

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

№10

2025
oktyabr



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 – Texnika fanlari

08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

*Elektron nashr, 521 sahifa.
2025-yil, 22-oktyabr,*

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afforovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellash
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 08.00.01 – Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 – Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 – Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 – Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 – Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 – Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 – Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 – Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 – Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 – Marketing
- 08.00.12 – Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 – Menejment
- 08.00.14 – Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Ma'lumot uchun, OAK

Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

JAHON MOLIYA TIZIMIDA “YASHIL” MOLIYALASHTIRISHNI RIVOJLANISHINING MUAMMOLARI VA SHARTLARI	12
Quliyev Begimqul Melikovich	
EKOLOGIK MIGRANTSIYANI MINTAQAVIY MIQYOSDA MUVOFIQLASHTIRISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI	18
Bahtiyor Ismoilov Ulug‘bek o‘g‘li, Kadirova Zulayxo Abduxalimovna	
O‘ZBEKISTONDA BANK XIZMATLARINI RAQAMLASHTIRISH HOLATI	25
Davletova Nilufar Tulanovna	
EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHDA MINTAQANI IQTISODIY RIVOJLANISHIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	30
Qodirov Farrux Ergash o‘g‘li	
SUV RESURLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING XORIJ TAJRIBASI	37
Kadixodjayeva Nilufar Raxmatullayevna	
MAHALLIY XOMASHYO BAZASIDAN FOYDALANISH ORQALI ISHLAB CHIQUARISH XARAJATLARINI KAMAYTIRISH YO‘LLARI	46
Sultanov Dilshod Normamatovich	
IQTISODIYOTI RIVOJLANGAN DAVLATLARDA INSON KAPITALIGA INVESTITSİYALARNI JALB QILISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	50
Akhmadaliyeva Nikholakhon	
O‘QITUVCHILAR VA TALABALAR UCHUN INNOVATSION TA’LIM DASTURLARINI ISHLAB CHIQISHDA XALQARO STANDARTLARGA MOSLASHUV MEXANIZMLARI	62
Yuldashev Iskandar Bahromovich	
YER QA’RIDAN FOYDALANGANLIK UCHUN SOLIQLARNING ILMIY-TADQIQOTLAR SHARHI	68
Zoxidov Ismatjon Yunusjon o‘g‘li	
RESPUBLIKA IQTISODIY TARAQQIYOTIDA OLIY TA’LIMNI MODERNIZATSIYA QILISH VA INVESTITSIYA JOZIBADORLIGINING O‘RNI	74
Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich	
DAVLAT IQTISODIY XAVFSIZLIGINI MUSTAHKAMLASHDA SIYOSIY INSTITUTLARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH STRATEGIYALARI	80
O. Nurmuradov	
ICHKI AUDIT SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI VA BUXGALTERIYA MA’LUMOTLARINING ICHKI AUDIT JARAYONIDA EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHNING AHAMIYATI	85
Xamidov Javoxir Shavkat o‘g‘li, Muxitdinov Shoxijaxon Xudoyor o‘g‘li	
XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB ETISHNING MOLIYAVIY MEXANIZMLARINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	90
Xuramov Zafar Rajabaliyevich	
KORPORATIV TUZILMALARDA INVESTITSION JOZIBADORLIKNI TA’MINLASHNING AHOLI DAROMADLARINI OSHIRISHDAGI ROLI	95
Qurbonov Javlonbek Jurabekovich, Raxmatov Faxriddin Xasanovich	
GLOBAL RIVOJLANISH JARAYONIDA SUG’URTA XIZMATLARINI ISLOH QILISH MASALALARI	99
Xushmuradov Oman, Ismoilov Sherzod Ismoil o‘g‘li	



DORIVOR O'SIMLIKLARNI QAYTA ISHLASHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	103
Usmonov Mirg'ulom Xoshim o'g'li	
BARQAROR IQTISODIY O'SISHGA ERISHISHDA SUN'IY INTELLEKT TIZIMLARINI QO'LLASH METODOLOGIYASINING AHAMIYATI	109
Nasrulloev Hayotjon Xabibulloevich	
НЕЙРОИНТУИТИВНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА НА РЫНКЕ ТРУДА	115
Ягудин Дмитрий Рустамович	
RESURSLARNI SOLIQQA TORTISHGA OID TADQIQOTLARNING NAZARIY TAHLILI	123
Nasimdjanoov Yunusjon Zoxidovich	
SOLIQ TO'LOVCHILAR FAOLIYATINI MUVOFIQLASHTIRISH: XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI VA PROGRESSIV TARIFLARNI LOYIHALASH	129
Abduraimova Nigora Abdugapparovna	
DAVLAT RAQAMLI LOYIHALARI: UZINFOCOMNING TA'LIM TIZIMI VA IQTISODIY SAMARADORLIKKA QO'SHGAN HISSASI	134
Raxmatxo'jayev Axrorxo'ja Akmal o'g'li	
РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ПАСПОРТОВ В ПРОМЫШЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	140
Мансурова Сайёра Бахтияровна	
BANK XIZMATLARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	148
Xolikova Oydin Olimjonovna	
PNEVMOMEXANIK YIGIRISH TEXNOLOGIYASI XUSUSIYATLARI	153
Jumaniyazov Kadam, Salimov Shuhrat Halimovich, Nazarov Ramazon Anvarovich	
GREEN INDUSTRY AND THE ECONOMY OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY CONSTRUCTION: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND UZBEKISTAN'S OPPORTUNITIES	158
Mansurova Sayyora Bakhtiyor kizi	
TELEKOMMUNIKATSIYA SOHASINI RIVOJLANTIRISH TAHLILI	166
Suyunov Asror Baxtiyorovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA LOGISTIKA XIZMATLARINING MIKRO VA MAKRO TUZILMALARI, ULARNING FUNKSIONAL METADOLOGIK TAMOIYILLARI	171
Z.Teshayev	
O'ZBEKISTONDA DAVLAT ULUSHI MAVJUD KORXONALARNI BOSHQARISHDA XORIJIY TAJRIBADAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	176
Ismailov Allayor Rashidovich	
MAHSULOT TANNARXINI ANIQLASHDA ISHLAB CHIQARISH XARJATLARINI OG'ISHISHLARI VA ULARNI TAQSIMLASH	183
Raxmatov Baxriddin Baxtiyor o'g'li	
ПОВЫШЕНИЕ СТОИМОСТИ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОБЪЕКТОВ НА ОСНОВЕ АУТСОРСИНГА	186
Исмагулова Гульмира Нуралиевна	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY KONSEPSIYASI	193
Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li	
O'ZBEKISTON SHAROITIDA XIZMATLAR SIFATINI OSHIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING INSTITUTSIONAL VA TASHKILIY MEXANIZMLARI	198
Xudoyorov Lochinbek Bahromovich	
TIJORAT BANKLARIDA UZOQ MUDDATLI RESURSLARNI JALB QILISHDA XALQARO TAJRIBA	203
Abduraxmonov Akmal Nurmamat o'g'li	



