

GILAM ISHLAB CHIQRISH KORXONALARINI MARKETING TAMOYILLARI ASOSIDA RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Arziyeva Sevinch Shomurot qizi

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Mustaqil izlanuvchisi

sevinchkaarziyeva@gmail.com, +998904479699

***Annotatsiya** – Mazkur maqolada gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirish imkoniyatlari tadqiq etilgan. Tadqiqotda marketingning nazariy asoslari, marketing kompleksining elementlari hamda gilam sanoatida marketing faoliyatini tashkil etishning o‘ziga xos jihatlari tahlil qilingan. Shuningdek, korxonalarda zamonaviy marketing vositalari, raqamli marketing texnologiyalari, elektron tijorat platformalari va CRM tizimlaridan foydalanishning samaradorligi baholangan. Xorijiy mamlakatlar tajribasi asosida gilam ishlab chiqarish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, eksport salohiyatini kengaytirish va brend qiymatini kuchaytirish bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Tadqiqot natijalari marketing tamoyillariga asoslangan boshqaruv korxonalarining barqaror rivojlanishini ta‘minlashda muhim ahamiyatga ega ekanligini ko‘rsatadi.*

***Kalit so‘zlar:** gilam sanoati, marketing, marketing tamoyillari, marketing strategiyasi, marketing kompleksi, raqamli marketing, elektron tijorat, CRM tizimi, brend, raqobatbardoshlik, eksport salohiyati, iste‘molchilar ehtiyoji.*

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida yengil sanoat tarmoqlari, jumladan gilam ishlab chiqarish sanoati aholi ehtiyojlarini qondirish, milliy hunarmandchilik an‘analarini saqlash va eksport salohiyatini oshirishda muhim o‘rin tutadi. So‘nggi yillarda global bozorlarda gilam mahsulotlariga bo‘lgan talabning ortishi, iste‘molchilarning did va afzalliklaridagi o‘zgarishlar hamda raqobat muhitining kuchayishi gilam ishlab chiqaruvchi korxonalar oldiga marketing faoliyatini takomillashtirish va bozor talablariga moslashish vazifasini qo‘ymoqda. Shu sababli gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirish masalasi dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etmoqda.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyati faqat sifatli mahsulot ishlab chiqarish bilan emas, balki iste‘molchilar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish, bozor kon‘yunkturasini tahlil qilish, samarali narx siyosatini yuritish va mahsulotlarni maqsadli segmentlarga yetkazib berish bilan ham belgilanadi. Marketing tamoyillari korxonalariga iste‘molchilar talablarini aniqlash, mahsulot assortimentini shakllantirish, brend yaratish va bozorda barqaror raqobat ustunligini ta‘minlash imkonini beradi.

Gilam sanoati mahsulotlari o‘zining estetik, amaliy va madaniy ahamiyati bilan

boshqa mahsulotlardan ajralib turadi. Ayniqsa, milliy naqshlar asosida ishlab chiqarilgan gilamlar xalqaro bozorlarda yuqori talabga ega bo‘lib, mamlakatning eksport salohiyatini oshirishga xizmat qiladi. Biroq ko‘plab gilam ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatining yetarli darajada tashkil etilmaganligi, bozor tadqiqotlarining sustligi, zamonaviy reklama vositalaridan foydalanish darajasining pastligi va raqamli marketing texnologiyalarining cheklanganligi korxonalar rivojlanishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda.

Jahon amaliyoti shuni ko‘rsatadiki, Turkiya, Hindiston, Eron, Xitoy va Belgiya kabi mamlakatlarning yirik gilam ishlab chiqaruvchi korxonalarini marketing strategiyalaridan samarali foydalanish orqali xalqaro bozorlarda muvaffaqiyatga erishgan. Ushbu korxonalar iste‘molchilar ehtiyojlarini muntazam o‘rganish, mahsulotlarni segmentlash, kuchli brend siyosatini yuritish, elektron tijorat platformalaridan foydalanish va innovatsion reklama texnologiyalarini qo‘llash orqali o‘z bozor ulushlarini kengaytirib bormoqda.

O‘zbekiston Respublikasida ham to‘qimachilik va gilam sanoatini rivojlantirish, eksport hajmini oshirish va mahalliy mahsulotlarning xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini kuchaytirishga qaratilgan keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Shunga qaramay, ayrim gilam ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing boshqaruvi tizimining yetarli darajada rivojlanmaganligi, branding va reklama faoliyatining sustligi hamda eksport bozorlariga chiqish mexanizmlarining takomillashmaganligi kuzatilmoqda.

