. Ishchilar maktab ta'limidan tashqari oliy ta'limda ham o'qishga imkoniyatlari bor edi. Bundan tashqari malakani oshiruvchi truli xil kurslar ham mavjud edi. Ta'lim tizimining isloh qilinishi mamlakatda malakasi yuqori kadrlarning o'sishiga va mehnat unumdorligining oshishiga olib keldi. 2000-yillardan boshlab esa, dizayner va modelyerlarni tayyorlaydigan milliy dizaynerlik maktablari yaratila boshlandi. Shu sababli, mamlakatda dizaynerlar va modelyerlar soni tezlikda ko'paydi. Hukumat shaxsiy brendini yaratgan korxonalariga xalqaro musobaqalarda qatnashishi uchun qo'llab-quvvatladi. Masalan, 2004-yildan beri "Turquality" nomi ostida kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilib kelinmoqda. Ushbu dasturning maqsadi yengil sanoat mahsulotlarining milliy brendini jahon bozorlarida yaratish va tanitishga qaratilgan. Bunday korxonalar qatoriga: COLIN'S, Ipekyol, PoloGiyim, Mavi, BilsarTekstil, Fabrika, Ramseyi Sarar, PashaDeri kabilarni keltirish mumkin.

Bundan tashqari hukumat milliy korxonalarini Yevroittifoqdan tashqari davlatlar ekspansiyasidan himoya qilish maqsadida faol proteksionizm siyosatini olib boradi. Masalan, 2023-yil 16-oktabrda Turkiyaning rasmiy gazetasida to'qimachilik mahsulotlariga bojxona to'lovlarini oshirish to'g'risidagi Prezident qarori e'lon qilindi. Yangi qoidalar 2023-yil 15-noyabrdan kuchga kiradi. Tuzatish ham xom ashyo, ham tayyor mahsulotlar (kiyim va aksessuarlar) uchun amal qiladi. Innovatsiya natijasida soliq yuki mahsulot turiga qarab 30 foizdan 166,7 foizga oshadi. Rasmiy gazetada chop etilgan qarorga ko'ra, Turkiyada qo'shimcha bojxona to'lovi oshirildi:

- iplar uchun 10% dan 13% gacha;

- mato uchun 20% dan 27% gacha;
- tayyor kiyimlar uchun 30% dan 39% gacha;
- uy to'qimachilik mahsulotlariga 20% dan 29% gacha.

Xom ashyodan tashqari, tayyor mahsulotlarga qo'shimcha bojxona to'lovi joriy etildi:

- trikotaj uchun 27%;
- trikotaj va trikotaj bo'lmagan kiyim va aksessuarlarga 39%;
- to'qimachilik kiyimlariga 39%<sup>92</sup>.

Endi esa, Turkiya tajribasidan O'zbekiston uchun kerakli darslarni oladigan bo'lsak, Turkiya moda va dizayn sohasida ta'limga e'tiborni qaratdi. Shu sababli, mamlakatda malakali soha mutaxassislari soni oshdi va to'qimachilik sanoatining rivojlanishiga muhim rol o'ynadi. Mamlakatimizda ham aynan shu soha ta'lim yo'nalishiga quyidagilarni joriy etish maqsadga muvofiq bo'lardi:

a) O'zbekistonda, xususan Surxondaryo viloyatida dizaynerlik va tikuvchilik maktablari sonini ko'paytirish;

b) Tikuvchilik fabrikalarida ishlovchilarning malakasini muntazam ravishda oshirib turish;

d) Tikuvchilik fabrikalarida ishlovchilarni chet eldagi nufuzli fabrikalarga ishlashga jo'natish orqali oshirish malaka almashish dasturlarini tashkil etish;

e) Moda va dizaynerlik yo'nalishida ta'lim olayotgan iqtidorli talabalarni dunyodagi nufuzli moda va dizaynerlik oliy ta'lim muassasalariga o'qishga yuborishda grantlar tashkil etish;

f) Mamlakatimizda, xususan Surxondaryo viloyatida jahondagi nufuzli moda va dizaynerlik universitet, institut va maktablarning filiallarini ochish;

g) Surxondaryo viloyatining barcha tumanlarida dizaynerlik va tikuvchilik maktablarini tashkil etib, ayol-qizlarni o'qishga jalb etish;

