RESEARCH ARTICLE

Mechanisms For Enhancing The Competitiveness Of Small Business Entities: The Case Of The Knitwear Industry In The Andijan Region

Shokirova G.M.
University of Economics and Pedagogy
Senior Lecturer, Department of Economics
kovafoundryasc@gmail.com

Abstract. The article analyses the competitiveness of small businesses in the knitwear industry of Andijan region using official foreign-trade statistics. In 2025 textile exports of the region reached USD 471.6 million (35.1% of total exports) but fell by 3.1% year-on-year. Four markets (Kazakhstan, Russia, Kyrgyzstan and Afghanistan) account for 86.4% of regional exports, and the Herfindahl–Hirschman index of export markets is about 2,169. The study concludes that the main reserves of competitiveness lie in market diversification, moving from semi-finished goods (knitted fabric, yarn) to finished garments, cost management and digital sales channels. Practical mechanisms and monitoring indicators for small enterprises are proposed.

Keywords: small business, competitiveness, knitwear, exports, value added, Andijan region.

Annotatsiya. Maqolada Andijon viloyati trikotaj tarmog‘ida faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligi rasmiy tashqi savdo statistikasi asosida tahlil qilingan. 2025-yilda viloyatning to‘qimachilik mahsulotlari eksporti 471,6 mln AQSH dollarini (jami eksportning 35,1 foizi) tashkil etgan, biroq bu ko‘rsatkich oldingi yilga nisbatan 3,1 foizga kamaygan. Viloyat eksportining 86,4 foizi to‘rt bozor (Qozog‘iston, Rossiya, Qirg‘iziston, Afg‘oniston) hissasiga to‘g‘ri keladi; eksport bozorlari bo‘yicha Herfindal–Xirshman indeksi taxminan 2169 punktni tashkil etadi. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, raqobatbardoshlikni oshirishning asosiy zaxiralari bozorlar diversifikatsiyasi, yarim tayyor mahsulot (trikotaj mato, ip) eksportidan tayyor mahsulotga o‘tish orqali qo‘shilgan qiymatni oshirish, xarajatlarni boshqarish va raqamli savdo kanallarini rivojlantirishdan iborat. Maqola oxirida kichik korxonalar uchun amaliy mexanizmlar va monitoring ko‘rsatkichlari taklif etilgan.

Kalit so‘zlar: kichik biznes, raqobatbardoshlik, trikotaj, eksport, qo‘shilgan qiymat, Andijon viloyati.

KIRISH

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiy o‘sish, bandlik va hududlar barqarorligining asosiy omillaridan biridir. O‘zbekistonda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati ham eksport, ham ish o‘rinlari yaratish nuqtai nazaridan ustuvor tarmoqlardan sanaladi. Andijon viloyati bu jihatdan alohida o‘rin tutadi: aholi zichligi yuqori, mehnat resurslari yetarli bo‘lgan hududda to‘qimachilik sanoati iqtisodiyotning

“drayver” tarmoqlaridan biri sifatida e’tirof etilmoqda, bo‘sh turgan inshootlar o‘rnida yirik tikuv-trikotaj korxonalari ishga tushirilmoqda [8].

Shu bilan birga, tarmoqning o‘sishi o‘z-o‘zidan kichik korxonalarning raqobatbardoshligi oshganini bildirmaydi. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, 2025-yilda viloyatning to‘qimachilik eksporti o‘tgan yilga nisbatan qisqargan [6], bozorlar tarkibi esa kam sonli hamkorlarga bog‘langan. Bu holat kichik tadbirkorlik subyektlari uchun narx, talab va to‘lov xavflarining oshishiga olib keladi.

Raqobatbardoshlik nazariyasi asoslari M. Porter tomonidan ishlab chiqilgan: uning tarmoq raqobatining besh kuchi modeli [1] va “milliy romb” konsepsiyasi [2] raqobat ustunligini omil sharoitlari, talab, tarmoqlararo aloqalar hamda firma strategiyasi va raqobat muhiti orqali izohlaydi. J. Barni esa resurslarga asoslangan yondashuvda barqaror ustunlik noyob, taqlid qilish qiyin resurslarga tayanishini ko‘rsatgan [3]. Mahalliy adabiyotlarda tarmoq va klaster darajasidagi tahlillar ko‘proq uchraydi [11], kichik trikotaj korxonalarining viloyat darajasidagi raqobat mexanizmlari esa, bizning kuzatuvimizcha, yetarli darajada ochib berilmagan.

Kichik biznes darajasida raqobatbardoshlik ko‘pincha to‘rt guruh ko‘rsatkich orqali baholanadi: narx va xarajat darajasi, mahsulot sifati va sertifikatlanganligi, bozorga chiqish imkoniyati (kanal, logistika, to‘lov) hamda moslashuvchanlik (buyurtmaga javob berish tezligi, assortiment). Kichik korxonalarning o‘ziga xosligi shundaki, ular miqyos samarasidan mahrum, aylanma mablag‘ga qaram va yirik buyurtmachilarga bog‘liq bo‘ladi; shu sababli ularning raqobat ustunligi arzon mehnatga emas, balki tezkorlik, nisbatan kichik partiyalar bilan ishlash va xarajat intizomiga tayanishi lozim. Trikotaj tarmog‘ida bu xususiyat yanada kuchli: mahsulot modasi tez o‘zgaradi, buyurtma hajmi nisbatan kichik, xomashyo (ip, mato) narxi esa tannarxning katta qismini tashkil etadi.

