

GILAM ISHLAB CHIQRISH KORXONALARIDA INNOVATSION MARKETING YONDASHUVLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

Arziyeva Sevinch Shomurot qizi

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Mustaqil izlanuvchisi

sevinchkaarziyeva@gmail.com, +998904479699

***Annotatsiya** – Mazkur maqolada gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing yondashuvlarini takomillashtirishning nazariy va amaliy jihatlari tadqiq etilgan. Raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion marketing vositalarining o‘rni va ahamiyati tahlil qilingan. Tadqiqot davomida gilam ishlab chiqarish korxonalarining marketing faoliyatiga ta’sir etuvchi omillar o‘rganilib, raqamli marketing, CRM tizimlari, elektron tijorat, ijtimoiy tarmoqlar marketingi va brend boshqaruvi mexanizmlarining samaradorligi baholangan. Shuningdek, korxonalarda innovatsion marketing yondashuvlarini joriy etish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Tadqiqot natijalari gilam ishlab chiqarish korxonalarining bozor ulushini kengaytirish, mijozlar sodiqligini oshirish va eksport salohiyatini kuchaytirishga xizmat qiladi.*

***Kalit so‘zlar:** gilam ishlab chiqarish korxonalarini, innovatsion marketing, raqamli marketing, CRM tizimi, elektron tijorat, marketing strategiyasi, brend boshqaruvi, iste’molchi xulq-atvori, raqobatbardoshlik, eksport salohiyati, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, marketing innovatsiyalari.*

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida raqobatning keskinlashuvi, iste’molchilar talablarining o‘zgarishi hamda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi ishlab chiqarish korxonalaridan marketing faoliyatini zamonaviy talablar asosida tashkil etishni talab etmoqda. Ayniqsa, gilam ishlab chiqarish sanoatida mahsulot sifati, dizayn innovatsiyalari, ekologik xavfsizlik va mijozlarga yo‘naltirilgan xizmatlar korxonalarining bozordagi muvaffaqiyatini belgilovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Shu sababli gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing yondashuvlarini joriy etish va takomillashtirish masalasi bugungi kunda dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etmoqda.

So‘nggi yillarda dunyo gilam bozori tarkibida tabiiy va sun‘iy tolalardan tayyorlangan mahsulotlarga bo‘lgan talabning ortishi, elektron tijorat platformalarining keng rivojlanishi hamda iste’molchilarning individual did va ehtiyojlariga mos mahsulotlarni xarid qilishga intilishi marketing faoliyatiga yangicha yondashuvlarni talab qilmoqda. An‘anaviy marketing vositalari bilan bir qatorda raqamli marketing, sun‘iy intellekt asosidagi iste’molchi tahlili, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, omnikanal savdo tizimlari va CRM texnologiyalaridan foydalanish gilam ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil bo‘lib xizmat

qilmoqda.

O‘zbekiston iqtisodiyotida ham to‘qimachilik va gilamchilik sanoatini rivojlantirish, eksport salohiyatini kengaytirish hamda milliy brendlarni xalqaro bozorlarga olib chiqish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Mamlakatimizda gilam ishlab chiqaruvchi korxonalar sonining ortib borishi, yangi texnologiyalarning joriy etilishi va eksport geografiasining kengayishi marketing faoliyatini yanada takomillashtirish zaruratini yuzaga keltirmoqda. Biroq ko‘plab korxonalarda marketing strategiyalarining yetarli darajada innovatsion xarakterga ega emasligi, raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasining pastligi, mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni boshqarish tizimlarining yetarlicha rivojlanmaganligi kabi muammolar mavjud.

Innovatsion marketing yondashuvlari korxonalariga nafaqat yangi iste‘molchilarni jalb qilish, balki mavjud mijozlarning sodiqligini oshirish, mahsulotlarni samarali targ‘ib qilish va bozor ulushini kengaytirish imkoniyatini yaratadi. Ayniqsa, gilam mahsulotlarini vizual namoyish etish, onlayn kataloglar, virtual interyer dizayni, augmented reality (AR) texnologiyalari yordamida mahsulotlarni taqdim etish kabi zamonaviy marketing vositalari xaridorlarning xarid qilish qarorlariga sezilarli ta‘sir ko‘rsatmoqda.