Yuqorida dunyoda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida yetakchi o'rinlarni egallagan mamlakatlarning ushbu sohada muvaffaqiyatga erishish uchun

---

<sup>92</sup> <https://www.internationalwealth.info>

amalga oshirgan milliy strategiyalarini ko'rdik. Ushbu milliy strategiyalar mamlakatlarning nafaqat jahon bozorida o'z o'rniga ega bo'lishiga balki uni uzoq vaqt davomida saqlab qolgan holda mustahkamlashga yordam berdi. Xitoy va Turkiya mamlakatlarining milliy strategiyalaridan O'zbekiston xususan, Surxondaryo viloyatiga zaruriy jihatlari olamiz:

- mamlakatimizda import kiyim-kechaklar narxiga nisbatan arzonroq, lekin ularning sifatiga tenglasha oladigan milliy mahsulotlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish va mahalliy brendlarni qo'llab-quvvatlash maqsadida import bo'layotgan to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlariga proteksionizm siyosatini qo'llash.

- Surxondaryo viloyatining ishsizlik darajasi yuqori bo'lgan hududlarida to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini qurish orqali ishchi kuchi xarajatlarini hamda hududdagi ishsizlik sonini kamaytirish. Ushbu korxonalariga turli soliq va energiya resurslari bo'yicha imtiyozlar berish.

- mamlakatimizda to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini bir joyga to'playdigan va o'z mahsulotlarini dunyoning istalgan nuqtasidagi xaridorlarga to'g'ridan-to'g'ri sotish imkonini beradigan mukammal onlayn savdo platformalarini yaratish.

- mamlakatimizda, xususan, Surxondaryo viloyatida moda va dizaynerlik sohasida ta'limga e'tibor qaratish ya'ni ushbu sohadagi jahondagi nufuzli universitet, institut va maktablarning filiallarini hamda maktablarni ochish. Ushbu yo'nalishda ta'lim olayotgan iqtidorli talabalarni dunyoning nufuzli moda va dizaynerlik OTM lariga o'qishga yuborishga grantlar tashkil etish. Ushbu sanoat fabrikalarida ishlayotganlarning malakasini muntazam ravishda chet eldagi nufuzli fabrikalarga almashish dasturini tashkil etish.

- jahondagi nufuzli to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarining fabrikalarini O'zbekistonga, xususan, Surxondaryo viloyatining xom-ashyo bazasi yuqori bo'lgan hududlarga ko'chirib kelish, hamda xalqaro logistika integratsiyasiga qo'shilish. Xorijiy investorlarga qulay investitsion muhit yaratish orqali ushbu sanoat sohasida investitsiyalar sonini oshirish.

- O‘zbekistonda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini rivojlantirish hamda startap loyihalar sonini oshirish.

### **III BOB BO‘YICHA XULOSALAR**

III-bobda quyidagi xulosalar olingan:

1. ARIMA modeli yordamida Surxondaryo yengil sanoat mahsulotlarining ishlab chiqarish dinamikasining istiqboldagi ko‘rsatkichlari muvaffaqiyatli tarzda prognoz qilindi. Surxondaryo viloyati to‘qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarishni prognozlashda AR(1, 2, 0) modeli qurildi. Bu modeldan shunday natija keldiki, o‘zgarmas statistik ahamiyatga ega bo‘lmadi hamda qoldiqlar tekshirilganda avtokorrelyatsiya kuzatildi. Kerakli natijaga erishish uchun ARIMA(1, 2, 1) modeli tajriba qilindi va model iqtisodiy jarayonlarga mos va model koeffitsiyentlari statistik ahamiyatga ega ekanligi aniqlandi. Shuningdek tajribalarda approksimatsiya xatoligi tekshirildi va MAPE=11.032%. AR(1, 2, 1) modelidan foydalanib 2028-yilgacha bo‘lgan Surxondaryoda to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni prognoz qilindi. Prognoz natijalariga ko‘ra, 2028-yilga kelib, Surxondaryo viloyatida to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish 3410,98 mlrd.so‘mni tashkil etadi, ya’ni o‘sish kutilmoqda.