Tadqiqotning maqsadi — Andijon viloyati trikotaj tarmog‘i misolida kichik biznes subyektlari raqobatbardoshligining joriy holatini baholash va uni oshirish mexanizmlarini asoslashdan iborat. Maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilandi: (1) tarmoqning viloyat eksportidagi o‘rni va dinamikasini aniqlash; (2) eksport mahsuloti tarkibi va qo‘shilgan qiymat darajasini baholash; (3) eksport bozorlari konsentratsiyasini hisoblash; (4) import qaramligini aniqlash; (5) kichik korxonalar uchun amaliy takliflar ishlab chiqish. **Ishchi gipoteza:** viloyat trikotaj tarmog‘ida kichik korxonalarning raqobatbardoshligi hajm o‘sishi emas, balki bozorlar diversifikatsiyasi va qo‘shilgan qiymat zanjirida yuqoriga ko‘tarilish hisobiga ta’minlanadi.

Tadqiqot ob’ekti — Andijon viloyatining to‘qimachilik va tikuv-trikotaj tarmog‘ida faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlari; **predmeti** — ularning raqobatbardoshligini belgilovchi iqtisodiy munosabatlar va eksport ko‘rsatkichlari. **Ilmiy yangiligi** shundan iboratki, viloyat darajasida trikotaj eksporti tarkibi, bozorlar konsentratsiyasi (HHI), qo‘shilgan qiymat darajasi va import qaramligi yagona tahliliy tizimda baholandi hamda ular asosida kichik korxonalar uchun monitoring ko‘rsatkichlariga bog‘langan mexanizmlar taklif etildi.

USLUBIYAT

Tadqiqotning axborot bazasini Andijon viloyati statistika boshqarmasining

tashqi savdo aylanmasi bo‘yicha press-relizlari (2025-yil yanvar–dekabr va 2026-yil yanvar–iyun) [6, 7], shuningdek, rasmiy manbalarda e’lon qilingan korxonalar va davlat dasturlari haqidagi ma’lumotlar [8–10] tashkil etdi. Statistik ma’lumotlar Xalqaro standart savdo tasniflagichi (XSST) bo‘yicha keltirilgan.

Tahlilda quyidagi usullardan foydalanildi: qiyosiy va dinamik tahlil; tarkibiy (struktur) tahlil; eksport bozorlari konsentratsiyasini baholash uchun Herfindal–Xirshman indeksi (HHI) [4]; tashqi savdo qamrov koeffitsiyenti (eksportning importga nisbati); M. Porter omillari bo‘yicha ekspert baholash va SWOT tahlil. HHI quyidagi formula bo‘yicha hisoblandi:

$$HHI = \Sigma (s_i)^2,\ i = 1 \ldots n,$$

bunda s_i — i-bozorning umumiy eksportdagi ulushi (foizda). Indeks 0 dan 10 000 gacha qiymat oladi; 1500–2500 oralig‘i odatda o‘rtacha, 2500 dan yuqorisi yuqori konsentratsiya sifatida talqin qilinadi. Teskari qiymat (10 000 / HHI) “samarali bozorlar soni”ni ko‘rsatadi.

Tahlil davri sifatida 2023–2025-yillar (yillik ma’lumotlar) va 2026-yilning birinchi yarim yilligi (dastlabki ma’lumotlar) olindi. Barcha qiymat ko‘rsatkichlari joriy narxlarda, AQSH dollarida keltirilgan; shu sababli narx va kurs o‘zgarishining ta’siri alohida ajratilmagan. Porter omillari bo‘yicha baholash esa sifat xarakteriga ega bo‘lib, har bir omil statistik ma’lumot yoki ochiq manbadagi dalil bilan asoslandi.

Cheklovlar. Birinchidan, press-relizlarda trikotaj alohida tarmoq sifatida emas, to‘qimachilik mahsulotlarining tarkibiy qismi (trikotaj mato, paypoq mahsulotlari, tayyor mahsulotlar) sifatida beriladi. Ikkinchidan, mamlakatlar kesimidagi ma’lumotlar jami eksport uchun e’lon qilinadi, shu sababli HHI viloyat eksporti bo‘yicha hisoblandi va to‘qimachilik uchun taxminiy ko‘rsatkich (proksi) sifatida talqin qilinadi. Uchinchidan, korxona darajasidagi so‘rovnoma o‘tkazilmagan; bu keyingi tadqiqotlar uchun yo‘nalish hisoblanadi.

NATIJALAR

Tarmoqning viloyat eksportidagi o‘rni va dinamikasi

Andijon viloyatining jami eksporti 2023-yildagi 1164,6 mln dollardan 2025-yilda 1342,1 mln dollarga yetdi, 2025-yilda o‘sish sur’ati 110,9 foizni tashkil etdi (1-jadval). 2026-yil yanvar–iyun oylarida eksport 654,5 mln dollarni tashkil etib, o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 135,5 foizga o‘sgan [7]. Biroq tarmoq kesimida manzara bir xil emas: 2025-yilda to‘qimachilik mahsulotlari eksporti 471,6 mln dollar bo‘lib, jami eksportning 35,1 foizini tashkil etgan, ammo o‘tgan yilga nisbatan 3,1 foizga kamaygan [6]. Demak, viloyat eksportining o‘sishi to‘qimachilik hisobiga emas, boshqa tarmoqlar — masalan, “turli xil tayyor buyumlar” (336,9 mln dollar, o‘sish 121,8 foiz) va oziq-ovqat mahsulotlari hisobiga ta’minlangan.