MEHNATGA LAYOQATLI TRANSPORT SOHASIDAGI AHOLINI ISH O'RINLARI BILAN TA'MINLANGANLIK HOLATINI TAHLILI	207
Abdullayeva Nigora Shamsiddinovna	
TO'QIMACHILIK SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH MODELI	212
Madraximova Gulasal Ro'zimboy qizi	
TIJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI DIVERSIFIKATSIYASI VA GAROV TA'MINOTI SIFATINING BANK BARQARORLIGIGA TA'SIRI	220
Xolbozorov Husniddin Norbek o'g'li	
O'ZBEKISTON - 2030 STRATEGIYASI DOIRASIDA TIJORAT BANKLARIDA KREDIT RISKLARINI BOSHQARISH: MUAMMOLAR VA TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	226
Norova Nozima Nabiyeвна	
UY-JOY KOMMUNAL XIZMATLARNI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHNING KLASSTERLI MEXANIZMI TAHLILI	232
Odamboyev Oybek Ravshanbek o'g'li	
KORPORATIV BOSHQARUV TUZILMALARIDA MOLIVAVIY MUNOSABATLARNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	236
Qurbaniyazov Shaxzodbek Karimovich	
XALQARO SAVDONING RIVOJLANISHI VA ZAMONAVIY TENDENSIYALARI	242
Jalolov Bekzod Sherzod o'g'li	
TA'LIM TIZIMINI MOLIVALASHTIRISHNING YANGI TIZIMINI JORIY ETISHGA QARATILGAN NAZARIY JIHATLAR	247
Dusanov Salim Mamarasulovich	
O'ZBEKISTONDA BUDJET TUSHUMLARINI OSHIRISHDA BOJXONA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	254
Aktamov Akbarjon Aslan o'g'li	
DAVLAT TA'LIM TASHKILOTLARIDA QURILISH XARAJATLARI HISOBINI YURITISH	262
Ostonokulov Azamat Abduraimovich	
РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ ИНТЕГРАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ РЕСПУБЛИКИ КАРАКАЛПАКСТАН	273
Хошимова Камилла Навфал қизи	
A NEW STAGE IN THE APPLICATION OF MARKET MECHANISMS TO ENTREPRENEURIAL ACTIVITY	285
Ibrayim Maxkamov	
RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI SOG'LIQNI SAQLASH XIZMATLARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI	291
Eshbekova Xayriniso Baxtiyorovna	
QASHQADARYO VILOYATI IQTISODIYOTIDA DXSH ASOSIDA INVESTITSIYA MUHITINING SHAKLLANISHI	297
Hamroyev G'ayratjon Sultonovich	
TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA MIJOZLAR EHTIYOJLARINI O'RGANISH VA TAHLIL QILISH	301
Shaymanov To'liqin Mahmayusupovich	
ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЦИФРОВЫХ ПОДХОДОВ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ	306
Элбаева Мукаддас Рашидовна	
СИНТЕЗ НЕЧЕТКОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	311
Бахриева Хуршида Аскарходжаевна, Сафаров Шохрух Шарофович, Бахрамов Муҳаммадали Ералиевичасистент	
ШАНХАЙСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА КАК КАТАЛИЗАТОР ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	319
Базарова Гулнора Гуламовна	



O'ZBEKISTON KORXONALARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISHDA BANK KREDITLASH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	323
Pulatova Moxira Baxtiyorovna	
QUESTIONS ABOUT THE STUDY OF PERFORMANCE AND EFFICIENCY OF APPLICATION OF LOADING AND EXTRACTING EQUIPMENT	327
Azamat Umirzokov	
MATOLARNING HAVO O'TKAZUVCHANLIGI KORRELATSION TAHLILI	334
Ismailov Nurulla Tuychibayevich	
O'ZBEKISTONDA QISHLOQ XO'JALIGI RISKLARINI SUG'URTALASHNING AFZALLIKLARI	339
Mamadjanov Shuxrat Jalolidinovich	
IKKI QATLAMLI ARALASH TOLA TARKIBLI TRIKOTAJ TO'QIMASINI OLIISH USULI	343
Usnatdinova Elmira Faxratdinovna, Mirusmanov Baxtiyor, Abdurahimova Fazilat Abdullayevna	
MAHALLIY DAVLAT HOKIMIYATI ORGANLARIDA ENG ILG'OR TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA QAROR QABUL QILISH JARAYONLARINING OPTIMALLASHTIRISH YO'LLARI	347
Axmedov Farxod Raxmonjonovich	
IMPACT OF FOREIGN INVESTMENTS ON THE ECONOMY OF UZBEKISTAN: CROSS-SECTORAL ANALYSIS	354
Jumayeva Kamola Azimjonovna, Khasanova Iroda Azizbek kizi	
KORXONA INVESTITSION FAOLLIGINI TA'MINLASHNING NAZARIY-USLUBIY MASALALARI XUSUSIDA	362
Ilyasova Barno Axmadovna	
MILLIY IQTISODIYOTGA XORIJIY INVESTITSİYALARNI O'ZLASHTIRISHNING AMALDAGI HOLATI TAHLILI	371
G'afurov Sherzod Abduvaxob o'g'li	
EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISH ASOSIDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	378
Raximov Eshmurod Normuradovich	
O'ZBEKISTONDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASHDA EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISH YO'NALISHLARI	385
Berdivaliyeva Madina Komiljon qizi	
SANOAT KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING ZAMONAVIY KONSEPTUAL MEKANIZMLARI	392
Jalolov Abbosxon Ravshanxon o'g'li	
TEPKI UZELI KONSTRUKTIV XOSSALARI TAHLILI	398
Bozorova Farida Maxmudjonovna	
НЕОБХОДИМОСТЬ ОБЪЕДИНЕНИЯ АКЦИЗНОГО НАЛОГА НА НЕФТЕПРОДУКТЫ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	405
Пулатов Дилшод Ҳақбердиевич, Маматкулов Салимжон Рахмонкулович, Хужамурадов Абдорбек Рўзимурат ўғли, Воронин Сергей Александрович, Абдиев Мансур Мусурмонович	
OLIY TA'LIMGA INVESTITSIYA SIYOSATI: IQTISODIY TAHLIL VA ISTIQBOLLAR	410
Talapova Nargiza Baxriddinovna	
INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SERVICE NETWORK	416
Bahriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
YANGI O'ZBEKISTON INVESTITSION MUHIT VA UNGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	421
Tirkashev Farruxjon Xolyigitovich	
МНОГОМЕРНАЯ БЕДНОСТЬ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ: ОЦЕНКА ЧЕРЕЗ РАМКУ MPI	426
Мамаризоев Жахонгир Исохонвич	
ОЦЕНКА И ОПТИМИЗАЦИЯ ВЛИЯНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТАБИЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБМЕННОГО КУРСА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	430
Норбаева Мухлиса Акрам кизи	