2. O‘zbekiston to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati yetakchi va jadal rivojlanayotgan sohalardan biridir. O‘zbekiston xususan, Surxondaryo viloyatida to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatining rivojlanib, yuqori iqtisodiy ko‘rsatkichlar qayd etish maqsadida dunyodagi ushbu sohadagi yetakchi davlatlar Xitoy va Turkiyaning muvaffaqiyatga erishishdagi bosib o‘tgan yo‘li ya’ni tajribasidan zaruriy jihatlari olindi. Xitoy va Turkiya tajribasidan kelib chiqib, mamlakatimiz, xususan, Surxondaryo viloyatida ushbu sanoat sohasida faoliyat yuritayotgan kichik biznes egalari va tadbirkorlarga turli xil imtiyozlar yaratish, ishsizlik darajasi yuqori bo‘lgan hududlarda ushbu sanoat fabrikalarini ishga tushirish orqali arzon ishchi kuchiga ega bo‘lish, moda va dizayn sohasidagi ta’limga e’tiborni kuchaytirish, to‘qimachilik va tikuvchilik fabrikalarida

ishlayotgan xodimlarning malakasini oshirish, umuman olganda ushbu sanoat sohasida yuqori malakali kadrlarni yetishtirishga doir chora-tadbirlar amalga oshirilishi maqsadga muvofiq bo'lardi.

## XULOSA

Dissertatsiya ishi doirasida quyidagi ilmiy xulosalar olindi:

1. Raqobat va raqobatbardoshlikning iqtisodiy mohiyati va uning iqtisodiyotdagi o'rni yoritib berildi. Turli davrdagi olimlarning raqobat haqidagi nazariy qarashlari tahlil qilinib, raqobatga muallif tomonidan ta'rif berildi:

“Raqobat – bu mavjud makonda ikki yoki undan ortiq subyektlarning o'z manfaatlari yo'lida o'zaro kurashi”.

2. Korxonalar (tarmoq) va mahsulot raqobatbardoshligini baholashda matritsali usullar, Lamben matritsasi, SWOT tahlil, 4 P usul, kabi usullar mohiyati zohlab berildi. Muallif tomonidan to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati korxonalarining raqobatbardoshligi baholashda 5 ta indekslardan foydalanildi. Ushbu indekslar chiziqli me'yorlashtirish formulasi orqali (0,1) oralig'iga olib kelinib, chiqqan natijalar raqobatbardoshlikni baholashning integral koeffitsiyenti formulasiga keltirildi:

$$ICC = \frac{IR + KCI + YS/C + ZAK + NRI}{5}$$

3. O'zbekistonda to'qimachilik, kiyim va teri mahsulotlari ishlab chiqarish dinamikasi viloyatlar kesimida tahlil qilindi va viloyatlar yuqori, o'rta va past ishlab chiqaruvchi kategoriyalarga ajratilgan. Surxondaryo viloyati to'qimachilik, kiyim va teri ishlab chiqarishda past kategoriyaga kirishi aniqlandi va buning sabablari keltirib o'tilgan.