1-jadval. Andijon viloyati eksportining asosiy ko‘rsatkichlari

Ko‘rsatkich	2023-y.	2024-y.	2025-y.
Jami eksport, mln AQSH dollari	1164,6	1210,3	1342,1
Eksport o‘sish sur’ati, %	—	103,9	110,9
To‘qimachilik mahsulotlari eksporti, mln AQSH dollari	—	≈486,7*	471,6
To‘qimachilikning jami eksportdagi ulushi, %	—	≈40,2*	35,1
Kiyim-kechaklar (XSST 84) eksporti, mln AQSH dollari	—	≈257,6*	313,3

*Manba: Andijon viloyati statistika boshqarmasi ma’lumotlari [6] asosida muallif hisob-kitoblari. *2025-yil qiymati va o‘sish sur’atidan teskari hisoblangan taxminiy qiymat.*

Qiziq jihati shundaki, to‘qimachilik eksporti umuman qisqargan bir paytda kiyim-kechaklar (XSST 84-bo‘lim) eksporti 313,3 mln dollarga yetib, 121,6 foizga o‘sgan, yigirilgan ip, mato va tayyor buyumlar (XSST 65-bo‘lim) eksporti esa 196,0 mln dollar bo‘lib, 84,1 foizni tashkil etgan [6]. Bu tarmoq ichida tayyor mahsulot segmentining ustunligi kuchayayotganini, xomashyo va yarim tayyor mahsulot segmentining esa zaiflashayotganini ko‘rsatadi.

Eksport mahsuloti tarkibi va qo‘shilgan qiymat darajasi

To‘qimachilik eksporti tarkibida tayyor to‘qimachilik mahsulotlari 75,4 foizni, ip kalava 11,2 foizni, trikotaj mato 9,7 foizni, gazlamalar 1,9 foizni va paypoq mahsulotlari 1,8 foizni egallaydi [6]. Ushbu ulushlarni mutlaq qiymatga o‘tkazsak, tayyor mahsulotlar eksporti taxminan 355,6 mln dollarni, trikotaj mato eksporti 45,7 mln dollarni, paypoq mahsulotlari esa 8,5 mln dollarni tashkil etadi (2-jadval).

2-jadval. 2025-yilda Andijon viloyati to‘qimachilik eksporti tarkibi

Mahsulot guruhi	Ulushi, %	Qiymati, mln dollar*	Qo‘shilgan qiymat darajasi
Tayyor to‘qimachilik mahsulotlari	75,4	355,6	yuqori
Ip kalava	11,2	52,8	past
Trikotaj mato	9,7	45,7	o‘rta
Gazlamalar	1,9	9,0	o‘rta
Paypoq mahsulotlari	1,8	8,5	yuqori
Jami	100,0	471,6	—

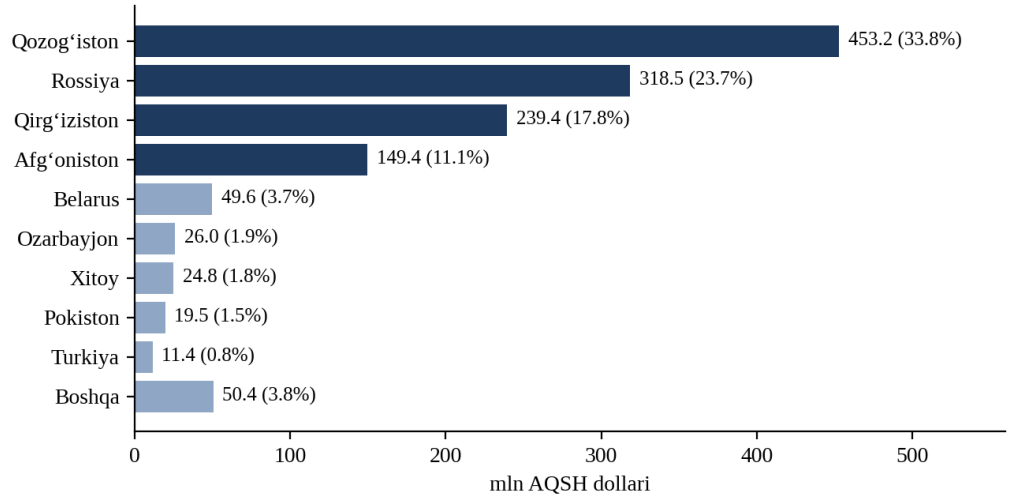
*Manba: [6] asosida muallif hisob-kitoblari. *Jami to‘qimachilik eksporti (471,6 mln dollar) va ulushlardan hisoblangan; yaxlitlash sababli yig‘indi 100,1 foizga teng bo‘lishi mumkin. Qo‘shilgan qiymat darajasi — muallifning ekspert bahosi.*

Tahlil shuni ko‘rsatadiki, eksportning taxminan 22,8 foizi (ip, trikotaj mato va gazlama) yarim tayyor mahsulotlardan iborat. Ayniqsa, trikotaj mato eksporti kichik korxonalar uchun muhim imkoniyatni anglatadi: mato to‘qish

quvvati mavjud bo‘lsa-da, uni tikish va tayyor kiyimga aylantirish bosqichi, ehtimol, xorijiy xaridorlar tomonidan bajarilmoqda (bu taxminni korxonalar so‘rovi bilan tasdiqlash lozim). Matoni mahalliy darajada tayyor mahsulotga aylantirish qo‘shilgan qiymatni sezilarli oshiradi; bu — kichik tikuv-trikotaj sexlarining eng real o‘sish nuqtasidir.