RAQAMLI TO'LOVLAR ASOSLARI VA XAVFSIZLIGI	440
Yaqubov Azizbek G'anibekovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA LOGISTIKA XIZMATLARINI BOSHQARISHNING INNOVATSION USULLARI	444
Xomidov Xojiakbar Adxamovich	
SOLIQ SIYOSATI ORQALI INKLYUZIV IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH MEXANIZMLARI.....	449
Saydakbarova Madinaxon Anisbekovna	
O'ZBEKISTONDA STARTAP EKOTIZIMINING SHAKLLANISHI VA BARQAROR RIVOJLANISHI YO'LLARI.....	454
Suleymanova Shoirra Alavxanovna	
MILLIY IQTISODIY XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHDA TASHQI IQTISODIY FAOLIYATNING O'RNI	459
Alimova Dilfuzaxon Rustam qizi	
MEHNAT BOZORINI OPTIMALLASHTIRISHNING MAKROIQTISODIY BARQARORLIKKA TA'SIRI	464
Botirova Sarvinoz Bobir qizi	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA KORPORATIV BOSHQARUVNI TASHKIY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI.....	469
Qurboniyazov Shaxzodbek Karimovich	
INVESTITSIYA FAOLIYATINI MUQOBIL MOLIYALASHTIRISH USULLARINING MANBALARINI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI	474
Boboqulov Akmal Muborakbekovich	
RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING MOHIYATI VA TURLARI.....	482
Zufarov Akmal Gulamiddinovich	
FISKAL BOSHQARUV SAMARADORLIGINI TA'MINLASHDA SOLIQQA TORTISHNING TARTIBGA SOLISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	491
Sulaymonov Farrux Shuxratovich	
ИНДЕКС ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МОНИТОРИНГА УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ	496
Хазраткулова Лола Нармуминовна	
BANK MAJBURIYATLARI VA AKTIVLARINING VAQTINCHALIK NOMUTANOSIBLIK LARI RISKINI KAMAYTIRISH	502
Ibrohimov D.M.	
O'ZBEKISTON RAQAMLI PLATFORMALARI FAOLIYATIDA RAQOBAT SIYOSATINING ZAMONAVIY MUAMMOLARI VA YECHIMLARI.....	507
Saparov Islom O'lmasovich	
RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA MARKETING YONDASHUVLARINING QISHLOQ XO'JALIGIGA TATBIQI	514
Abdikarimova Zilola Baxramovna	



RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA MARKETING YONDASHUVLARINING QISHLOQ XO'JALIGIGA TATBIQI

Abdikarimova Zilola Baxramovna

Abu Rayhon Beruniy nomidagi
Urganch davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi
ORCID: 0009-0007-7504-3768
Email: venus0204@mail.ru

Annotatsiya. Maqolada qishloq xo'jaligi mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda marketing yondashuvlarining roli tahlil qilingan. Tadqiqotda Porter, Kotler va Ansoff nazariyalari asosida qishloq xo'jaligiga moslashtirilgan marketing strategiyalari — narx, differensiallashuv, fokus, 4P va RBV modellari yoritilgan. Muallif marketing konsepsiyalarini mahalliy sharoitda qo'llash orqali qishloq xo'jaligida barqaror raqobat ustunligini shakllantirish zarurligini ilmiy asoslab bergan.

Kalit so'zlar: raqobatbardoshlik, marketing strategiyalari, qishloq xo'jaligi mahsulotlari, Porter modeli, Kotlarning 4P modeli, Ansoff matritsasi, RBV yondashuvi, yashil marketing.

Abstract. The article analyzes the role of marketing approaches in enhancing the competitiveness of agricultural products. Based on the theories of Porter, Kotler, and Ansoff, it presents adapted strategies for agriculture — cost leadership, differentiation, focus, 4P, and RBV models. The author scientifically substantiates the need to apply modern marketing concepts to build sustainable competitive advantages in the agricultural sector.

Key words: competitiveness, marketing strategies, agricultural products, Porter's model, Kotler's 4P model, Ansoff matrix, Resource-Based View (RBV), green marketing.

Аннотация. В статье рассмотрена роль маркетинговых подходов в повышении конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. На основе теорий Портера, Котлера и Ансоффа раскрыты адаптированные к аграрной сфере стратегии – ценообразование, дифференциация, фокус, модель 4P и RBV. Автор научно обосновал необходимость применения современных маркетинговых концепций для формирования устойчивых конкурентных преимуществ в сельском хозяйстве.