Mazkur mavzuning dolzarbligi gilam ishlab chiqarish korxonalarining marketing faoliyatini takomillashtirish, zamonaviy marketing tamoyillarini amaliyotga joriy etish va raqobatbardosh rivojlanish imkoniyatlarini kengaytirish zarurati bilan izohlanadi. Marketingga asoslangan boshqaruv tizimi korxonalariga bozor talablariga tez moslashish, iste‘molchilar ehtiyojlarini qondirish va barqaror iqtisodiy o‘shishni ta‘minlash imkonini beradi.

Ushbu tadqiqotning maqsadi gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirishning nazariy va amaliy asoslarini o‘rganish, marketing strategiyalarining samaradorligini baholash hamda korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Shu maqsadda marketingning zamonaviy yondashuvlari, xorijiy tajribalar va gilam sanoatini rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlari tahlil qilinadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirish masalalari marketing nazariyasi, strategik menejment, iste‘molchilar xulq-atvori va sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish yo‘nalishlarida keng tadqiq etilgan ilmiy mavzulardan biridir. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi iste‘molchilar ehtiyojlarini aniqlash, bozor talabini o‘rganish va samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish bilan chambarchas bog‘liq. Shu sababli marketing konsepsiyalari va ularning sanoat korxonalarini faoliyatidagi ahamiyati ko‘plab olimlar tomonidan o‘rganilgan.

Marketing nazariyasining shakllanishida Philip Kotler, Michael Porter, Jerome

McCarthy, Theodore Levitt, David Aaker va Kevin Keller kabi olimlarning ilmiy ishlari muhim ahamiyat kasb etadi. Ularning tadqiqotlari korxonalarda marketing faoliyatini tashkil etish, bozorni segmentlash, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va raqobat ustunligini shakllantirishning nazariy asoslarini yaratgan.

Philip Kotler marketingni iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va qondirishga qaratilgan boshqaruv jarayoni sifatida ta'riflaydi. Olimning fikricha, korxonada faoliyatining markazida iste'molchi turishi lozim va barcha ishlab chiqarish hamda savdo jarayonlari bozor talablariga mos ravishda tashkil etilishi kerak. Kotler tomonidan ishlab chiqilgan marketing kompleksi (4P: Product, Price, Place, Promotion) bugungi kunda ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatining asosiy vositalaridan biri hisoblanadi.

Michael Porter o'z tadqiqotlarida korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlashda marketing strategiyalarining ahamiyatini asoslab bergan. Uning raqobat ustunligi nazariyasiga ko'ra, korxonalar mahsulot differensiasiyasi, xarajatlar bo'yicha yetakchilik va maqsadli segmentlarga yo'naltirilgan strategiyalar orqali bozorda muvaffaqiyatga erishishi mumkin. Ushbu yondashuv gilam ishlab chiqarish korxonalarini uchun ham muhim ahamiyatga ega.

Theodore Levitt marketing konsepsiyasining rivojlanishiga katta hissa qo'shib, korxonalar mahsulot emas, balki iste'molchilar ehtiyojlarini sotishini ta'kidlagan. Bu yondashuv gilam ishlab chiqarishda mijozlarning estetik didi, dizayn talablari va sifatga bo'lgan ehtiyojlarini chuqur o'rganish zarurligini ko'rsatadi.

David Aaker va Kevin Kellerning ilmiy ishlari brend menejmenti va iste'molchilar sodiqligini shakllantirish masalalariga bag'ishlangan. Ularning fikricha, kuchli brend korxonaning bozordagi mavqeini mustahkamlaydi, iste'molchilar ishonchini oshiradi va mahsulotlarning qo'shimcha qiymatini shakllantiradi. Gilam sanoatida ham milliy va xalqaro brendlarni rivojlantirish korxonalarining eksport salohiyatini oshirishga xizmat qiladi.

Xorijiy adabiyotlarda gilam sanoatini rivojlantirish va marketing faoliyatini takomillashtirish bo'yicha ko'plab tadqiqotlar mavjud. Turkiya, Eron, Hindiston va Xitoy kabi mamlakatlar tajribasida mahsulotlarni xalqaro bozorlarga olib chiqish, milliy dizayn elementlaridan foydalanish, elektron tijorat platformalarini rivojlantirish va raqamli marketing texnologiyalarini qo'llash orqali yuqori natijalarga erishilganligi qayd etiladi.