Eksport bozorlari konsentratsiyasi

2025-yilda viloyat eksportining 33,8 foizi Qozog‘istonga, 23,7 foizi Rossiyaga, 17,8 foizi Qirg‘izistonga va 11,1 foizi Afg‘onistonga yo‘naltirilgan; bu to‘rt bozorning jami ulushi 86,4 foizga teng [6]. Xitoy, Turkiya va Yevropa bozorlarining ulushi esa juda past (3-jadval, 1-rasm).



1-rasm. Andijon viloyati eksportining mamlakatlar kesimidagi tarkibi, 2025-y.
Manba: [6] ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

3-jadval. Eksport bozorlari konsentratsiyasi (2025-y.)

Bozor	Eksport, mln dollar	Ulushi, %	Ulush kvadrati
Qozog‘iston	453,2	33,8	1140
Rossiya	318,5	23,7	563
Qirg‘iziston	239,4	17,8	318
Afg‘oniston	149,4	11,1	124
Belarus	49,6	3,7	14
Ozarbayjon	26,0	1,9	4
Xitoy	24,8	1,8	3
Pokiston	19,5	1,5	2
Turkiya	11,4	0,8	1
Boshqa mamlakatlar (taqsimlangan deb hisoblandi)	50,4	3,8	—
HHI (yig‘indi)	1342,2	100,0	≈2169

Manba: [6] asosida muallif hisob-kitoblari. "Boshqa mamlakatlar" guruhi juda ko'p kichik bozordan iborat deb faraz qilinib, HHI ga qo'shilmadi (indeksning quyi chegarasi). Ulushlar 0,1–0,3 foiz bandiga rasmiy matndagi yaxlitlashdan farq qilishi mumkin.

HHI qiymati taxminan 2169 ga teng bo'lib, bu o'rtacha-yuqori konsentratsiya darajasini bildiradi; "samarali bozorlar soni" esa atigi 4,6 ta. Bundan tashqari, to'rt yirik bozorning uchtasi (Qozog'iston, Rossiya, Qirg'iziston) bir iqtisodiy-siyosiy hudud doirasida bo'lib, valyuta kursi, to'lov tizimi va talab o'zgarishi kabi xavflar o'zaro bog'liq. Kichik korxona uchun bunday bog'liqlik yirik buyurtmachini yo'qotish bilan barobar xavfdir, chunki ular zaxira kapitali va muqobil bozorlarga ega emas.

Import qaramligi va tashqi savdo qamrovi

2025-yilda viloyat 313,3 mln dollarlik kiyim-kechak eksport qilgan, shu bilan birga bu toifadagi import atigi 1,6 mln dollarni tashkil etgan; qamrov koeffitsiyenti taxminan 191 ga teng. Ya'ni viloyat tayyor kiyim bo'yicha aniq sof eksportyor. Biroq to'qimachilik ip, mato va tayyor buyumlar (XSST 65-bo'lim) bo'yicha eksport 196,0 mln dollar bo'lsa, import 48,6 mln dollarga yetgan (103,8 foiz), qamrov koeffitsiyenti esa taxminan 4,0 ni tashkil etgan; to'qimachilik tolalari importi 7,3 mln dollar bo'lib, 151,0 foizga o'sgan [6]. Bu tarmoqning xomashyo va material bo'g'inida import qaramligi saqlanayotganini, kichik korxonalar uchun esa narx va yetkazib berish muddatlari bo'yicha qo'shimcha xavf mavjudligini bildiradi.

Raqobatbardoshlik omillarining qiyosiy baholanishi

M. Porter yondashuvi asosida omillar tahlili natijalari 4-jadvalda umumlashtirilgan. Jadvaldagi baholar rasmiy statistika va ochiq manbalardagi ma'lumotlarga tayangan ekspert xulosalari bo'lib, ularni korxonalar so'rovi bilan tasdiqlash tavsiya etiladi.

4-jadval. Andijon viloyati trikotaj tarmog'i raqobatbardoshligining omillari

Omil	Andijon viloyatidagi holat	Ta'siri
Omil sharoitlari	Aholi zichligi va mehnat resurslarining mavjudligi; yirik korxonalar o'nlab turdagi mahsulot ishlab chiqarish tajribasini to'plagan [8]	Ijobiy
Talab sharoitlari	Talab uchta qo'shni bozorga qaram; Xitoy, Turkiya, Yevropa ulushi past	Salbiy
Tarmoqlararo aloqalar	Viloyatda 10 ta paxta-to'qimachilik klaster korxonasi faoliyat yuritadi [10]; ip, mato, tikuv zanjiri mavjud	Ijobiy
Strategiya va raqobat	Eksportning katta qismi tayyor mahsulotga o'tgan, lekin mato va ip ulushi hamon sezilarli; brend darajasi alohida o'rganilishi lozim	Aralash
Davlat roli	Sanoat zonalari, investitsion loyihalar, eksportni rag'batlantirish; maqsadlar: tannarxni 15 foizga kamaytirish, qo'shilgan qiymatni 65 foizga yetkazish [9]	Ijobiy

Omil	Andijon viloyatidagi holat	Ta’siri
Tasodif omillari	Import qaramligi, tashqi bozor kon’yunkturasi va valyuta kursi tebranishlari	Xavf

Manba: [6, 8–10] asosida muallif tuzgan.

