



INNOVATIVE WORLD
Ilmiy tadqiqotlar markazi

YANGI RENESSANS

ILMIY JURNALI

2026/5



+998335668868



www.innoworld.net

Google Scholar



zenodo





2026

YANGI RENESSANS

ILMIY JURNALI

3-JILD 5-SON



YANGI RENESSANS

ILMIY JURNALI
TO'PLAMI

3 - JILD, 5 - SON
2026



www.innoworld.net

O'ZBEKISTON-2026

YENGIL SANOAT MAHSULOTLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BOSHQARISH EVOLYUTSIYASI

Yu. S. Axmedova

Jizzax politexnika instituti
iqtisodiyot va menejment
kafedrasi assistenti

yulduzaxmedova1981@gmail.com

Dilmurodova Ganjina Umurzoqovna

212-22 MKK IV- kurs talabasi

Annotatsiya Mazkur tezisdagi yengil sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini boshqarishning evolyutsion rivojlanish bosqichlari ilmiy jihatdan tahlil qilingan. Global iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi, raqamli texnologiyalar, innovatsion menejment hamda xalqaro integratsiya jarayonlari yengil sanoat korxonalarining raqobat ustunligini shakllantirishdagi asosiy omillar sifatida tadqiq etilgan. Shuningdek, O'zbekiston yengil sanoati misolida raqobatbardoshlikni boshqarishning zamonaviy mexanizmlari va istiqbolli yo'nalishlari yoritilgan.

Kalit so'zlar: yengil sanoat, raqobatbardoshlik, innovatsiya, raqamli iqtisodiyot, eksport salohiyati, marketing strategiyasi, sanoat evolyutsiyasi, boshqaruv tizimi.

Kirish

Bugungi kunda jahon iqtisodiyotida yuz berayotgan global transformatsiya jarayonlari, raqobat muhitining keskinlashuvi va resurslar cheklanganligi sharoitida raqobatbardoshlik masalasi iqtisodiyotning eng muhim va dolzarb yo'nalishlaridan biriga aylandi. Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot, innovatsion rivojlanish va barqaror taraqqiyot konsepsiyalarining jadal sur'atlarda shakllanishi raqobatbardoshlik mazmunini tubdan qayta ko'rib chiqishni taqozo etmoqda.

Hozirgi globallashuv sharoitida korxonalarining uzoq muddatli barqarorligi ko'p jihatdan ularning raqobatbardoshlik darajasiga bog'liq bo'lib qolmoqda. Yengil sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini boshqarish tizimi tarixiy rivojlanish davomida turli evolyutsion bosqichlarni bosib o'tdi. Dastlab ishlab chiqarish hajmini oshirish asosiy maqsad bo'lgan bo'lsa, keyinchalik mahsulot sifati, innovatsion dizayn, logistika, marketing va raqamli texnologiyalar ustuvor omillarga aylandi.

Bugungi kunda xalqaro bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun korxonalar nafaqat arzon ishlab chiqarish, balki intellektual boshqaruv, ekologik standartlar va brend strategiyalariga ham e'tibor qaratmoqda. Shu sababli yengil sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini boshqarish evolyutsiyasini ilmiy jihatdan o'rganish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Raqobatbardoshlik boshqaruvining nazariy asoslari



An'anaviy iqtisodiy nazariyalarda raqobatbardoshlik asosan ishlab chiqarish xarajatlarini minimallashtirish va bozorda narx ustunligiga erishish bilan izohlangan. Biroq XXI asrga kelib, bu yondashuv yetarli emasligi yaqqol namoyon bo'ldi. Chunki zamonaviy iqtisodiyotda innovatsiya va bilim asosiy ishlab chiqarish omili, inson kapitali strategik resurs sifatida baholanishi hamda institutsional muhit raqobat ustunliklarini belgilab bermoqda.