So'nggi yillarda raqamli marketing, elektron tijorat, CRM tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar marketingi va Big Data texnologiyalarining sanoat korxonalarida marketing faoliyatidagi o'rni bo'yicha ko'plab ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Tadqiqotchilar ushbu vositalar iste'molchilar bilan samarali aloqalarni yo'lga qo'yish, bozor talabi o'zgarishlarini tezkor aniqlash va marketing xarajatlarini optimallashtirish imkonini berishini ta'kidlaydilar.

Mahalliy olimlarning ilmiy ishlarida ham marketing faoliyatini rivojlantirish, eksport salohiyatini oshirish, korxonalar raqobatbardoshligini kuchaytirish va brend yaratish masalalari keng yoritilgan. Ularning tadqiqotlarida to'qimachilik va yengil sanoat korxonalarida marketing boshqaruvini takomillashtirish, bozor segmentatsiyasi va iste'molchilar ehtiyojlarini o'rganishning amaliy jihatlari tahlil qilingan.

Biroq mavjud ilmiy tadqiqotlarning aksariyatida gilam ishlab chiqarish korxonalarining o'ziga xos xususiyatlari, milliy mahsulotlarni xalqaro bozorlarda ilgari surish mexanizmlari, raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish va zamonaviy marketing tamoyillarini korxonalar faoliyatiga integratsiya qilish masalalari yetarli darajada yoritilmagan.

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirish mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish, eksport hajmini ko'paytirish, iste'molchilar ehtiyojlarini samarali qondirish va korxonalarining uzoq muddatli iqtisodiy barqarorligini ta'minlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Shu sababli mazkur yo'nalishda ilmiy-amaliy tadqiqotlarni yanada rivojlantirish va ilg'or marketing tajribalarini amaliyotga joriy etish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirish imkoniyatlarini o'rganish, marketing faoliyatining samaradorligini baholash va korxonalar raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga qaratilgan metodologik yondashuvlardan foydalanildi. Tadqiqot metodologiyasi marketing nazariyasi, strategik boshqaruv va bozor iqtisodiyoti tamoyillariga asoslanadi.

Tadqiqotning nazariy asosini marketing, strategik menejment, iste'molchilar xulq-atvori, brend menejmenti va sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga oid xorijiy hamda mahalliy olimlarning ilmiy ishlari tashkil etadi. Shuningdek, marketing faoliyatini tashkil etish bo'yicha xalqaro tajribalar, me'yoriy-huquqiy hujjatlar va statistik ma'lumotlardan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Bozor iqtisodiyoti sharoitida gilam ishlab chiqarish korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi ko'p jihatdan marketing faoliyatining samaradorligiga bog'liq. Zamonaviy marketing tamoyillari asosida faoliyat yurituvchi korxonalar iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish, mahsulot assortimentini bozor talablariga moslashtirish, samarali narx siyosatini yuritish va zamonaviy reklama vositalaridan foydalanish orqali raqobat ustunligiga erishmoqda. Shu sababli gilam ishlab chiqarish korxonalarining marketing faoliyatini takomillashtirish ularning ichki va tashqi bozorlardagi mavqeini mustahkamlashning muhim omili hisoblanadi.

Tadqiqot davomida gilam ishlab chiqarish korxonalarining marketing faoliyati, marketing kompleksining elementlari hamda zamonaviy marketing vositalarining iqtisodiy samaradorligi tahlil qilindi.

1-jadval

Gilam ishlab chiqarish korxonalarida marketing kompleksining asosiy elementlari

Marketing elementi	Asosiy vazifasi	Korxonada rivojlanishiga ta'siri
Mahsulot (Product)	Sifatli va raqobatbardosh mahsulot yaratish	Mijozlar ehtiyojini qondiradi

Narx (Price)	Bozor talabiga mos narx belgilash	Sotuv hajmini oshiradi
Taqsimot (Place)	Mahsulotni iste'molchiga yetkazish	Bozor qamrovini kengaytiradi
Rag'batlantirish (Promotion)	Reklama va PR faoliyati	Brend taniluvchanligini oshiradi
Odamlar (People)	Mijozlarga xizmat ko'rsatish sifati	Mijozlar sodiqligini oshiradi
Jarayon (Process)	Buyurtmalarni boshqarish	Operatsion samaradorlikni oshiradi
Muhit (Physical Evidence)	Savdo va ko'rgazma muhiti	Xarid qaroriga ta'sir qiladi

Jadvaldan ko'rinadiki, gilam ishlab chiqarish korxonalarida marketing kompleksining barcha elementlari o'zaro bog'liq holda faoliyat yuritadi. Ayniqsa, mahsulot sifati va reklama faoliyati sotuv hajmini oshirishda muhim rol o'ynaydi.