SWOT tahlil

Yuqoridagi natijalar asosida viloyat trikotaj tarmog‘idagi kichik korxonalar uchun SWOT matritsasi shakllantirildi (5-jadval).

5-jadval. Kichik trikotaj korxonalari uchun SWOT matritsasi

Yo‘nalish	Ichki omillar	Tashqi omillar
Kuchli tomonlar / Imkoniyatlar	Mehnat resurslari; tikuv va trikotaj bo‘yicha ish tajribasi; tayyor mahsulot eksportining o‘sishi (121,6 %); klaster va sanoat zonalari infratuzilmasi	Yangi bozorlar (Turkiya, Xitoy, Yevropa); onlayn savdo platformalari; davlat tomonidan eksportni rag‘batlantirish; mahalliy matolardan foydalanish
Zaif tomonlar / Xavflar	Yarim tayyor mahsulotning katta ulushi (22,8 %); bozorlarga qaramlik (HHI ≈ 2169); sertifikatlar va brendning cheklanganligi; aylanma mablag‘ tanqisligi	Bir hududdagi bozorlarning kon’yunktura va valyuta xavflari; tola va materiallar importiga bog‘liqlik; qo‘shni davlatlarda raqobatning kuchayishi

Manba: muallif tahlili.

Matritsadan ko‘rinadiki, tarmoqning kuchli tomonlari (mehnat resurslari, tajriba, infratuzilma) uning zaif tomonlarini (bozorga qaramlik, yarim tayyor mahsulot) imkoniyatlar hisobiga kompensatsiya qilish uchun yetarli asos yaratadi. Ammo bu faqat bozor va mahsulot strategiyasi bir vaqtda o‘zgartirilganda amalga oshadi: faqat yangi bozorga chiqish yoki faqat tayyor mahsulotga o‘tish alohida holda barqaror natija bermaydi.

Xarajatlar kamayishining rentabellikka ta’siri

Tarmoq maqsadlaridan biri tannarxni 15 foizga qisqartirishdir [9]. Bu maqsadning kichik korxona uchun qanday iqtisodiy ma’no kasb etishini ko‘rsatish uchun shartli hisob keltiramiz. Rentabellik (tannarxga nisbatan) quyidagicha aniqlanadi:

$$R = (P - C) / C \times 100\ \%,$$

bunda P — mahsulot birligining sotish narxi, C — to‘liq tannarx. Faraz qilaylik, mahsulot birligi narxi 100 shartli birlik, tannarxi 90 birlik bo‘lsin (6-jadval). Narx o‘zgarmagan sharoitda tannarx 15 foizga kamaysa, foyda 10 birlikdan 23,5 birlikka, rentabellik esa 11,1 foizdan 30,7 foizga ko‘tariladi. Aksincha, xomashyo narxi 10 foizga oshib, xomashyo tannarxning 60 foizini tashkil etsa, tannarx 5,4 birlikka oshadi va foyda 10 birlikdan 4,6 birlikka tushib, rentabellik 4,8 foizgacha pasayadi. Bu hisob kichik korxona rentabelligining xarajatlarga, ayniqsa, xomashyo bahosiga nihoyatda sezgirligini ko‘rsatadi.

6-jadval. Tannarx o‘zgarishining rentabellikka ta’siri

Ko‘rsatkich	Boshlang‘ich	Tannarx −15 %	Xomashyo +10 %	Ikkalasi birga
Narx (P)	100,0	100,0	100,0	100,0
Tannarx (C)	90,0	76,5	95,4	81,1
Foyda (P − C)	10,0	23,5	4,6	18,9
Rentabellik (R), %	11,1	30,7	4,8	23,3

Manba: muallifning shartli hisob-kitobi (haqiqiy korxona ma’lumoti emas). “Ikkalasi birga” ustunida avval xomashyo +10 % (tannarx 95,4), so‘ng umumiy tannarx −15 % qo‘llangan.

Shartli hisob shuni ko‘rsatadiki, rentabellikni oshirishning ikki yo‘li bor: ichki tejamkorlik (yo‘qotishlarni kamaytirish, quvvatdan to‘liq foydalanish, energiya tejash) va tashqi omillarni boshqarish (xomashyoni jamoaviy sotib olish, uzoq muddatli shartnomalar, mahalliy ip va mato bilan ta’minlanish). Birinchisi korxonaning o‘z qo‘lida, ikkinchisi esa kichik korxonalar uchun faqat kooperatsiya va klaster doirasida mumkin bo‘ladi.