Ключевые слова: конкурентоспособность, маркетинговые стратегии, сельскохозяйственная продукция, модель Портера, модель 4P Котлера, матрица Ансоффа, ресурсно-ориентированный подход (RBV), зелёный маркетинг.

KIRISH

Bozor munosabatlarining chuqurlashuvi va globallashuv jarayonlarining jadallashuvi natijasida qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozori ham murakkab va raqobatga to'la muhitga aylangan. Ayniqsa, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash, ichki va tashqi bozorlarda milliy mahsulotlar salohiyatini oshirish hamda eksport hajmini kengaytirish kabi strategik vazifalarni bajarish jarayonida marketing strategiyalarining o'rni beqiyosdir. Bugungi kunda raqobatbardosh mahsulot deganda nafaqat sifati yuqori yoki tannarxi past mahsulot, balki iste'molchi ehtiyojiga aniq moslashtirilgan, bozor segmentlariga mo'ljallangan, brend qiymatiga ega va ekologik mezonlarga javob beradigan mahsulot tushunilmoqda.

Qishloq xo'jaligi sohasida raqobatbardoshlikni shakllantirish zamonaviy marketing nazariyalari va strategiyalariga asoslangan holda amalga oshirilmoqda. Bugungi globallashuv va bozor iqtisodiyoti sharoitida ushbu tarmoqda faoliyat yurituvchi xo'jalik subyektlari o'z mahsulotlarini nafaqat ichki, balki tashqi bozor



talablariga moslashtirish, raqobatchilar fonida afzallik kasb etuvchi strategiyalarni tanlash zaruratida qolmoqda. Ayniqsa, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash, eksport hajmini oshirish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashda raqobatbardosh qishloq xo'jaligi mahsulotlari hal qiluvchi omilga aylanmoqda. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida raqobatbardoshlikni oshirish bevosita samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish bilan bog'liq bo'lib, bu jarayonda bozor talablari, iste'molchilarning xohish-istaklari hamda mahsulot sifati asosiy o'rin tutadi [1].

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Marketing strategiyasi marketing fanining markaziy tushunchalaridan biri bo'lib, u mahsulotni bozorga muvaffaqiyatli olib chiqish, ehtiyojni aniqlash, narxlash, ilgari surish, tarqatish va sotish jarayonlarining rejalashtirilgan, tizimli hamda integratsiyalashgan faoliyatini ifodalaydi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari kontekstida esa marketing strategiyasi ishlab chiqarishning tabiiy omillarga bog'liqligi, mavsumiylik, mahsulotning tez buziluvchanligi va logistika infratuzilmasining murakkabligi kabi omillarni hisobga olgan holda ishlab chiqilishi zarur. Shu bois, marketing strategiyalarining nazariy va kontseptual asoslarini qishloq xo'jaligi mahsulotlari kontekstida chuqur tadqiq etish, ularni mahalliy sharoitga moslashtirish, zamonaviy yondashuvlar hamda texnologiyalar bilan boyitish va raqobatbardoshlikni oshirishning ilmiy asoslangan mexanizmlarini ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Michael Porterning "raqobat ustunligi" konsepsiyasi [2], Philip Kotlerning "marketing strategik rejalashtirish" modeli [3], Igor Ansoffning "o'sish strategiyalari matritsasi" [4], shuningdek, resursga asoslangan yondashuv (RBV – Resource-Based View) [5], bozor yo'naltirilgan yondashuv (Market-Oriented Approach) [6] hamda tizimli strategik yondashuvlar bugungi kunda marketing strategiyalarining kontseptual asosi sifatida keng qo'llanilmoqda.

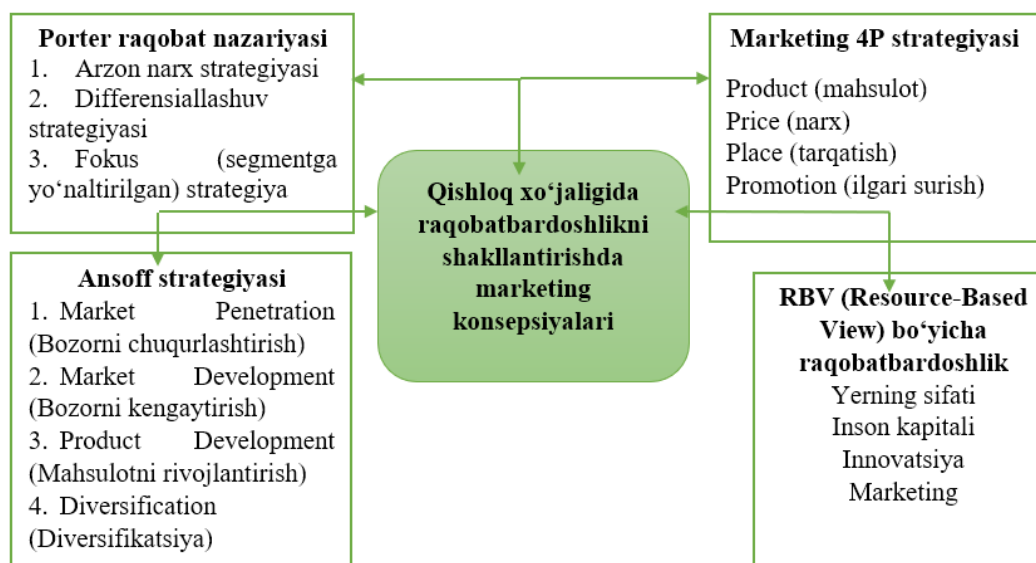
Ushbu yondashuvlarning har biri qishloq xo'jaligi subyektlari uchun bozor sharoitlariga mos strategiyalarni tanlash, resurslardan oqilona foydalanish, mahsulot diversifikatsiyasini amalga oshirish va brend qiymatini oshirishga xizmat qiladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda ma'lumotlar qishloq xo'jaligi korxonalarining ishlab chiqarish ko'rsatkichlari, marketing strategiyalari va raqobatbardoshlik darajasi bo'yicha statistik hisobotlar hamda soha mutaxassisleri bilan o'tkazilgan so'rovnomalar asosida yig'ildi. Olingan ma'lumotlar iqtisodiy tahlil, taqqoslash va korrelyatsion usullar yordamida qayta ishlanib, marketing yondashuvlarining samaradorligi baholandi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Quyida keltirilgan chizmada aynan shu zamonaviy marketing konsepsiyalari asosida qishloq xo'jaligida raqobatbardoshlikni shakllantirish jarayoni tizimli tarzda aks ettirilgan (1-rasm).