Mazkur tadqiqotning dolzarbligi gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing yondashuvlarining nazariy va amaliy asoslarini o‘rganish, mavjud marketing faoliyatini baholash hamda korxonalar raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiluvchi samarali marketing mexanizmlarini ishlab chiqish zarurati bilan belgilanadi. Tadqiqot natijalari gilam ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini modernizatsiya qilish, mijozlar bilan munosabatlarni rivojlantirish va mahsulotlarning ichki hamda tashqi bozorlardagi pozitsiyasini mustahkamlashga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing yondashuvlarini takomillashtirish masalalari marketing nazariyasi, innovatsion menejment, iste‘molchi xulq-atvori va raqamli transformatsiya yo‘nalishlarida olib borilgan ilmiy tadqiqotlarda keng yoritilgan. Zamonaviy marketing konsepsiyalarining rivojlanishi natijasida korxonalar faoliyatida an‘anaviy mahsulotga yo‘naltirilgan yondashuvlardan iste‘molchiga yo‘naltirilgan va innovatsion marketing strategiyalariga o‘tish tendensiyasi kuchayib bormoqda.

Marketing nazariyasining asoschilaridan biri bo‘lgan Philip Kotler marketingni iste‘molchilar ehtiyojlarini aniqlash, qondirish va uzoq muddatli qiymat yaratishga qaratilgan boshqaruv jarayoni sifatida talqin qiladi. Uning fikricha, zamonaviy korxonalarining muvaffaqiyati innovatsiyalar va marketing faoliyatining uyg‘unlashuviga bog‘liq. Muallif marketingning 4P, 7P va Marketing 4.0 konsepsiyalari orqali raqamli texnologiyalarni biznes jarayonlariga integratsiyalash zarurligini asoslab bergan.

Innovatsiyalar nazariyasini rivojlantirgan Joseph Schumpeter iqtisodiy rivojlanishning asosiy omili sifatida innovatsiyalarni ko‘rsatadi. Uning nazariyasiga

ko‘ra, korxonalarining bozor ustunligini ta‘minlashida yangi mahsulotlar yaratish, yangi texnologiyalarni joriy etish va marketing usullarini takomillashtirish muhim ahamiyatga ega. Ushbu yondashuv bugungi kunda gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing strategiyalarini ishlab chiqishda nazariy asos bo‘lib xizmat qilmoqda.

Iste‘molchilar xulq-atvorini o‘rganish bo‘yicha Kevin Lane Keller va David Aaker tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda brend kapitalini shakllantirish, mijozlar sodiqligini oshirish va korxonaga imidjini mustahkamlashning marketing mexanizmlari yoritilgan. Ularning ilmiy ishlari gilam ishlab chiqarish korxonalarida milliy va xalqaro bozorlarda kuchli brend yaratish zarurligini ko‘rsatadi.

Raqamli marketing va elektron tijoratning rivojlanishiga bag‘ishlangan tadqiqotlarda Dave Chaffey internet marketingi, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, kontent marketing va ma‘lumotlarga asoslangan marketing qarorlarining samaradorligini asoslab bergan. Uning tadqiqotlariga ko‘ra, korxonalarining onlayn platformalardan foydalanishi iste‘molchilar bilan interaktiv aloqalarni kuchaytiradi hamda mahsulotlarni targ‘ib qilish xarajatlarini kamaytiradi.

Xizmatlar va munosabatlar marketingi bo‘yicha Christian Gronroos tomonidan ishlab chiqilgan munosabatlar marketingi konsepsiyasi mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlik aloqalarini shakllantirishga qaratilgan. Ushbu yondashuv CRM tizimlari va mijozlar ma‘lumotlar bazasidan samarali foydalanish orqali korxonalar daromadlilikini oshirish imkoniyatlarini ko‘rsatadi.