Namunaviy loyihalar va 2026-yil tendensiyalari

Tarmoq rivojlanishini mikro darajada tushunish uchun ochiq manbalarda e’lon qilingan namunaviy korxonalar ko‘rsatkichlarini solishtirish foydali (7-jadval). Andijon shahridagi “Dinar group” korxonasi yiliga 3,5 mln dona tayyor trikotaj va 5 ming tonna yarim tayyor mahsulot ishlab chiqarish quvvatiga ega bo‘lib, 1000 ish o‘rni yaratgan; korxona xorijiy buyurtmalar asosida 50 dan ortiq yarim tayyor va 100 dan ortiq tayyor trikotaj mahsuloti turini ishlab chiqarmoqda [8]. Jalaquduq tumanida “Al-Hakim” tikuv-trikotaj fabrikasi 300 nafar xotin-qizni ish bilan ta’minlagan, “And Billur tekstil” MChJ esa 4 mlrd so‘mlik investitsiya hisobiga yiliga 2,5 mln dona trikotaj mahsuloti ishlab chiqarish va 300 ta ish o‘rnini yaratgan [10].

7-jadval. Andijon viloyatidagi trikotaj korxonalari loyihalarining ayrim ko‘rsatkichlari

Korxona	Quvvat (yiliga)	Ish o‘rinlari	Hisoblangan ko‘rsatkich*
“Dinar group” (Andijon sh.)	3,5 mln dona trikotaj; 5 ming t yarim tayyor	1000	≈3500 dona / ish o‘rni
“And Billur tekstil”	2,5 mln dona trikotaj	300	≈8333 dona / ish o‘rni; ≈13,3 mln so‘m investitsiya / ish o‘rni
“Al-Hakim” (Jalaquduq t.)	ma’lumot yo‘q	300	—

*Manba: [8, 10] asosida muallif hisob-kitoblari. *Mahsulot assortimenti va ish jarayoni turlicha bo‘lgani uchun ko‘rsatkichlar bevosita solishtirish uchun emas, tahliliy yo‘nalish sifatida keltirilgan.*

Jadvaldagi ma’lumotlar ikki xulosani asoslaydi. Birinchidan, kichik va o‘rta korxonalar nisbatan past investitsiya (bir ish o‘rniga taxminan 13 mln so‘m) bilan sezilarli ish o‘rinlari yaratishi mumkin, ya’ni mehnat talab qiluvchi tikuv-trikotaj tarmog‘i hududiy bandlik siyosati uchun samarali vositadir. Ikkinchidan, korxonalar xorijiy buyurtmalar asosida ishlayotgani buyurtmachiga qaramlik xavfini saqlab qoladi: o‘z savdo markasi va mustaqil sotuv kanallarisiz marja asosan buyurtmachi qo‘lida qoladi.

2026-yilning birinchi yarim yilligida viloyatning jami eksporti 654,5 mln dollarga yetib, 2025-yilning mos davriga (483,1 mln dollar) nisbatan 135,5 foizga o‘sganligi umumiy tashqi muhit qulayligini ko‘rsatadi [7]. Biroq dastlabki ma’lumotlar tarmoq kesimida va yil yakuni bilan solishtirilganda aniqlashtirilishi lozim; shu sababli mazkur maqolada asosiy xulosalar 2025-yil yakuniy ma’lumotlariga tayanadi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar ishchi gipotezani qisman tasdiqlaydi. Birinchidan, viloyat eksporti o‘sib borayotgan bo‘lsa-da, to‘qimachilik segmentida absolyut o‘sish ta’minlanmagan: 2025-yildagi 471,6 mln dollar ko‘rsatkichi tarmoq uchun e’lon qilingan 800 mln dollarlik maqsadning [9] taxminan 59 foizini tashkil etadi (maqsad uchun aniq muddat manbada ko‘rsatilmagan). Bu, tarmoqning eksport salohiyati to‘liq ishga tushmaganini bildiradi.

Ikkinchidan, kiyim-kechak eksportining o‘sishi (121,6 foiz) va ip hamda matolar eksportining kamayishi (84,1 foiz) tarmoq tuzilmasi qimmatroq segmentga siljiyotganini ko‘rsatadi. Ammo bu siljish mavjud mahsulot ichida ham notekis: trikotaj mato eksporti hali ham 45,7 mln dollar atrofida bo‘lib, bu hajm mahalliy tikuv sexlari uchun xomashyo bazasini kengaytirish imkonini beradi. Boshqacha aytganda, yarim tayyor mahsulotni eksport qilgandan ko‘ra, uni mahalliy kichik korxonalarga yetkazib, tayyor mahsulotga aylantirish va eksport qilish iqtisodiy jihatdan foydaliroq.

Uchinchidan, bozorlar konsentratsiyasi raqobatbardoshlikka to‘g‘ridan-to‘g‘ri xavf tug‘diradi. Kichik korxonalar uchun bu xavf ikki tomonlama: yirik klaster va eksportyorlar buyurtmalariga bog‘liqlik hamda to‘lov va valyuta xavflarining yuqoriligi. Shu bois diversifikatsiya faqat yangi mamlakat tanlash emas, balki sertifikatlash, logistika va to‘lov vositalarini ham o‘z ichiga olgan majmuaviy jarayondir.

Natijalar asosida kichik trikotaj korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning quyidagi mexanizmlari taklif etiladi:

1) **Qo‘shilgan qiymat zanjirida yuqoriga siljish.** Mahalliy klasterlar va kichik tikuv sexlari o‘rtasida “mato–tikuv” kooperatsiya shartnomalarini rivojlantirish, trikotaj matoni xom holda eksport qilish o‘rniga mahalliy qayta ishlashga yo‘naltirish; bo‘yash va pardozlash quvvatlarini ulashish (umumiy foydalanish markazlari).

