

AGROBIZNES, FAN VA TEXNOLOGIYALAR

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON
JURNALI

Агробизнес, наука и технологии

Agribusiness, science and technology

№ 083688



ISSN:
3060-5245



Toshkent-2026

Platform & workflow by
OJS / PKP

BOSH MUHARRIR

Oblomuradov Narzullo Naimovich – i.f.d. (DSc), professor.

Bosh muharrir o'rinbosarlari:

Islamov Soxib Yaxshibekovich – q.x.f.d. (DSc), professor.

Sultonov Kamoliddin Sadriddinovich – q.x.f.d. (DSc), professor.

Farmonov To'liqin Xayitmurodovich – i.f.d. (DSc), professor.

Muharrir:

Beglayev Uchqun Xurramovich – i.f.f.d. (PhD), dotsent.

Tahrir hay'atining xalqaro a'zolari:

Kusainov Xalel Xaymullayevich – i.f.d. professor (Qozog'iston davlat texnologiya universiteti)

Vilija Aleknevičienė – i.f.d. professor (Universitet Vitovta Velikogo)

Gilbert Ludwig – professor, (Jamk University of Applied Sciences)

Bobojonov Ixtiyor Baxtiyorovich – i.f.d. professor (Germaniyaning Leybnits nomidagi Markaziy Osiyoda qishloq xo'jaligini rivojlantirish instituti (IAMO))

Daiva Makutenene – professor, (Vitautas Magnus universiteti, Litva)

Xaitboyeva Nargiza Alikulovna – i.f.d. dotsent (Tojikiston davlat huquq, biznes va siyosat universiteti)

Tahrir hay'ati:**08.00.00-Iqtisodiyot fanlari:**

Gulyamov Saidasror Saidaxmedovich – i.f.d. (DSc), professor;

Saidov Muxammad-Ali Xakimovich – i.f.d. (DSc), professor;

Rustamova Iroda Baxramjanovna – i.f.d. (DSc), professor;

Ochilov Ilhom Sayitqulovich – i.f.d. (DSc), professor;

Askarov Nazimjon Niyozovich – i.f.d. (DSc), professor;

Abdullayev Altinbek Yangibayevich – i.f.d. (DSc), professor;

Boltayev Abror Sayitmuradovich – i.f.d. (DSc), dotsent;

Abduvasikov Abduaziz Abdulazizovich – i.f.n. professor;

Mamadiyarov Dilshad Uralovich – i.f.n. dotsent;

Achilov Mashrab Ulug'bekovich – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Galimova Feryuza Rafikovna – i.f.n. dotsent;

Odilova Dilnozaxon Barnayevna – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Yangiboyev Dilshod G'ulomovich – i.f.f.d. (PhD);

Saidova Dildora Nurmatovna – i.f.n. dotsent;

Dexkanova Nilufar Sagdullayevna – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Roziqov Jahongir Mustaqim o'g'li – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Boltayev Nurali Shiramatovich – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Ibragimova Madina Ismoilovna – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Javlijev Nuriddin Bektemir o'g'li – i.f.f.d. (PhD).

06.00.00-Qishloq xo'jaligi fanlari:

Shokirov Alisher Djuraboyevich – q.x.f.d. (DSc), professor;

Mardanov Husniddin Xolbozorovich – q.x.f.d. (DSc);

Abdiyev Fozil Rashidovich – q.x.f.d. (DSc);

Sattorov Maqsud Axtamovich – q.x.f.d. (DSc);

Yuldashov Nurbek Ergashovich – v.f.d. (DSc);

Xalmirzayev Dilmurad Kamilovich – q.x.f.d. (DSc), dotsent;

Namazov Ixtiyor Choriyevich – q.x.f.d. (DSc), professor;

Xudayqulov Jonibek Bozarovich – q.x.f.d. (DSc), professor;

Eshonqulov Jamoliddin Saporboy o'g'li – q.x.f.d. (DSc), professor;

Abdullayev Anvar Kodirullayevich – b.f.n., katta ilmiy xodim;

Atabayev Ma'ruf Maxmudovich – q.x.f.n. professor;

Safarov Asqar Asadullayevich – q.x.f.f.d. (PhD), dotsent;

Mustafakulov Davron Mamatqulovich – q.x.f.f.d. (PhD), dotsent;

Kasimov Botir Sadriddinovich – q.x.f.f.d. (PhD);

Akramov Umidilla Ikramdjanovich – q.x.f.n. dotsent;

Elboboyev Abdug'ani Shuxrat o'g'li – q.x.f.f.d. (PhD);

Muxammadov Yo'ldoshbek Akmal o'g'li – q.x.f.f.d. (PhD);

Maxmudova Shaxnoza Abdufattaxovna – q.x.f.f.d. (PhD), dotsent;

Idrisov Xusanjon Abdujabborovich – q.x.f.f.d. (PhD), dotsent.