4. ARIMA modeli yordamida Surxondaryo yengil sanoat mahsulotlarining ishlab chiqarish dinamikasining istiqboldagi ko'rsatkichlari muvaffaqiyatli tarzda prognoz qilindi. Surxondaryo viloyati to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarishni prognozlashda AR(1, 2, 0) modeli qurildi. Bu

modeldan shunday natija keldiki, o'zgaras statistik ahamiyatga ega bo'lmadi hamda qoldiqlar tekshirilganda avtokorrelyatsiya kuzatildi. Kerakli natijaga erishish uchun ARIMA(1, 2, 1) modeli tajriba qilindi va model iqtisodiy jarayonlarga mos va model koeffitsiyentlari statistik ahamiyatga ega ekanligi aniqlandi. Shuningdek tajribalarda approksimatsiya xatoligi tekshirildi va MAPE=11.032%. AR(1, 2, 1) modelidan foydalanib 2028-yilgacha bo'lgan Surxondaryoda to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni prognoz qilindi. Prognoz natijalariga ko'ra, 2028-yilga kelib, Surxondaryo viloyatida to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish 3410,98 mlrd.so'mni tashkil etadi, ya'ni o'sish kutilmoqda.

5. O'zbekiston xususan, Surxondaryo viloyatida to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati uchun ushbu sohadagi yetakchi davlatlar Xitoy va Turkiya davlatlarining muvaffaqiyatga erishishdagi bosib o'tgan yo'li ya'ni tajribasidan zaruriy jihatlari olindi va quyidagilar taklif etildi:

- mamlakatimizda import kiyim-kechaklar narxiga nisbatan arzonroq, lekin ularning sifatiga tenglasha oladigan milliy mahsulotlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish va mahalliy brendlarni qo'llab-quvvatlash maqsadida proteksionizm siyosatini qo'llash.

- Surxondaryo viloyatining ishsizlik darajasi yuqori bo'lgan hududlarida to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini qurish orqali ishchi kuchi xarajatlarini hamda hududdagi ishsizlik sonini kamaytirish. Ushbu korxonalariga turli soliq va energiya resurslari bo'yicha imtiyozlar berish.

- mamlakatimizda to'qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarini bir joyga to'playdigan va o'z mahsulotlarini dunyoning istalgan nuqtasidagi xaridorlarga to'g'ridan-to'g'ri sotish imkonini beradigan mukammal onlayn savdo platformalarini yaratish.

- mamlakatimizda, xususan, Surxondaryo viloyatida moda va dizaynerlik sohasida jahondagi nufuzli universitet, institut va maktablarning filiallarini hamda maktablarni ochish va ta'lim olayotgan iqtidorli talabalarni dunyoning nufuzli moda va dizaynerlik OTM lariga o'qishga yuborishga grantlar tashkil etish.

- jahondagi nufuzli to‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarining fabrikalarini O‘zbekistonga, xususan, Surxondaryo viloyatining xom-ashyo bazasi yuqori bo‘lgan hududlarga ko‘chirib kelish, hamda xalqaro logistika integratsiyasiga qo‘shilish. Xorijiy investorlarga qulay investitsion muhit yaratish orqali ushbu sanoat sohasida investitsiyalar sonini oshirish.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI**

### **I. Normativ – huquqiy hujjatlar va metodologik ahamiyatga molik adabiyotlar**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-maydagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5989-sonli farmoni
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 21-yanvardagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida chuqur qayta ishlash va yuqori qo‘shilgan qiymatli tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni hamda ularning eksportini rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-53-sonli farmoni
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 2-sentabrdagi “To‘qimachilik sanoatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-155-sonli farmoni
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 9-sentabrdagi “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risidagi PF-158-sonli farmoni
5. O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 2024-yil 1-maydagi “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini rivojlantirishni yangi bosqichga olib chiqish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-71-sonli farmoni
6. Mirziyoev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat’iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz. – T.: O‘zbekiston, 2017. – 592 b.
7. Ishnazarov A, Nurullayeva Sh. Ekonometrikaga kirish. O‘quv qo‘llanma. –T.: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-manbaa uyi”, 2021 – 264 b.
8. Karimov.I.A O‘zbekiston XXI asrga intilmoqda. T.:”O‘zbekiston”, 1999, 34-bet.