1-rasm. Qishloq xo'jaligida raqobatbardoshlikni shakllantirish konsepsiyasi¹

1 Muallif tomonidan shakllantirildi

Zamonaviy marketing nazariyasida raqobatbardoshlik masalasi mahsulotning bozordagi muvaffaqiyati, kompaniya strategik ustunliklari hamda mijoz ehtiyojlarini qondirish darajasi bilan uzviy bog'liqdir. Aynan shu nuqtayi nazardan kelib chiqib, strategik marketingni shakllantirish va bozor holatini tahlil qilishda raqobat muhiti hamda ustunlik omillarini chuqur anglash muhim ahamiyatga ega. Mazkur jarayonning ilmiy asoslarini ishlab chiqishda amerikalik olim Michael Porterning hissasi beqiyosdir.

Porter tomonidan ilgari surilgan raqobat strategiyasi nazariyalari marketing nazariyasining konseptual asoslarini belgilab berdi. Uning raqobat ustunligi strategiyalari (cost leadership, differentiation, focus) bugungi kunda ko'plab korxonalar, tarmoqlar va hatto davlatlar darajasida qo'llanilayotgan asosiy tahliliy yondashuvlar hisoblanadi. Porterga ko'ra, korxona raqobatda ustunlikka erishishi uchun quyidagi asosiy strategik yo'nalishlardan birini tanlashi lozim:

- arzon narx strategiyasi;
- differensiallashuv strategiyasi;
- fokus (segmentga yo'naltirilgan) strategiyasi.

Porterning ushbu uch asosiy raqobat strategiyasidan foydalangan holda qishloq xo'jaligi tarmog'ida bozorni egallash imkoniyatlari mavjud. Xususan, arzon narx strategiyasi yirik fermer xo'jaliklari orqali, differensiallashuv esa ekologik mahsulotlar ishlab chiqarish orqali amalga oshirilmoqda [7]. Quyida biz Michael Porter tomonidan ishlab chiqilgan uch asosiy raqobat strategiyasi — arzon narx, differensiallashuv va fokus strategiyalarini qishloq xo'jaligi sohasi kontekstida izohlash hamda har bir strategiya bo'yicha maxsus yondashuvlarni ishlab chiqish imkoniyatlarini ko'rib chiqamiz (1-jadval).

1-jadval. Michel Porterning raqobatdoshlik strategiyasining qishloq xo'jaligiga moslashtirilgan talqini²

Strategiya turi	Qishloq xo'jaligiga tatbiqi
Arzon narx	Yirik fermer xo'jaliklari va agroklasterlar orqali ishlab chiqarish tannarxini kamaytirish. Mahalliy urug', texnika va subsidiyalar yordamida narx ustunligini shakllantirish.
Differensiallashuv	Ekologik toza (eko) mahsulotlar, geosertifikatlangan uzum, asal yoki go'sht brendlari yaratish. Mahsulot sifatini sertifikatlash va marketing orqali o'ziga xoslikni ta'kidlash.
Fokus strategiyasi	Noyob iqlim yoki terroirga asoslangan mahsulotlar (masalan, faqat Xorazmda yetishtiriladigan meva turi)ni ma'lum segmentga yo'naltirish.

Yirik fermer xo'jaliklari va agroklasterlar orqali ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish imkoniyati vujudga keladi. Mahalliy resurslar (masalan, urug', texnika, subsidiyalar) yordamida narx ustunligi yaratiladi. Bu strategiya massaviy ishlab chiqarishga tayanadi, ya'ni ko'p miqdorda mahsulot ishlab chiqarish orqali bir dona mahsulot tannarxi pasayadi. Qishloq xo'jaligida bu yo'l ko'pincha yirik fermer xo'jaliklari, kooperatsiyalar yoki agroklasterlar orqali amalga oshiriladi. Mahalliy texnologiyalar va subsidiyalarning jalb qilinishi mahsulot narxini pasaytirib, bozorda arzon mahsulot taklif etish orqali raqobat ustunligi yaratadi. Natijada iste'molchilarga nisbatan arzon, ammo keng ommaga mo'ljallangan mahsulot yetkazib berish imkoniyati yuzaga keladi.

Ekologik toza mahsulotlar, geosertifikatlangan uzum, go'sht yoki asal kabi maxsus brendlar ishlab chiqish orqali mahsulotni boshqa raqobatchilarnikidan farqlash mumkin. Sertifikatlash va marketing orqali mahsulotning o'ziga xosligi ta'kidlanadi. Bu strategiya mahsulotning noyobliligi, sifati va brend qiymati orqali raqobat ustunligini yaratishga asoslanadi. Mahsulotlar ekologik toza, sog'liq uchun foydali, geografik jihatdan tan olingan (PDO – Protected Designation of Origin) bo'lishi mumkin. Sertifikatlashtirish va marketing vositalari orqali iste'molchining mahsulot haqidagi ijobiy qabulini shakllantirish maqsad qilinadi. Natijada yuqori narxli, premium segmentga mo'ljallangan mahsulot ishlab chiqarish imkoniyati paydo bo'ladi. Bu esa foyda marjasini oshiradi. Ushbu yondashuv mahsulotlarni ekologik jihatdan farqlash, ularning sog'liq uchun foydaliligini ta'kidlash va geografik kelib chiqishini sertifikatlash orqali premium segmentga moslashtirishni nazarda tutadi.