MUASSIS

Toshkent davlat agrar
universiteti

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

Manzil: Toshkent viloyati, Qibray tumani, Universitet ko'chasi, 2-uy.

Jurnalning telegram manzili:

t.me/agrobiznes_elektronjurnal

E-mail: licht-1989@mail.ru

Jurnalning rasmiy sayti:

<https://www.agrobiznesjournal.uz>

Tel: +(998) 93 439 30 00

JURNALNING ILMIYLIGI:

Ma'lumot uchun, OAK Rayosatining 30.11.2024-yildagi №364/5-sonli qarori bilan 08.00.00-Iqtisodiyot fanlari bo'yicha, 08.05.2025-yildagi №370/5-sonli qarori bilan 06.00.00-Qishloq xo'jaligi fanlari bo'yicha "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga kiritilgan.

Elektron nashr, 973 sahifa.
E'lon qilishga 2026-yil
30-sentabrda ruxsat etildi.



MUNDARIJA

IQTISODIYOT FANLARI

КУРПАЯНИДИ КОНСТАНТИН ИВАНОВИЧ

Стратегии цифровой трансформации в Европейском союзе и потенциал институционального трансфера Французского опыта в Узбекистан.....11

ERGASHEV RUSTAM RAJABOVICH

Ilmiy ishlanmalar asosida Spin-off korxonalarini tashkil etish va rivojlantirishning bosqichli boshqaruv modeli.....25

ABDURAXMANOVA MUQADDAS TOXTASINOVNA

Temir yo'l transporti korxonalarida ekologik-iqtisodiy samaradorlikni oshirishning ilg'or mexanizmlari.....34

ABDULLAYEV ILYOS AXMADOVICH, JABBOROV JAMOLIDDIN MUXAMMADJON O'G'LI

Surxondaryo viloyatida demografik jarayonlarning statistik tahlili.....44

XASANOV SANJARBEK ABDUMANNOBVICH

Sanoat korxonalarida raqamli transformatsiya darajasini baholash uslubiyoti ("Farg'onaazot" AJ misolida).....50

ABDURAZAKOVA NARGIZA RIXSIBAYEVNA

Aksiyadorlik jamiyatlarida xususiy kapital rentabelligiga ta'sir etuvchi omillar: O'zbekistonning uchta aksiyadorlik jamiyati misolida panel tahlil.....57

SULTANOVA ZUXRA JAKSILIKOVNA

Qaraqalpaqstan Respublikasida region ekonomikasini rivojlantirishda IT park xizmatini amalga oshirish masalalari hamda paydalanilgan mumkinliklari.....69

ERGASHEV G'IYOS BAXROM O'G'LI

Mamlakat qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksportining yalpi ichki mahsulotdagi ulushini oshirish zarurati.....76

URMANOVA UMIDA XAKIMDJANOVNA

Sanoat tarmoqlariga investitsiyalarni jalb etish holati va rivojlanish tendensiyalari.....87

SHAMSIDDINOVA DILNOZA SHAVKAT QIZI

O'zbekiston charm poyabzal korxonalarida milliy brend qiymatini oshirishning marketing mexanizmlarini takomillashtirish.....97

MUSAYEV OZODJON SHAVKAT O'G'LI

Mehnat resurslarini boshqarishning zamonaviy usullari va ularning iqtisodiy samaradorligi.....106

XALIKCHAYEVA SADOKAT

Qum-shag'al mahsulotlarini realizatsiya qilishda soliq bazasini aniqlash metodologiyasi "Minimal narx" mexanizmining tatbiq chegaralarini takomillashtirish masalalari.....113

XUSANOV SHUXRAT BURXANOVICH

Moliyaviy hisobotlarni qalbakilashtirish xavfi ko'rsatkichlari tizimini ishlab chiqish.....122

QUDRATOV ALISHER ALIJANOVICH, QODIRQULOVA SEVINCH TOIR QIZI

Qishloq xo'jaligida dukkakli mahsulotlarni yetishtirishda davlatning iqtisodiy tutgan o'rni.....133





IKROMOVA IRODA

Transport logistika korxonalari va koridorlari samaradorligini oshirishda milliy logistikani boshqarish markazi platformasi.....139

AXMADOVA IRODA MUZAFFAR KIZI

The economic role of professional tour guides in enhancing the quality of ecotourism services.....153

SODIQOVA NIGORA TURAYEVNA

Suv resurslari cheklangan sharoitda hududiy ixtisoslashuvni takomillashtirish bo'yicha xorijiy tajribalar va ulardan O'zbekiston sharoitida foydalanish.....165

АСРОРОВА МАВЛУДА АБДУШУКУРОВНА

Кадровый потенциал в системе государственной научно-инновационной политики: сравнительный анализ опыта зарубежных стран.....175