9. Бардасов С.А (2010)ю Эконометрика: Учебное пособи. 2-е изд., перераб. И доп. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета – 264с.
10. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 87 с.
11. Мокроносов, А. Г. М74 Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал унта, 2014. – 194 с.
12. Котлер Ф. Маркетинг менеджментю Экс пресс-курс. 2-е изд./ Пер. С англ. Под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с: ил. – ( Серия “Деловой бестселлер”).
13. Олливые А. Международный маркетинг / А. Олливые, А. Дайан, Р. Урссе // Академия рынка: Маркетинг / пер. с фр. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар и др. М.: Экономика, 1993. 560 с.
14. Портер, Е. Майкл. Конкурентная стратегия // Методика анализа отраслей и конкурентов // Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес
15. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / Майкл Портер. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 947 с.
16. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ. В. С. Афанасьева.– М.: Эксмо, 2009. – 960 с
17. Стиглер Джю Совершенная конкуренция исторический ракурс // Вехи экономической мысли: теория фирмы: В 3 тю / под ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экон. Шк., 2000. Т. 2.
18. Томпсон-мл. А.А., Стрикленд Ш А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. М., 2006.
19. Хейне, П. Экономический образ мышления // Пер. с англ. – М.: Издательство «Каталаксия» для серии Библиотека студента по заказу

Академии педагогических наук и Московского психолого-социального института, 1997. – 704 с., ил.

20. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.:Прогресс, 1982. – С. 120

21. Ishnazarov A, Nurullayeva Sh. Ekonometrikaga kirish. O‘quv qo‘llanma. –Т.: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-manbaa uyi”, 2021 – 264 b.

22. Karimov.I.A O‘zbekiston XXI asrga intilmoqda. Т.:”O‘zbekiston”, 1999, 34-bet.

## **II. Monografiya, ilmiy maqola, patent, ilmiy to‘plamlar**

23. Safarov N. “Vohamizda to‘qimachilik” <https://www.surxontongi.uz>

24. Абдужабборова Мактуба Тухтасинова “Историческое формирование швейных фабрик в Узбекистане” Международный научный журнал “Символ науки” № 07/2017 ISSN 2410-700X

25. Волков, Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий. Библиотека управления. 2013. — URL: <http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml>. — Дата доступа: 18.02.2016.

26. Гельвановский М.И., Повышение конкурентоспособности российской экономики в условиях глобализации: концептуальные и правовые проблемы // Современная конкуренция. Выпуск No1. 2007 с.

27. Калашникова Л.М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции / Л.М. Калашникова // Машиностроитель. – 2003. – № 11. – С. 15–18

28. Костюченко З., Архипова О. Текстильная промышленность: основные результаты реализации Стратегии развития Узбекистана в период 2017-2020 годы // 2021. <https://ifmr.uz>

29. Лазаренко А.А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. 2014. – № 1. – С. 374–377.

30. Сатикова З.Д. Интеграция узбекского текстильного искусства в современную моду. “Экономика и социум” №11(113)-1 2023
31. A.M.Jumayev, D.TUrapova Central Asian academic journal of scientific research.2022.Vol.2,issue 5.
32. [p.http://sjifactor.com/passport.php?id=22230](http://sjifactor.com/passport.php?id=22230)
33. Fernandez-Stark K., Frederick S., Gereffi G. The Apparel Global Value Chain. Economic Upgrading and Workforce Development. Duke Center on Globalization, Governance and Competitiveness. 2011. November.
34. GUTIUM, Tatiana. Conceptual approach of competitiveness and interdependence between competition and competitiveness. *Economica*, 2017, nr. 3 (101), pp. 59-71. ISSN 1810-9136.
35. Samuelson P. E. Monopolistic competition – a revolution in the theory. *Milestones of economic thought*. St. Petersburg, Economic School, 1999, vol. 2: Theory of the firm, p. 354– 370. (In Russ.)