Aynan shu nuqtada yashil marketing (green marketing) konsepsiyasining ahamiyati ortadi. Chunki ekologik toza mahsulotlarni targ'ib qilish, ularni iste'molchilarga atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan, barqaror ishlab chiqarish asosida yaratilgan sifatida tanitish bugungi global bozor talablari bilan bevosita bog'liqdir. Qishloq xo'jaligida yashil marketing konsepsiyasi orqali ekologik toza, sog'lom va barqaror ishlab chiqarilgan mahsulotlarni targ'ib qilish orqali nafaqat foyda olish, balki atrof-muhitga ijobiy ta'sir ko'rsatish mumkin [8].

Yashil marketing mahsulotning nafaqat funksional sifati, balki ekologik izi, ishlab chiqarishdagi barqarorlik, karbon chiqindilari darajasi, eko-sertifikatlar va sog'lom turmush tarziga hissa qo'shishi orqali raqobat ustunligini yaratadi. Shu orqali iste'molchining ongida mahsulotga nisbatan ijobiy brend imiji shakllanadi.

Muayyan iqlimga yoki terroirga xos mahsulotlarni (masalan, faqat Xorazmda yetishtiriladigan meva turi) ma'lum bozor segmentiga yo'naltirish orqali ham raqobat ustunligini shakllantirish mumkin. Fokus strategiyasi bozor segmentatsiyasiga asoslanadi: korxona ma'lum mahsulot turi va muayyan mijoz guruhi uchun maxsus

2 Muallif tadqiqotlari asosida shakllantirildi



strategiya ishlab chiqadi. Mahsulot “terroir” (hududiy xususiyatlar) asosida noyob boʻlib, raqobatchilar tomonidan takrorlanmaydi. Bu strategiya kichik korxonalar yoki hududiy ixtisoslashgan ishlab chiqaruvchilar uchun eng maqbul yondashuv hisoblanadi. Natijada mahsulotni oʻz segmentida noyob qilib, isteʼmolchi sadoqatini oshirishga xizmat qiladi.

Qishloq xoʻjaligi kontekstida fokus strategiyasining mazmuni quyidagicha talqin etiladi:

— Geografik fokus. Fermer yoki agro-biznes subyektlari maʼlum bir hududda yetishtiriladigan noyob agrolesurslarga asoslangan mahsulotni ishlab chiqaradi. Misol uchun, faqat Fargʻona vodiysida yetishtiriladigan nok, faqat Xorazm viloyatiga xos xurmo yoki Surxondaryo viloyatining togʻli hududlarida yetishtiriladigan asalni keltirish mumkin.

— Demografik yoki ehtiyojga yoʻnaltirilgan fokus. Mahsulotlar maʼlum mijozlar guruhining ehtiyojlariga moslashtiriladi. Misol sifatida allergik kasalliklarga ega bolalar uchun pestisidsiz sabzavotlar, diabet kasalligiga mos mevalar yoki veganga moʻljallangan mahsulotlarni keltirish mumkin.

— Premium yoki eko-segmentga fokus. Bu yoʻnalish ekologik toza, geosertifikatlangan va yuqori narxli mahsulotlarni yuqori daromadli xaridorlarga yoʻnaltirishni nazarda tutadi. Misol tariqasida organik tuxum, eko-goʻsht, bio-yogʻlar yoki “slow food” harakatiga mos mahsulotlar keltiriladi.

— Iqlim yoki terroirga asoslangan mahsulotlar. Fokus strategiyasi terroir tushunchasiga asoslanadi, yaʼni muayyan joyning tuproq, iqlim, suv, relyef va biologik muhit kabi xususiyatlari mahsulotning taʼm, sifat va xususiyatlariga bevosita taʼsir qiladi. Toshkent viloyatida yetishtirilgan gilos bilan Samarqand viloyatida yetishtirilgan gilosning farqi terroirga bogʻliqdir. Ushbu farqlar marketingda alohida taʼkidlanadi.

Philip Kotler bozor muvaffaqiyatini toʻrtta asosiy komponent — Product (mahsulot), Price (narx), Place (tarqatish) va Promotion (ilgari surish) orqali taʼminlash gʻoyasini ilgari suradi. Bu marketing miksi — 4P modeli — boʻlib, bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun korxona toʻrtta asosiy omilni: mahsulot, narx, tarqatish va ilgari surishni muvofiqlashtirilgan tarzda boshqarishi zarurligini nazarda tutadi. Sh.Q. Qodirov fikriga koʻra, mahsulotning narxi, sifati, qadoqlanishi, tarqatish kanallari va reklama strategiyalarini uzviy bogʻlangan holda qoʻllash orqali qishloq xoʻjaligi mahsulotlarining bozor talabiga moslashtirilgan shaklini yaratish mumkin [9]. Quyida biz Philip Kotler tomonidan ilgari surilgan marketing strategiyasini qishloq xoʻjaligi misolida koʻrib chiqamiz (2-jadval).

2-jadval. Marketing miksi 4P modelining qishloq xoʻjaligiga tatbiqi³

Element	Talqin
Product	Mahsulot assortimenti, oʻram sifati, texnologik qayta ishlov darajasi. Eko-sertifikatlangan mahsulotlar (eko-goʻsht, bio-tuxum).
Price	Bozor segmentlariga qarab narx differensiallashuvi (premium – oddiy). Subsidialar orqali raqobatbardosh narx siyosati.
Place	Mahsulotni fermerdan bevosita xaridorga etkazuvchi elektron platformalar, agro-logistika markazlari.
Promotion	Agrobrend yaratish, ijtimoiy tarmoqlarda marketing, dehqon bozorlari va koʻrgazmalarda ishtirok.

Qishloq xoʻjaligi mahsulotlari nafaqat xomashyo, balki brendli va yuqori qayta ishlangan tayyor mahsulot sifatida bozorga taklif qilinishi kerak. Eko-sertifikatlar va qadoqlash sifati isteʼmolchilarda ishonch uygʻotadi, bu esa premium segmentda raqobatbardoshlikni oshiradi. Shuningdek, mahsulotni differensiallashuv orqali bozor segmentlariga moslashtirish mumkin. Natijada, yirik bozorga emas, balki sifatga eʼtibor beruvchi, brendga sodiq isteʼmolchilarga yoʻnaltirilgan strategiya uchun asos boʻlib xizmat qiladi.