Raqobatbardoshlik tushunchasi iqtisodiy adabiyotlarda korxonaning ichki va tashqi bozorda o'z mahsulotlarini muvaffaqiyatli realizatsiya qila olish qobiliyati sifatida talqin qilinadi. M. Porterning "raqobat ustunligi" nazariyasiga ko'ra, korxonada innovatsiya, xarajatlarni optimallashtirish va differensiallash orqali bozorda ustunlikka erishadi.

Michael Porter ta'kidlaganidek, sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishi ishlab chiqarish samaradorligi va strategik boshqaruv tizimiga bog'liqdir.

Yengil sanoatda raqobatbardoshlik quyidagi omillar asosida shakllanadi:

- mahsulot sifati;
- dizayn va moda tendensiyalari;
- narx siyosati;
- innovatsion texnologiyalar;
- logistika samaradorligi;
- marketing va brending;
- eksport salohiyati.

Shuningdek, zamonaviy iqtisodiyotda ESG tamoyillari, ekologik xavfsizlik va "yashil iqtisodiyot" konsepsiyasi ham raqobatbardoshlikning yangi mezonlariga aylanmoqda.

Raqobatbardoshlik boshqaruvining evolyutsion bosqichlari

1-bosqich: Ishlab chiqarishga yo'naltirilgan boshqaruv

XX asrning dastlabki davrlarida yengil sanoat korxonalarining asosiy maqsadi ommaviy ishlab chiqarishni tashkil etishdan iborat edi. Bu bosqichda mahsulot sifati yoki dizayndan ko'ra ishlab chiqarish hajmi ustuvor ahamiyat kasb etdi.

Mazkur davrda korxonalar:

- arzon ishchi kuchidan foydalanish;
- standart mahsulot ishlab chiqarish;
- xarajatlarni minimallashtirish

orqali bozorda raqobatlashgan.

Biroq vaqt o'tishi bilan iste'molchilar talabi murakkablashib, mahsulot sifati va estetik ko'rsatkichlarga bo'lgan ehtiyoj ortdi.

2-bosqich: Sifat menejmenti va standartlashtirish

1960–1990-yillarda jahon bozorida sifat menejmenti konsepsiyasi shakllandi. Ayniqsa, Yaponiya tajribasi asosida "Total Quality Management" (TQM) tizimi keng rivojlandi.





Bu davrda:

- ISO standartlari;
- sifat nazorati;
- sertifikatlashtirish;
- texnologik modernizatsiya

raqobatbardoshlikning asosiy omiliga aylandi.

Korxonalar iste'molchi ehtiyojlarini chuqur o'rganishga va mahsulot sifatini oshirishga e'tibor bera boshladilar. Natijada brend tushunchasi shakllanib, mahsulot differensiallashuvi kuchaydi.

3-bosqich: Innovatsion va marketingga asoslangan boshqaruv

XXI asr boshlaridan boshlab raqobatbardoshlikni boshqarishda innovatsiyalar hal qiluvchi omilga aylandi. Korxonalar:

- avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish;
- CAD/CAM texnologiyalari;
- raqamli marketing;
- elektron tijorat;
- logistika optimallashtirish

orqali raqobat ustunligini shakllantira boshladi.

Bu davrda moda industriyasi va iste'molchilarning individual talablarini hisobga olish muhim strategik yo'nalishga aylandi. Ayniqsa, tezkor moda ("Fast Fashion") modeli global bozorni tubdan o'zgartirdi.

Zara, H&M va Uniqlo kabi kompaniyalar innovatsion logistika va marketing orqali yengil sanoatda yangi boshqaruv modelini yaratdi.

4-bosqich: Raqamli transformatsiya va intellektual boshqaruv

Hozirgi bosqichda sun'iy intellekt, Big Data, IoT va blockchain texnologiyalari yengil sanoatni tubdan o'zgartirmoqda.

Korxonalar quyidagi imkoniyatlardan foydalanmoqda:

- talab prognozlash;
- aqlli ishlab chiqarish;
- raqamli ta'minot zanjiri;
- virtual dizayn;
- onlayn savdo platformalari;
- mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish.