2) **Bozorlar diversifikatsiyasi.** Eksport hajmining muayyan qismini yangi bozorlarga (Turkiya, Xitoy, Ozarbayjon, Yevropa Ittifoqi) yo‘naltirish; Yevropa Ittifoqining GSP+ imtiyozlari kabi savdo tartiblaridan foydalanish imkoniyatlarini amaldagi shartlar bo‘yicha aniqlashtirish. Taklif etilayotgan maqsadli ko‘rsatkich: to‘rt yirik bozor ulushini 86,4 foizdan 75 foizgacha, HHI ni esa 1800 punktdan pastga tushirish.

3) **Xarajatlarni boshqarish va rentabellikni oshirish.** Tannarxni 15 foizga qisqartirish bo‘yicha tarmoq maqsadi [9] kichik korxona darajasida quyidagi chora-tadbirlar bilan ta’minlanishi mumkin: xomashyo xaridini jamoaviy amalga oshirish, ishlab chiqarish jarayonida yo‘qotishlarni (nuqsonli mahsulot, bo‘sh turib qolish vaqti) kamaytirish, elektr energiyasi sarfini nazorat qilish, mahsulot turi bo‘yicha alohida tannarx hisobini yuritish. Rentabellik darajasini kuzatish uchun “marja”, “tannarx tarkibida xomashyo ulushi” va “quvvatdan foydalanish koeffitsiyenti” kabi ko‘rsatkichlar kiritilishi lozim.

4) **Sifat va sertifikatlash.** OEKO-TEX, ISO 9001 kabi xalqaro sertifikatlarni olishni kichik korxonalar uchun qo‘llab-quvvatlash; sertifikatlash xarajatlarining bir qismini qoplash yoki bir necha korxona nomidan jamoaviy sertifikatlash.

5) **Brend va raqamli savdo kanallari.** Faqat buyurtma asosida (subpudrat) ishlashdan o‘z savdo markasi ostida sotishga bosqichma-bosqich o‘tish; Uzum, Alibaba.com, Wildberries va shu kabi platformalardan foydalanish; kichik partiyalarda tez yetkazib berish va moslashuvchan buyurtma shartlariga asoslangan raqobat afzalligini shakllantirish.

6) **Monitoring tizimi.** Quyidagi ko‘rsatkichlar yillik yoki yarim yillik asosda kuzatilishi lozim: tayyor mahsulot ulushi; trikotaj matoning mahalliy qayta ishlanish ulushi; to‘rt yirik bozor ulushi va HHI; sertifikatlangan korxonalar soni; tannarx dinamikasi; eksportga chiqqan kichik korxonalar soni.

Davlat siyosati nuqtai nazaridan olganda, mavjud dasturlar ko‘proq yirik investitsion loyihalar va klasterlarga yo‘naltirilgan; kichik korxonalar uchun esa qo‘llab-quvvatlash vositalari (sertifikatlash, bozor axboroti, kooperatsiya platformalari, kichik partiyali eksport uchun logistika) kamroq tizimlashgan. Bu fikr hozircha farazdir va korxonalar so‘rovi hamda dastur hisobotlari bilan tekshirilishi kerak. Shunga qaramay, nazariy jihatdan qo‘llab-quvvatlash vositalarini natijaga bog‘lash (masalan, yangi bozorga chiqqan yoki sertifikat olgan korxonaga imtiyoz berish) resurslardan foydalanish samaradorligini oshiradi va kichik biznesni diversifikatsiyaga rag‘batlantiradi.

Takliflarni amalga oshirishda kichik korxonalarning bir xil emasligini hisobga olish zarur. Mikrofirma, mustaqil kichik korxona va klaster bilan bog‘langan korxona bir xil resurs va imkoniyatlarga ega emas, shu sababli ularga taklif etiladigan strategiya ham farqlanishi kerak (9-jadval).

9-jadval. Kichik korxona turlari bo‘yicha ustuvor strategiyalar

Korxona turi	Asosiy cheklov	Ustuvor strategiya
Mikrofirma (kichik sex)	Aylanma mablag‘ va quvvat tanqisligi; yirik bozorga chiqa olmaydi	Subpudrat va kooperatsiya; onlayn savdo; kichik partiyali moda mahsulotlari
Mustaqil kichik korxona	Sertifikat va brendning yo‘qligi; bozor bitta-ikkita xaridorga bog‘liq	Sertifikatlash; 2–3 yangi bozor; o‘z savdo markasini bosqichma-bosqich yaratish

Korxona turi	Asosiy cheklov	Ustuvor strategiya
Klasterga bog‘langan korxona	Yirik buyurtmachiga qaramlik; kelishuv shartlarida bosim	Narx va sifat shartlarini oshkora kelishish; muqobil buyurtmachilar bilan parallel ishlash

Manba: muallif tahlili.