### **III. Internet saytlari**

34. <https://www.AtlasBig.com>
35. <https://www.axborot.com/>
36. <https://www.etextilemagazine.com>
37. <https://www.fundamental-research.ru>
38. <https://www.internationalwealth.info>
39. <https://www.lindeal.com/>
40. <https://president.uz>
41. <https://www.review.uz>
42. <https://www.stat.uz>
43. <https://www.surxon.stat.uz>
44. <https://www.trendeconomy.ru>
45. <https://www.uz.m.wikipedia.org>
46. <https://www.wikipedia.org>
47. <https://www.wto.org>

## Hovalar

1-ilova

### O‘zbekiston to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining tashqi savdo eksporti *ming.AQSH dollarida*

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ipak	27,2	23,6	20,2	21,0	30,9	49,9	71,8	74,9	78,1	92,5
Hayvonlarning ingichka va dag'al tuklari, juni; ot yolidan kalava ip va mato	2,7	1,7	1,5	1,8	2,2	2,4	1,7	1,3	1,9	1,7
Boshqa o'simlik to'qimachilik tolalari; qog'oz iplar va qog'oz iplardan tayyorlangan matolar	0,1	0,7	0,9	0,7	0,4	0,3	0,7	0,4	0,5	1,5
Paxta	1669,9	1653,5	1324,4	1189,8	1176,1	1029,9	1293,4	1200,1	1926,3	1606,6
Kimyoviy iplar; kimyoviy to'qimachilik materiallaridan tekis va analog iplar	0,2	0,7	1,0	1,6	1,9	0,8	1,7	3,1	7,8	8,0
Kimyoviy tolalar	3,4	6,1	6,6	10,6	7,1	8,7	19,1	22,3	38,9	58,9
Paxta momig'i; namat yoki kigiz va noto'qima materiallar; maxsus kalava ip; arg'amchi, arqon, kanat va	27,6	22,2	16,4	27,2	24,7	26,8	27,4	30,9	39,7	54,4

trostlar va ulardan tayyorlangan mahsulotlar										
Gilam va boshqa to'qimachilik pol qoplamalari	26,3	18,9	13,6	19,5	34,4	31,0	32,0	29,2	42,1	43,9
Maxsus matolar; Tafting to'qimachilik materiallari; to'r; gobelen; bezak materiallari; kashtalar	7,9	4,0	5,6	4,8	3,1	4,2	4,4	6,4	12,5	21,7
To'qimachilik materiallari; singdirilgan, qoplangan yoki laminatlangan to'qimachilik materiallari; texnik maqsadlar uchun to'qimachilik mahsulotlari	0,2	0,3	0,3	0,6	2,0	2,0	2,1	1,6	1,5	2,4
Dastgoh yoki qo'lda to'qilgan trikotaj matolar	30,0	31,1	46,1	65,2	50,4	65,5	84,8	144,5	242,8	307,7
Dastgoh yoki qo'lda to'qilgan trikotaj kiyimlariga kiyim-kechak buyumlari va aksessuarlar	222,3	190,2	175,3	203,7	251,4	269,8	323,4	459,2	577,8	838,5

Dastgoh yoki qo'lda to'qilgan trikotaj kiyimlardan tashqari kiyimlarga kiyim-kechak buyumlari va aksessuarlar	7,6	6,8	8,7	12,8	17,3	19,9	31,4	47,5	67,3	89,5
Boshqa tayyor to'qimachilik mahsulotlari; to'plamlar; ishlatilgan kiyim va to'qimachilik mahsulotlari; lattalar	15,4	17,8	15,4	22,0	31,7	36,1	51,9	88,8	118,1	161,7
Poyabzal, getralar va shunga o'xshash buyumlar; ularning detallari	10,1	11,2	12,4	12,4	12,0	12,6	31,5	37,0	38,2	46,2
Bosh kiyimlar va ularning qismlari	0,4	0,5	0,9	1,2	2,6	2,1	6,0	3,6	3,3	5,4
Tabiiy va sun'iy mo'yna; ulardan tayyorlangan mahsulotlar	1,6	0,9	0,7	0,5	1,0	0,6	0,5	0,1	0,6	0,6
Ishlov berilmagan teri ( tabiiy mo'ynadan tashqari ) va ajratilgan charm	102,3	90,7	86,6	101,7	102,9	123,1	47,6	31,1	35,3	34,7