Qishloq xoʻjaligida mahsulotga boʻlgan talab ularning yetishmovchiligi yoki ortiqchiligi asosida narx jihatidan moslashtiriladi. Segmentatsiyalangan narxlash siyosati (masalan, yuqori daromadli isteʼmolchilar uchun premium mahsulotlar) orqali turli auditoriyalarga xizmat koʻrsatish mumkin. Davlat tomonidan beriladigan subsidialar va soliq yengilliklari narxni pasaytirish orqali raqobatbardoshlikni oshiradi. Natijada raqobatchilar bilan narx jihatidan samarali kurashish va turli daromad guruhlariga mos mahsulot taklif etish imkoniyati yuzaga keladi.

Zamonaviy e-commerce platformalari orqali vositachilarsiz savdo qilish imkoniyati mavjud. Shu bilan bir qatorda, logistika va saqlash infratuzilmasi raqobatbardoshlikni belgilovchi asosiy omilga aylanmoqda, ayniqsa tez buziluvchi mahsulotlar uchun oʻzining ahamiyatini koʻrsatmoqda. Oxir-oqibat bu yetkazib berish vaqtini qisqartirish, xarajatlarni kamaytirish va mahsulot ishonchligini oshirish kabi afzalliklarni taʼminlaydi. Brend yaratish orqali mahsulotga nisbatan ishonch va sodiqlik shakllantiriladi.

3 Muallif tadqiqotlari asosida shakllantirildi

Ushbu modelning yana bir muhim tarkibiy qismi sifatida ijtimoiy tarmoqlarda marketing — ayniqsa yosh iste'molchilar auditoriyasiga chiqish uchun — muhim vosita hisoblanadi. Shuningdek, mahalliy va xalqaro ko'rgazmalar orqali mahsulotni targ'ib qilish, investorlar hamda distribyutorlar bilan aloqa o'rnatish mumkin. Natijada mahsulot tan olinishini oshirish, yangi mijozlarni jalb qilish va bozor ulushini kengaytirish imkoniyati yaratiladi (3-jadval).

3-jadval. Qishloq xo'jaligi uchun Ansoff strategiyasi⁴

Strategiya turi	Tahlil – Qishloq xo'jaligidagi qo'llanilishi
1. Market Penetration (Bozorni chuqurlashtirish)	Mavjud bozorda mavjud mahsulotning hajmini oshirish. Misol: Paxta o'rniga daromadliroq ekinlarni ekish orqali daromadni ko'paytirish. Bu ichki bozorda resurslarni samaraliroq ishlatishni ko'zda tutadi.
2. Market Development (Bozorni kengaytirish)	Mavjud mahsulotni yangi bozorlarga chiqarish. Masalan: uzum, gilosni Xitoy yoki Arab mamlakatlariga eksport qilish. Bu strategiya tashqi bozorlar salohiyatidan foydalanishni maqsad qiladi.
3. Product Development (Mahsulotni rivojlantirish)	Yangi mahsulotlar ishlab chiqarish, mavjud bozorda. Masalan: quritilgan mevalar yoki pestisidsiz sabzavotlar. Bu diversifikatsiyalanmagan, ammo innovatsion yondashuv hisoblanadi.
4. Diversification (Diversifikatsiya)	Butunlay yangi yo'nalishlar va mahsulotlar bilan chiqish. Masalan: agro-turizm, biogaz, organik o'g'it ishlab chiqarish. Bu eng katta risk bilan bog'liq, ammo uzoq muddatli istiqbolda samarador bo'lishi mumkin.

Bozorni chuqurlashtirish strategiyasi mavjud mahsulotni ayni bozorda ko'proq sotishni ko'zlaydi. Qishloq xo'jaligida bu yondashuv paxta kabi an'anaviy ekinlar o'rniga daromadliroq ekinlar yetishtirish orqali amalga oshiriladi. Shu bilan birga, hosildorlikni oshiruvchi yangi agroteknologiyalarni joriy etish yoki ichki bozordagi mijozlar bilan faolroq ishlash orqali daromad ko'paytiriladi. Bunday yondashuv past riskli bo'lib, katta investitsiyani talab qilmaydi. U mavjud resurslardan samarali foydalanishni kuchaytiradi.

Bozorni kengaytirish strategiyasi esa mavjud mahsulotlar bilan yangi bozorga chiqishni anglatadi. Qishloq xo'jaligida bu mevalarni xorijiy davlatlarga eksport qilish orqali amalga oshiriladi. Masalan, uzum yoki gilosni Xitoy yoki BAA kabi mamlakatlarga eksport qilish mumkin. Buning uchun xalqaro sertifikatlar olish va logistika tizimini rivojlantirish zarur. Ushbu strategiya tashqi bozor talablaridan foydalanish imkonini beradi va yuqori daromad keltiradi, biroq u ko'proq xarajat hamda risk bilan bog'liq.

Mahsulotni rivojlantirish strategiyasi yangi mahsulot ishlab chiqarib, mavjud bozorda sotishni ko'zlaydi. Qishloq xo'jaligida bu quritilgan mevalar, pestisidsiz sabzavotlar yoki ekologik mahsulotlar ishlab chiqarish orqali amalga oshiriladi. Bunday mahsulotlar iste'molchilarning sog'lom ovqatlanish talablariga mos keladi va bozorda farqlanish imkonini beradi. Yangi mahsulotlar yuqori foyda keltiradi, ammo ularni ishlab chiqarish uchun innovatsiyalar va zamonaviy texnologiyalar zarur bo'ladi.

Diversifikatsiya strategiyasi yangi mahsulot bilan yangi bozorga chiqishni anglatadi. Bu eng murakkab va riskli strategiya hisoblanadi. Qishloq xo'jaligida bu agro-turizm yo'nalishini ochish, biogaz ishlab chiqarish yoki organik o'g'it tayyorlash orqali amalga oshiriladi. Bunday yondashuv yangi sektorlar bilan shug'ullanish orqali daromad manbalarini kengaytiradi. Diversifikatsiya uzoq muddatli istiqbolda katta samaradorlik beradi, ammo ko'p tajriba, bilim va investitsiyani talab qiladi.