Taklif etilgan mexanizmlar bilan bog‘liq asosiy xavflarni ham hisobga olish lozim. Birinchidan, valyuta kursi tebranishlari eksport tushumining so‘mdagi qiymatini o‘zgartiradi, bu esa uzoq muddatli narx shartnomalarini murakkablashtiradi; kichik korxonalar uchun valyuta xavfini sug‘urtalash yoki shartnomalarda narxni indekslash usullari muhim. Ikkinchidan, yangi bozorlarga chiqish dastlabki bosqichda xarajatlarni oshiradi (sertifikatlash, namunalar, logistika) va foyda bir necha yildan keyin kuzatiladi; shu bois diversifikatsiyani mavjud bozorlardagi barqaror daromadlarni saqlagan holda bosqichma-bosqich amalga oshirish ma’qul. Uchinchidan, tayyor mahsulotga o‘tish kadrlar malakasi (dizayn, texnolog, sifat nazorati) va uskunalar yangilanishini talab qiladi; ularning yetishmasligi mexanizmlar samaradorligini pasaytiradi.

8-jadval. Taklif etilayotgan mexanizmlar va monitoring ko‘rsatkichlari

Mexanizm	Asosiy chora	Ko‘rsatkich (taklif etilayotgan yo‘nalish)
Qo‘shilgan qiymat	Mato–tikuv kooperatsiyasi, umumiy bo‘yash va pardozlash markazlari	Trikotaj matoning mahalliy qayta ishlanish ulushi ↑
Diversifikatsiya	Yangi bozorlarga bosqichma-bosqich chiqish, GSP+ va savdo tartiblaridan foydalanish	Top-4 bozor ulushi 86,4 % → 75 %; HHI < 1800
Xarajatlar	Jamoaviy xarid, lean-amaliyotlar, energiya nazorati, mahsulot bo‘yicha tannarx hisobi	Tannarx −15 % (tarmoq maqsadi); marja ↑
Sifat	OEKO-TEX, ISO 9001 sertifikatlari	Sertifikatlangan kichik korxonalar soni ↑
Raqamli savdo	Onlayn platformalar, o‘z savdo markasi	Onlayn kanal orqali eksport ulushi ↑

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning cheklovlari. Tahlil rasmiy statistikaning agregat ma’lumotlariga tayanadi; trikotaj ajratilgan holda e’lon qilinmaydi va korxonalar kesimida so‘rov o‘tkazilmagan. Kelgusi bosqichda Andijon shahri va tumanlaridagi kichik tikuv-trikotaj korxonalari o‘rtasida anketa so‘rovi o‘tkazish, tannarx tarkibini batafsil o‘rganish hamda eksport imkoniyatlarini miqdoriy baholash (masalan, mamlakatlar bo‘yicha talab elastikligi) maqsadga muvofiq.

XULOSA

Tadqiqot Andijon viloyatidagi trikotaj tarmog‘i kichik biznes subyektlari raqobatbardoshligini oshirish ko‘p jihatdan

eksport bozorlarini diversifikatsiya qilish va qo‘shilgan qiymatni oshirishga bog‘liqligini ko‘rsatdi. 2025-yilda to‘qimachilik eksporti 471,6 mln dollarga yetgan bo‘lsa-da, 3,1 foizga kamaydi; viloyat eksportining 86,4 foizi to‘rt bozorda to‘plangan (HHI ≈ 2169); eksportning 22,8 foizi yarim tayyor mahsulotlardan iborat; to‘qimachilik tolalari va materiallari bo‘yicha import qaramligi saqlanib qolmoqda.

Ilmiy-amaliy ahamiyati: taklif etilgan mexanizmlar (qo‘shilgan qiymat zanjirida yuqoriga siljish, bozor diversifikatsiyasi, xarajatlarni boshqarish, sertifikatlash, raqamli savdo, monitoring) hududiy iqtisodiy siyosat va kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash dasturlarini shakllantirishda foydalanilishi mumkin. Maqolada hisoblangan ko‘rsatkichlar (HHI, qamrov koeffitsiyenti, qo‘shilgan qiymat tarkibi) boshqa hududlar uchun ham qiyosiy tahlil asosi bo‘la oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: Free Press, 1980.

2. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations. – New York: Free Press, 1990.

3. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // Journal of Management. – 1991. – Vol. 17, No. 1. – P. 99–120.

4. Hirschman A.O. National Power and the Structure of Foreign Trade. – Berkeley: University of California Press, 1945.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”.

6. Andijon viloyati statistika boshqarmasi. Andijon viloyatining tashqi savdo aylanmasi: 2025-yil yanvar–dekabr oylari uchun dastlabki ma’lumot (press-reliz). – https://www.andstat.uz/uploads/docs/tashqi2025yakun.pdf

7. Andijon viloyati statistika boshqarmasi. Andijon viloyatining tashqi savdo aylanmasi: 2026-yil yanvar–iyun oylari uchun dastlabki ma’lumot (press-reliz), 27.07.2026. – https://andstat.uz/uploads/docs/2026.06tashqi1.pdf

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti. Qarovsiz binolar o‘rnida yangi korxonalar ish boshladi. – https://president.uz/oz/lists/view/4432

9. Spot.uz. Prezident Andijon viloyatida (2024-yil 16-fevral). – https://www.spot.uz/oz/2024/02/16/andijan-visit/

10. Yuz.uz. Andijonda joriy yilning o‘tgan davrida 166 ming nafar fuqaroning bandligi ta’minlandi. – https://yuz.uz/uz/news/andijonda-joriy-yilning-otgan-davrida-166-ming-nafar-fuqoroning-bandligi-taminlandi

11. Andijon viloyati iqtisodiyotining rivojlanishida yengil sanoat korxonalarining o‘rni // Inlibrary.uz, 2025. – https://inlibrary.uz/index.php/mead/article/view/117409