Charm mahsulotlari; egarchilik mahsulotlari va jabduqlar; sayohat aksessuarlari; ayollar sumkasi va shunga o'xshash mahsulotlar; hayvonlarning ichaklaridan tayyorlangan mahsulotlar ( ipak qurti fibrion tolsidan tashqari)	0,3	0,3	0,1	0,6	0,9	1,2	3,1	3,2	8,1	10,1
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

2-ilova

**Surxondaryo viloyatining to'qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarining tashqi savdo eksporti mln.AQSH dollarida**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ipak	0,75	0,31	0,12	1,45	2,37	2,88	4,51	6,30	4,88	4,88	3,0
Hayvonlarning ingichka va dag'al tuklari, juni; ot yolidan kalava ip va mato	0,01	-	-	-	-	-	-	-	0,02	0,01	0,0
Paxta	143,73	140,89	97,89	38,45	17,05	22,15	71,71	74,98	102,84	73,06	47,5
Kimyoviy iplar	-	-	-	-	-	-	-	0,01	0,00	0,21	0,02
Kimyoviy shtapel tolalar	-	-	-	-	-	-	-	0,02	0,00	-	0,4
Paxta momig'i; namat va noto'qima materiallar; maxsus kalava ip; arg'amchi, arqon, kanat va trostlar va ulardan tayyorlangan mahsulotlar	-	-	0,04	-	-	-	0,002	0,07	0,07	0,10	0,0
Gilam va boshqa to'qimachilik pol qoplamalari	-	-	-	-	-	-	0,01	0,04	0,31	0,65	17,5

Maxsus matolar; vors bilan qoplangan matolar; to'r; gobelen; bezak materiallari; kashtalar	-	-	-	-	-	-	-	0,04	0,01	0,20	0,0
Dastgoh yoki qo'lda to'qilgan trikotaj matolar	-	-	-	-	-	-	-	0,68	0,0	0,003	0,0
Trikotaj kiyimlari va trikotaj kiyim aksessuarlari	-	-	-	-	-	-	0,31	3,62	0,68	2,48	0,1
To'qimachilik kiyimlari va to'qimachilik kiyim aksessuarlari	-	-	-	-	-	-	0,00	0,90	0,70	0,64	15,2
Boshqa tayyor to'qimachilik mahsulotlari; to'plamlar; ishlatilgan kiyim va to'qimachilik mahsulotlari; lattalar	0,10	0,21	0,31	0,61	0,53	0,18	0,04	0,14	0,01	0,36	0,0
Poyabzal, getralar va shunga o'xshash buyumlar; ularning detallari	-	-	-	-	-	0,04	-	0,79	0,09	0,39	0,2
Bosh kiyimlar va ularning qismlari	-	-	-	-	-	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0
Tabiiy va sun'iy mo'yna; ulardan tayyorlangan mahsulotlar	-	-	-	-	-	-	-	0,0004	0,0	-	0,0
Ishlov berilmagan teri ( tabiiy mo'ynadan tashqari ) va ajratilgan charm	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	-	
Charm mahsulotlari; egarchilik mahsulotlari va jabduqlar; sayohat aksessuarlari; ayollar sumkasi va shunga o'xshash mahsulotlar; hayvonlarning ichaklaridan tayyorlangan mahsulotlar ( ipak qurti fibrion tolasidan tashqari)	-	-	-	-	-	-	-	0,004	0,003	0,036	0

Singdirilgan, qoplangan, laminatlangan to'qimachilik materiallari; ulardan tayyorlangan texnik mahsulotlar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0284	-	0
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------	---	---