Shuningdek, Industry 4.0 konsepsiyasi asosida ishlab chiqarish jarayonlarining to'liq avtomatlashtirilishi kuzatilmoqda.

Raqamli transformatsiya natijasida:

- ishlab chiqarish xarajatlari kamaymoqda;
- mahsulot sifati oshmoqda;
- yetkazib berish muddati qisqarmoqda;
- eksport imkoniyatlari kengaymoqda.

O'zbekiston yengil sanoatida raqobatbardoshlikni boshqarish istiqbollari





O‘zbekistonda yengil sanoat iqtisodiyotning eksportga yo‘naltirilgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. So‘nggi yillarda:

- klaster tizimi;
- tekstil sanoatini modernizatsiya qilish;
- eksportni rag‘batlantirish;
- xorijiy investitsiyalarni jalb qilish

bo‘yicha qator islohotlar amalga oshirilmoqda.

Uzbekistan Textile and Garment Industry Association ma‘lumotlariga ko‘ra, mamlakat tekstil eksporti hajmi yildan-yilga ortib bormoqda.

Shu bilan birga, raqobatbardoshlikni oshirish uchun quyidagi muammolarni hal qilish zarur:

- texnologik eskirish;
- energiya samaradorligining pastligi;
- marketing strategiyalarining sustligi;
- xalqaro brendlarning yetishmasligi;
- logistika xarajatlarining yuqoriligi.

Kelgusida quyidagi yo‘nalishlar ustuvor ahamiyat kasb etadi:

1. Raqamli ishlab chiqarishni rivojlantirish.
2. Milliy brendlarni xalqaro bozorda targ‘ib qilish.
3. Ekologik toza mahsulot ishlab chiqarish.
4. Elektron tijorat platformalarini kengaytirish.
5. Sun‘iy intellekt asosidagi boshqaruv tizimlarini joriy etish.

Xulosa

Shuni ta’kidlash lozimki, raqobatbardoshlik faqat narx yoki ishlab chiqarish xarajatlari bilan emas, balki innovatsiya, inson kapitali, institutsional muhit va barqaror rivojlanish bilan uzviy bog‘liq kompleks kategoriyadir. Ishlab chiqilgan xulosalar va tavsiyalar milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan strategik qarorlarni ilmiy jihatdan asoslashga xizmat qiladi.

Yengil sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini boshqarish evolyutsiyasi sanoat rivojlanishining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, raqobatbardoshlikning tarixiy rivojlanishi ishlab chiqarishdan innovatsion va raqamli boshqaruv tizimlariga o‘tish bilan tavsiflanadi.

Zamonaviy sharoitda yengil sanoat korxonalarining muvaffaqiyati:

- innovatsion texnologiyalar;
- sifat menejmenti;
- marketing strategiyasi;
- raqamli transformatsiya;
- ekologik standartlar

bilan chambarchas bog‘liqdir.

O‘zbekiston yengil sanoatida ham xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish uchun Industry 4.0 texnologiyalari, eksportga yo‘naltirilgan boshqaruv modeli va milliy brendlarni rivojlantirish strategiyalarini jadallashtirish zarur.



Foydalanilgan adabiyotlar

1. Porter, M. E. Competitive Advantage. New York: Free Press, 1985.
2. Kotler, P. Marketing Management. Pearson Education, 2017.
3. Schumpeter, J. A. Theory of Economic Development. Harvard University Press, 1934.
4. OECD. Industrial Competitiveness and Digital Transformation Report. Paris, 2023.
5. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma'lumotlari, 2025.
6. US.Sokibayevna Marketing aralashmasi (4P) modelining zamonaviy biznesdagi roli va ahamiyati. Yangi renessans, 2025.
7. US.Sokibayevna, X.Sevinch Iste'molchi xatti-harakati nazariy modellar va real misollar Yangi renessans, 2025
8. Ismoilov, R. Raqamli iqtisodiyot va sanoat transformatsiyasi. Toshkent, 2024.