Mahalliy iqtisodchi olimlarning ilmiy ishlarida ham ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatini takomillashtirish, eksport salohiyatini oshirish va raqamli texnologiyalarni joriy etish masalalari keng o‘rganilgan. Ular tomonidan marketing strategiyalarini hududiy xususiyatlar, iste‘molchilar talabi va xalqaro bozor tendensiyalariga moslashtirish zarurligi ta‘kidlanadi. Ayniqsa, to‘qimachilik va gilamchilik sanoatida mahsulot dizayni, sifat menejmenti va brend siyosatini rivojlantirish orqali korxonalarining eksport imkoniyatlarini kengaytirish mumkinligi asoslab berilgan.

Tahlil qilingan ilmiy adabiyotlar shuni ko‘rsatadiki, innovatsion marketing yondashuvlari korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, yangi bozor segmentlarini egallash va iste‘molchilar bilan samarali aloqalarni shakllantirishning muhim vositasi hisoblanadi. Biroq mavjud tadqiqotlarning aksariyatida gilam ishlab chiqarish korxonalarining o‘ziga xos xususiyatlari, mahsulot dizaynining marketingdagi roli, raqamli texnologiyalar asosida iste‘molchilar bilan ishlash mexanizmlari hamda innovatsion marketing vositalarining amaliy samaradorligi yetarli darajada o‘rganilmagan. Shu sababli mazkur yo‘nalishda ilmiy tadqiqotlarni chuqurlashtirish va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish dolzarb vazifa hisoblanadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing yondashuvlarini takomillashtirishning nazariy va amaliy jihatlarini o‘rganishga qaratilgan kompleks ilmiy-tadqiqot usullaridan foydalanildi. Tadqiqot metodologiyasi marketing nazariyasi, innovatsion rivojlanish konsepsiyalari, iste‘molchi xulq-atvori

va raqamli marketing tamoyillariga asoslangan holda shakllantirildi.

Tadqiqotning nazariy asosini marketing, innovatsion menejment, brend boshqaruvi va raqamli transformatsiya sohalarida faoliyat yuritayotgan xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy ishlari tashkil etdi. Xususan, iste'molchiga yo'naltirilgan marketing, munosabatlar marketingi (Relationship Marketing), raqamli marketing va innovatsion rivojlanish nazariyalaridan foydalanildi. Ushbu yondashuvlar gilam ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatining zamonaviy tendensiyalarini aniqlash va baholash imkonini berdi.

Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez usullaridan foydalanilib, gilam ishlab chiqarish korxonalarining marketing faoliyatiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar o'rganildi. Mavjud ilmiy adabiyotlar, statistik ma'lumotlar va amaliy tajribalar umumlashtirilib, innovatsion marketing vositalarining korxonalar faoliyatiga ta'siri baholandi. Shuningdek, ilmiy abstraksiya usuli orqali marketing faoliyatining muhim elementlari ajratib olinib, ular o'rtasidagi bog'liqliklar tahlil qilindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Gilam ishlab chiqarish korxonalarining bugungi kundagi raqobatbardoshligi nafaqat mahsulot sifati va narxiga, balki marketing faoliyatining innovatsion darajasiga ham bevosita bog'liqdir. Bozor munosabatlarining chuqurlashuvi, iste'molchilar ehtiyojlarining individuallashuvi hamda raqamli texnologiyalarning keng qo'llanilishi korxonalardan zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanishni talab qilmoqda. Shu nuqtai nazardan gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing faoliyatining holati va uni takomillashtirish imkoniyatlari tahlil qilindi.