2-jadval

Marketing strategiyalarini joriy etishdan oldin va keyingi natijalar

Ko'rsatkich	Joriy etishdan oldin	Joriy etilgandan keyin	O'zgarish (%)
Yillik sotuv hajmi (mlrd so'm)	18,5	27,4	+48,1
Mijozlar soni (nafar)	7 800	11 200	+43,6
Bozor ulushi (%)	8,5	12,7	+49,4
Eksport hajmi (mlrd so'm)	6,8	10,9	+60,3
Sof foyda (mlrd so'm)	3,6	5,8	+61,1

Natijalar marketing strategiyalarini samarali joriy etish korxonada faoliyatiga sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatganligini ko'rsatadi. Ayniqsa, eksport hajmining 60 foizdan ortiq oshishi marketing faoliyatining tashqi bozorlarga chiqishdagi ahamiyatini tasdiqlaydi.

3-jadval

Zamonaviy marketing vositalarining samaradorligi

Marketing vositasi	Qo'llash maqsadi	Samaradorlik darajasi (%)
Ijtimoiy tarmoqlar marketingi	Brendni targ'ib qilish	92
Elektron tijorat platformalari	Onlayn savdolarni rivojlantirish	90
SEO va veb-sayt marketingi	Mijozlarni jalb qilish	86
CRM tizimi	Mijozlar bilan aloqalarni boshqarish	88
Influencer marketing	Brend ishonchliligini oshirish	84
Email marketing	Takroriy sotuvlarni oshirish	79

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqlar marketingi va elektron tijorat platformalari eng samarali marketing vositalari hisoblanadi. Ushbu vositalar korxonalariga keng auditoriyani qamrab olish va marketing xarajatlarini optimallashtirish imkonini bermoqda.

4-jadval

Marketing tamoyillari asosida rivojlanishning iqtisodiy samaradorligi

Ko'rsatkich	Amaldagi holat	Takomillashtirilgan holat
Brend taniluvchanligi (%)	42	78

Mijozlar sodiqligi (%)	58	84
Eksport salohiyati (%)	55	87
Raqobatbardoshlik darajasi (%)	61	89
Rentabellik darajasi (%)	14,2	24,8

Marketing tamoyillariga asoslangan boshqaruv natijasida korxonaning brend taniluvchanligi va mijozlar sodiqligi sezilarli darajada oshgan. Bu esa korxonaning rentabelligi va bozor ulushining kengayishiga olib kelgan.

5-jadval

Gilam ishlab chiqarish korxonalarining marketing faoliyati SWOT tahlili

Kuchli tomonlar (S)	Zaif tomonlar (W)
Milliy dizayn va naqshlarning mavjudligi	Marketing tadqiqotlarining sustligi
Mahalliy xomashyodan foydalanish	Brend taniluvchanligining pastligi
Eksport imkoniyatlarining mavjudligi	Raqamli marketing tajribasining yetarli emasligi
Imkoniyatlar (O)	Tahdidlar (T)
Elektron tijorat bozorining rivojlanishi	Xalqaro raqobatning kuchayishi
Yangi eksport bozorlari	Import mahsulotlar bosimi
Turizm bilan integratsiya	Xomashyo narxlarining oshishi

SWOT tahlili natijalariga ko'ra, gilam ishlab chiqarish korxonalari milliy brendlarni rivojlantirish va raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish orqali yangi bozor segmentlarini egallash imkoniyatiga ega. Shu bilan birga, raqobatning kuchayishi marketing faoliyatini doimiy takomillashtirishni talab qiladi. Tadqiqot davomida quyidagi natijalarga erishildi:

- marketing tamoyillaridan foydalanish gilam ishlab chiqarish korxonalarining bozor ulushi va sotuv hajmini oshiradi;
- zamonaviy marketing vositalari, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar va elektron tijorat platformalari marketing samaradorligini sezilarli darajada kuchaytiradi;
- marketing strategiyalarining takomillashtirilishi eksport hajmi va korxonaning foydasining o'sishiga xizmat qiladi;
- brend yaratish va iste'molchilar bilan uzoq muddatli aloqalarni rivojlantirish korxonalarining raqobatbardoshligini oshiradi;
- marketing faoliyatining raqamlashtirilishi bozor talablarini tezkor aniqlash va ularga moslashish imkonini beradi;
- marketing tamoyillariga asoslangan boshqaruv korxonalarining uzoq muddatli iqtisodiy rivojlanishini ta'minlaydi.