Har bir qishloq xo'jaligi subyekti o'ziga xos resurslar — yer sifati, iqlim sharoiti, inson kapitali va innovatsion salohiyat orqali bozorning ma'lum segmentida raqobat ustunligiga erishishi mumkin [10] (4-jadval).

4-jadval. Qishloq xo'jaligida RBV tatbiqi⁵

Resurs turi	Misollar	Raqobatbardoshlik ta'siri
Yer sifati	Organik yerlar, terroirga xos hududlar	Yuqori sifatli va noyob mahsulot
Inson kapitali	Tajribali agronomlar	Innovatsion texnologiyalardan foydalanish
Innovatsiya	Eko-sertifikat, bio-texnologiyalar	Farqlanish va narxni yuqori ushlab turish
Marketing	Brend yaratuvchanlik, agro-logistika	Bozor ulushini oshirish, sodiqlik

Ushbu jadvalda qishloq xo'jaligida Resurslarga asoslangan qarash (RBV – Resource-Based View) modeli asosida raqobatbardoshlikni ta'minlash imkoniyatlari ko'rsatilgan. Modelning asosiy g'oyasi shundan iboratki, har bir xo'jalik o'zining noyob, takrorlab bo'lmaydigan va raqobatchilar tomonidan osonlikcha ko'chirib

⁴ Muallif tadqiqotlari asosida shakllantirildi.

⁵ Muallif tmonidan shakllantirildi



bo'lmaydigan ichki resurslari orqali bozorda ustunlikka ega bo'lishi mumkin. Jadvalda bu resurslar to'rtta asosiy toifaga bo'lingan bo'lib, ular yer sifati, inson kapitali, innovatsiya va marketing hisoblanadi.

Yer sifati qishloq xo'jaligida asosiy strategik resurslardan biri sanaladi. Ayniqsa, organik yerlar va terroirga xos hududlar boshqa joylarda uchramaydigan noyob xususiyatlarga ega. Terroir — bu tuproq, iqlim, relyef va boshqa ekologik omillar yig'indisidir. Bunday joylarda yetishtirilgan mahsulotlar yuqori sifatli va noyob bo'lib, ular bozorda premium segmentda joy olishi mumkin. Bu esa mahsulot narxining yuqori bo'lishiga imkon yaratadi.

Inson kapitali esa tajribali agronomlar, dehqonlar va mutaxassislar orqali namoyon bo'ladi. Tajribali kadrlar zamonaviy texnologiyalardan samarali foydalanib, hosildorlikni oshirish, xarajatlarni kamaytirish hamda sifatni yaxshilash orqali raqobatbardoshlikni kuchaytiradi. Bundan tashqari, inson kapitalining yuqori darajasi innovatsiyalarni tezroq joriy etish imkonini beradi.

Innovatsiya zamonaviy qishloq xo'jaligida asosiy raqobat omillaridan biri bo'lib, eko-sertifikatlash, biotexnologiyalar, dronlar yordamida monitoring olib borish va raqamli yechimlarni joriy etish orqali amalga oshiriladi. Bunday yondashuv mahsulotlarni boshqa raqobatчилardan ajratib turadi, bu esa narxni yuqori darajada ushlab turishga yordam beradi. Yana bir ustun jihat shundaki, ekologik toza mahsulotlar Yevropa va boshqa rivojlangan bozorlarda yuqori talabga ega.

Marketing resurslari esa brend yaratish, agro-logistika tizimlarini rivojlantirish, to'g'ridan-to'g'ri iste'molchiga yetkazib berish va mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash orqali raqobatbardoshlikka ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Kuchli marketing strategiyasi mahsulotni bozorda ajralib turadigan qilib, iste'molchi sadoqatini oshiradi va brend qiymatini shakllantiradi. Bu esa uzoq muddatli raqobat ustunligini ta'minlaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Umuman olganda, RBV modeli asosida qishloq xo'jaligida raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun xo'jaliklar o'z resurslarining noyobligiga, ularning bozor qiymatiga qanday aylanayotganiga hamda raqobatчилar tomonidan osongina ko'chirib olinmasligiga e'tibor qaratishlari lozim. Har bir resursning strategik ustunlik beruvchi jihatlari to'g'ri aniqlansa, qishloq xo'jaligi sohasida barqaror raqobat ustunligi yaratiladi.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining raqobatbardoshligini shakllantirishda marketing strategiyalarini kompleks yondashuv asosida amalga oshirish, mahalliy hamda xalqaro bozorlarda o'z o'rnini topgan, barqaror daromad keltiruvchi va iste'molchi ishonchini qozongan brendlarni yaratishga xizmat qiladi. Strategik marketing qarorlarini qabul qilishda esa nafaqat bozor konyunkturasi, balki iqlim, tuproq, ekologik muvozanat va ishlab chiqarish quvvatlari kabi agrobiologik omillar ham inobatga olinishi zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. To'laganov S. T. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining marketing strategiyasini takomillashtirish yo'llari. Iqtisodiyot va ta'lim, №2(89), 63–68. 2022.
2. Porter, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press. 1985. ISBN: 978-0-684-84146-5.
3. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management (15th ed.) Pearson Education. 2016. ISBN: 978-0-13-385646-0.
4. Ansoff, H. I. Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion. McGraw-Hill. 1965. ISBN: 978-0070015601
5. Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120. DOI: 10.1177/014920639101700108
6. Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. Journal of Marketing, 54(4), 20–35. DOI: 10.2307/1251757
7. Eshmatov A. A. (2021). Qishloq xo'jaligida raqobat ustunligini shakllantirishda strategik yondashuvlar. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy jurnali, №4.
8. Abdullayev A. N. Yashil marketing tamoyillarining O'zbekiston qishloq xo'jaligidagi tatbiqi. O'zbekiston agrar fanlari jurnali, №1. 2023.
9. Qodirov Sh. Q. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda marketing miksi omillarining o'rni. TDIU ilmiy axborotlari, №3. 2020
10. Jo'rayev M. M. (2021). RBV modelining qishloq xo'jaligida qo'llanishi va uning raqobatbardoshlikka ta'siri. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti ilmiy to'plami, №2(62).

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2025. № 10

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100