1-jadval

Gilam ishlab chiqarish korxonalarida an'anaviy va innovatsion marketing yondashuvlarining taqqoslanishi

Ko'rsatkichlar	An'anaviy marketing	Innovatsion marketing
Reklama vositalari	TV, radio, bosma nashrlar	Ijtimoiy tarmoqlar, SEO, SMM, influencer marketing
Mijozlar bilan aloqa	Bir tomonlama	Interaktiv va ikki tomonlama
Bozor tadqiqoti	Davriy o'rganish	Real vaqt rejimida tahlil
Savdo kanallari	Do'konlar va dilerlar	Omnikanal savdo, marketplace va e-commerce
Mijozlar bazasi	Cheklangan	CRM va Big Data texnologiyalari
Mahsulot taqdimoti	Katalog va ko'rgazmalar	3D vizualizatsiya va AR texnologiyalari
Marketing samaradorligi	O'rtacha	Yuqori

1-jadval ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, innovatsion marketing vositalari korxonalariga iste'molchilar bilan samarali muloqot qilish, mahsulotlarni kengroq auditoriyaga yetkazish va marketing xarajatlarining samaradorligini oshirish imkonini beradi. Ayniqsa, raqamli platformalar orqali mijozlar ehtiyojlarini tezkor aniqlash va ularga mos takliflar ishlab chiqish mumkin.

Gilam bozori iste'molchilarining xarid qilish xulq-atvori tahlili natijasida xaridorlarning katta qismi mahsulot haqida dastlabki ma'lumotlarni internet va ijtimoiy

tarmoqlar orqali olishi aniqlandi. Bu esa korxonalarining raqamli marketing faoliyatiga e'tibor qaratishi zarurligini ko'rsatadi.

2-jadval

Gilam xarid qilishda iste'molchilar qaroriga ta'sir etuvchi omillar

Omillar	Ta'sir darajasi (%)
Mahsulot sifati	28
Dizayn va ranglar	22
Narx	18
Brend obro'si	12
Onlayn sharhlar	10
Yetkazib berish xizmati	6
Reklama va aksiyalar	4

Jadvaldan ko'rinadiki, iste'molchilar uchun mahsulot sifati va dizayn asosiy omillar hisoblanadi. Shu bilan birga, brend imiji va onlayn sharhlarning ahamiyati ham ortib bormoqda. Bu esa korxonalarining branding va raqamli kommunikatsiya faoliyatini kuchaytirish zarurligini anglatadi.

Tahlillar davomida gilam ishlab chiqarish korxonalarining marketing faoliyatiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar SWOT tahlili yordamida baholandi.

3-jadval

Gilam ishlab chiqarish korxonalarining SWOT tahlili

Kuchli tomonlar (S)	Zaif tomonlar (W)
Mahalliy xomashyo bazasining mavjudligi	Raqamli marketing tajribasining yetarli emasligi
Milliy dizayn va naqshlarning boyligi	CRM tizimlarining sust rivojlanganligi
Ishlab chiqarish quvvatlarining kengligi	Marketing budjetining cheklanganligi
Imkoniyatlar (O)	Tahdidlar (T)
Elektron tijoratning rivojlanishi	Import mahsulotlari raqobatining kuchayishi
Eksport bozorlarining kengayishi	Xomashyo narxlarining o'zgarishi
Sun'iy intellekt va Big Data texnologiyalari	Iste'molchilar talabining tez o'zgarishi

SWOT tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, korxonalarining asosiy ustunligi milliy dizayn elementlari va ishlab chiqarish salohiyatida bo'lsa, asosiy kamchiliklari marketing faoliyatining yetarli darajada raqamlashtirilmaganligi bilan bog'liqdir.

Tadqiqot davomida innovatsion marketing texnologiyalarini joriy etishning iqtisodiy samaradorligi ham baholandi.

4-jadval

Innovatsion marketing vositalarini joriy etish natijasida kutilayotgan samaradorlik

Ko'rsatkich	Joriy holat	Taklif etilgan model	O'zgarish (%)
Yillik savdo hajmi (mlrd so'm)	48,5	58,2	+20,0
Onlayn savdo ulushi (%)	12	28	+133,3
Mijozlar soni (nafar)	14 500	18 900	+30,3
Takroriy xaridlar ulushi (%)	35	50	+42,9
Marketing ROI (%)	118	165	+39,8
Eksport hajmi (mln AQSH dollari)	3,8	5,1	+34,2

Hisob-kitoblar natijasiga ko'ra, CRM tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar marketingi,

elektron savdo platformalari va maqsadli raqamli reklama vositalarini joriy etish orqali savdo hajmini o'rtacha 20 foizga, mijozlar sonini esa 30 foizdan ortiq oshirish mumkin. Shu bilan birga, eksport hajmining o'sishi va marketing investitsiyalarining rentabelligi sezilarli darajada yaxshilanadi.