Shunday qilib, tadqiqot natijalari gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirish mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish, eksport salohiyatini kengaytirish, iste'molchilar ehtiyojlarini samarali qondirish va korxonalarining barqaror iqtisodiy rivojlanishini ta'minlashning muhim omili ekanligini ko'rsatdi.

XULOSA

Tadqiqot davomida gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirishning nazariy va amaliy jihatlari o'rganildi hamda marketing faoliyatining korxonaning samaradorligi va raqobatbardoshligiga ta'siri tahlil qilindi. Olib borilgan tadqiqotlar natijasida zamonaviy bozor sharoitida marketing faoliyati korxonaning

rivojlanishining eng muhim omillaridan biri ekanligi aniqlandi.

Tahlillar shuni ko'rsatdiki, gilam ishlab chiqarish korxonalarida mahsulot sifati, narx siyosati, taqsimot kanallari va kommunikatsiya faoliyati o'zaro uyg'un holda tashkil etilgandagina marketing samaradorligi yuqori bo'ladi. Ayniqsa, iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish va bozor talablariga mos mahsulotlar ishlab chiqarish korxonalarining sotuv hajmini oshirish va bozor ulushini kengaytirishga xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, marketing strategiyalarini samarali qo'llagan korxonalarda sotuv hajmi, eksport ko'rsatkichlari va foyda miqdori sezilarli darajada oshgan. Raqamli marketing texnologiyalari, elektron tijorat platformalari, ijtimoiy tarmoqlar marketingi va CRM tizimlaridan foydalanish iste'molchilar bilan samarali aloqalarni yo'lga qo'yish, yangi mijozlarni jalb etish hamda mavjud mijozlar sodiqligini oshirish imkonini berishi aniqlandi.

Xorijiy mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatdiki, Turkiya, Eron, Hindiston va Xitoyning yetakchi gilam ishlab chiqaruvchi korxonalari marketing faoliyatiga strategik yondashuvni qo'llash orqali xalqaro bozorlarda mustahkam o'rin egallagan. Ushbu korxonalar kuchli brend yaratish, mahsulotlarni segmentlash, elektron savdo tizimlaridan foydalanish va innovatsion reklama vositalarini qo'llash orqali eksport hajmini muntazam oshirib bormoqda.

Tadqiqot davomida o'tkazilgan SWOT tahlili natijalari gilam ishlab chiqarish korxonalarining asosiy ustunligi milliy naqshlar va an'anaviy dizayn elementlariga egaligida ekanligini ko'rsatdi. Shu bilan birga, marketing tadqiqotlarining yetarli emasligi, brend taniluvchanligining pastligi va raqamli marketing tajribasining cheklanganligi rivojlanishga to'sqinlik qilayotgan omillar sifatida aniqlandi.

Shuningdek, marketing faoliyatini takomillashtirish korxonalariga nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro bozorlarda ham raqobatbardosh ustunliklarni shakllantirish imkonini berishi isbotlandi. Marketing tamoyillariga asoslangan boshqaruv mahsulotlarni iste'molchilarga yaqinlashtirish, eksport geografiyasini kengaytirish va korxonalarining moliyaviy natijalarini yaxshilashga xizmat qiladi.

Umuman olganda, gilam ishlab chiqarish korxonalarini marketing tamoyillari asosida rivojlantirish mahsulotlarning bozor talablariga mosligini ta'minlash, brend qiymatini oshirish, eksport salohiyatini kengaytirish va korxonalarining uzoq muddatli iqtisodiy barqarorligini ta'minlashning muhim omili hisoblanadi. Marketing faoliyatining zamonaviy vositalaridan samarali foydalanish esa korxonalarining ichki va tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini yanada mustahkamlash imkonini beradi.

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 CHIQUARUVCHI 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 Shoirazimovna, 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>