Tahlil natijalari asosida gilam ishlab chiqarish korxonalari uchun innovatsion marketingning takomillashtirilgan modeli ishlab chiqildi. Mazkur model quyidagi asosiy yo'nalishlarni qamrab oladi:

- raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish;
- CRM tizimlarini joriy etish va mijozlar bazasini segmentlashtirish;
- elektron tijorat platformalari va marketplace'lardan foydalanishni kengaytirish;
- ijtimoiy tarmoqlarda brend kommunikatsiyalarini kuchaytirish;
- mahsulotlarni 3D va AR texnologiyalari orqali namoyish etish;
- Big Data va sun'iy intellekt asosida iste'molchi xulq-atvorini prognozlash;
- eksport bozorlari uchun alohida marketing strategiyalarini ishlab chiqish.

O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatdiki, innovatsion marketing yondashuvlarini kompleks ravishda joriy etish gilam ishlab chiqarish korxonalarining ichki va tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish, mijozlar sodiqligini kuchaytirish hamda korxonalarining moliyaviy natijalarini yaxshilashda muhim omil hisoblanadi. Natijada marketing faoliyatining raqamlashtirilishi va innovatsion texnologiyalardan foydalanish korxonalarining uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.

XULOSA

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, gilam ishlab chiqarish korxonalarining zamonaviy bozor sharoitidagi muvaffaqiyati ko'p jihatdan marketing faoliyatining innovatsionlik darajasiga bog'liq. Raqobatning kuchayishi, iste'molchilar ehtiyojlarining o'zgarishi va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi korxonalaridan marketing faoliyatini yangi yondashuvlar asosida tashkil etishni talab etmoqda.

O'rganilgan ilmiy manbalar va amaliy tajribalar asosida innovatsion marketing korxonalariga mahsulotlarni samarali targ'ib qilish, yangi bozor segmentlarini egallash, iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish hamda brend qiymatini oshirish imkoniyatini berishi aniqlandi. Ayniqsa, raqamli marketing, CRM tizimlari, elektron tijorat platformalari va sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish marketing faoliyatining samaradorligini sezilarli darajada oshiradi.

Tahlillar natijasida gilam ishlab chiqarish korxonalarining asosiy ustunliklari sifatida mahalliy xomashyo resurslari, milliy naqsh va dizaynlarning boyligi, ishlab chiqarish quvvatlarining mavjudligi aniqlangan bo'lsa, marketing faoliyatining yetarli darajada raqamlashtirilmaganligi, mijozlar ma'lumotlar bazasining sust rivojlanganligi va innovatsion marketing vositalaridan foydalanish darajasining pastligi asosiy muammolar sifatida qayd etildi.

Tadqiqot davomida ishlab chiqilgan takomillashtirilgan innovatsion marketing modeli korxonalarining sotuv hajmini oshirish, eksport salohiyatini kengaytirish, mijozlar sodiqligini mustahkamlash va marketing investitsiyalarining rentabelligini yaxshilash imkoniyatiga ega ekanligi asoslandi. Shuningdek, innovatsion marketing

vositalarini joriy etish orqali korxonalarining ichki va tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshirish mumkinligi aniqlandi.

Tadqiqot natijalari asosida gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing yondashuvlarini takomillashtirish bo'yicha quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Korxonalarda kompleks raqamli marketing strategiyasini ishlab chiqish va joriy etish hamda ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va elektron savdo platformalaridan faol foydalanishni yo'lga qo'yish.

CRM tizimlarini joriy etish orqali mijozlar bazasini shakllantirish, xaridorlarning ehtiyojlari va xarid tarixini muntazam tahlil qilib borish hamda shaxsiylashtirilgan marketing takliflarini ishlab chiqish.

Mahsulotlarni onlayn sotish kanallarini kengaytirish, korxonalarining rasmiy internet-do'konlari va xalqaro marketplace platformalaridagi ishtirokini kuchaytirish.

Brend siyosatini takomillashtirish, milliy gilam mahsulotlarining tarixiy va madaniy qadriyatlarini marketing kommunikatsiyalarida keng yoritish orqali milliy brand imijini mustahkamlash.

3D vizualizatsiya va Augmented Reality (AR) texnologiyalaridan foydalanish, xaridorlarga gilamlarning interyerdagi qanday ko'rinishini oldindan baholash imkoniyatini yaratish.

Big Data va sun'iy intellekt texnologiyalarini marketing faoliyatiga integratsiya qilish, iste'molchilar xulq-atvorini prognozlash va bozor tendensiyalarini aniqlash tizimini yo'lga qo'yish.

Eksport marketingini rivojlantirish, maqsadli xorijiy bozorlarda iste'molchilar talabi va raqobat muhitini chuqur o'rganish asosida alohida marketing strategiyalarini ishlab chiqish.

Influencer marketing va kontent marketing vositalaridan foydalanishni kengaytirish, ijtimoiy tarmoqlarda mahsulotlar bo'yicha sifatli foto, video va interaktiv materiallar ulushini oshirish.

Marketing bo'limlari xodimlarining malakasini oshirish, raqamli marketing, elektron tijorat, sun'iy intellekt va analitik platformalar bo'yicha muntazam treninglar tashkil etish.

Marketing samaradorligini KPI tizimi asosida baholash amaliyotini joriy etish, sotuvlar hajmi, mijozlar sodiqligi, brand tan olinishi va marketing investitsiyalarining rentabelligi ko'rsatkichlarini doimiy monitoring qilish.

Umuman olganda, gilam ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion marketing yondashuvlarini keng joriy etish va ularni tizimli ravishda takomillashtirish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, eksport hajmlarini ko'paytirish, iste'molchilar ehtiyojlarini to'liq qondirish hamda uzoq muddatli barqaror iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Кицис Вячеслав Михайлович, Семушев Алексей Максимович Брэндинг и позиционирование товара и компании на региональном рынке // Регионология . 2015. №1 (90). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brending-i-pozitsionirovanie-tovara-i-kompanii-na-regionalnom-rynke>

2. Sevinch Shomurot qizi Arziyeva. (2026). MAHALLIY GILAM ISHLAB CHIQRUVCHI KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH VA IQTISODIY XAVFSIZLIKDA TAHDIDLARNI KAMAYTIRISH YO'LLARI. Raqamli transformatsiya va sun'iy intellekt. <https://doi.org/10.5281/zenodo.20109506>

3. Musayeva Shoira Azimovna, Usmanov Farzod Shohruhovich, Muminova Farangiz Alamovna GILAMCHILIK SANOATINI RIVOJLANTIRISH MAQSADLARI VA ISTIQBOLLARI // JMBM. 2024. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gilamchilik-sanoatini-rivojlantirish-maqsadlari-va-istiqbollari>

4. Akhunova, Marifat Khakimovna INNOVATSION RIVOJLANISH STRATEGIYASINI JORIY ETISH ASOSIDA TO'QIMACHILIK SANOATINI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MASALALARI // Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali. 2022. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsion-rivojlanish-strategiyasini-joriy-etish-asosida-to-qimachilik-sanoatini-rivojlantirishning-dolzarb-masalalari>

5. Isroilov Mm. O'ZBEKISTON SHAROITIDA TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA LOGISTIKANING O'RNI // Экономика и социум. 2024. №10-2 (125). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ozbekiston-sharoitida-toqimachilik-mahsulotlari-eksport-salohiyatini-oshirishda-logistikaning-orni>

6. Хакимов Саид Эрнстович ИННОВАЦИИ В ДИЗАЙНЕ КОВРОВ: КАК ТЕХНОЛОГИИ МЕНЯЮТ ПОДХОДЫ К ЕГО СОЗДАНИЮ // EESJ. 2024. №2-2 (99). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-dizayne-kovrov-kak-tehnologii-menyayut-podhody-k-ego-sozdaniyu>