KULIBOYEV AZAMAT SHONAZAROVICH

Davlat tibbiyot tashkilotlarida tibbiy xizmatlar kalkulyatsiyasini shakllantirish va xarajatlar hisobining uslubiy muammolari.....193

UMAROV JAVOHIR BAHODIR O'G'LI

Tovar operatsiyalari hisobini avtomatlashtirishda integratsiyalashgan axborot tizimlarining roli: jahon tajribasi misolida.....204

KADIROVA LAZOKAT YUREVNA

Davlat moliyaviy nazorati jarayonlarini sun'iy intellekt yordamida riskka yo'naltirilgan raqamli nazorat modeli asosida takomillashtirish.....212

BAXSHULLOYEV FERUZBEK

The economics of digital water management: a critical review.....226

TO'XTAYEV UMIDJON SHUHRAT O'G'LI

Xususiy tibbiy xizmatlar raqobatbardoshligini oshirish iqtisodiy mexanizmi amal qilish tamoyillari.....236

RAXIMOV ANVAR NORIMOVICH, MIRZAYOROVA HURIYAT

UBAYDULLAYEVNA
Qashqadaryo viloyatida qishloq xo'jaligi tadbirkorligi samaradorligidagi hududiy tafovutlarni baholash.....244

XURRAMOV XOLBEK XURRAM O'G'LI

O'zbekistonning janubiy hududlarida anorchilik tarmog'ining rivojlanish tendensiyalari.....251

ABDUSHEROZOVA MADINA SODIQJON QIZI

Agrologistika korxonalarini rivojlantirish va shartnomaviy munosabatlarni takomillashtirish.....258

ZARIKEYEVA MIYASAR MARATOVNA

Ekonometrik modellashirishda endogenlik muammosi: nazariy yondashuvlar va zamonaviy baholash usullari.....264

KODIROVA GAVHAROIY QUTBIDINOVNA

Sanoat korxonalarining tashkiliy va iqtisodiy xususiyatlari.....276

DJURAYEVA RUXSORA NEMATILLOYEVNA

Qishloq joylarida aholi turmush farovonligini yaxshilash va bandligini ta'minlash yo'llari (Buxoro viloyati misolida).....283





SULTANOV BAXODIR FAYZULLAYEVICH, SULTANOV AZIZBEK BAXODIR

O'G'LI

Qishloq xo'jaligida melioratsiyadan yashil-raqamli transformatsiyagacha: evolyutsion rivojlanish va boshqaruv modeli.....290

BAYMURATOVA ZINA AQILBEKOVNA

Improving the credit risk management system in commercial banks.....299

SHERQO'ZIYEVA UMIDA ULUG'BEK QIZI

Sun'iy intellekt ta'sirida mehnat bozori: texnologik ishsizlik, kasblar qayta taqsimlanishi va inson kapitaliga yangi talablar.....308

MASHARIPOVA SARVINOZ

Sanoat tarmoqlarida yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida energiya tejamkorligini oshirishda xorij tajribasi.....320

ACHILOV MASHRAB ULUG'BEKOVICH

Intensiv bog'dorchilikni modernizatsiyalashning resurs-integratsiyalashgan mexanizmi.....328

ABDULLAEV MUZAFFAR ABDUJABBAROVICH, KARIEVA GULNORA

ABDULLAEVNA, NARINBAEVA GULNORA KARIMOVNA

Prospects for the formation of the economic mechanism of innovation policy in the regions.....335

ABDULLAYEVA SHAXNOZA ERKINOVNA

O'zbekistonda ijtimoiy himoya tizimida sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalardan foydalanish istiqbollari.....345

MAVRULOV RAVSHAN NEMATJONOVICH

Farg'ona vodiysidagi kichik biznes subyektlari faoliyati samaradorligini baholash.....351

QUDRATOV BAHODIR G'AYBULLAEVICH

Buxoro viloyatida elektron xizmatlarni rivojlantirishning hududiy iqtisodiy o'sishga ta'siri.....360

AZIZKHODJA AMONOVICH SHARIPOV

Ownership structure, marketing innovation and market performance in Uzbekistan: evidence from 2020–2025.....369

ABDULLAYEV ILYOS AXMADOVICH, HAMROYEV SAMANDAR ANVAR O'G'LI

O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan oliy ta'lim tashkilotlari statistik ko'rsatkichlar va ularning dinamikasi.....377

ZAFAR QODIROV ABDIVAXOBOVICH

The economic nature, necessity, classification, characteristics, and theoretical foundations of long-term asset valuation.....385

BOBOBEKOV BAXROM KAXXAROVICH

Raqamli iqtisodiyot sharoitida joriy aktivlarni tahlil qilishning axborot ta'minotini takomillashtirish va undan samarali foydalanish usullari.....397

KADIROVA MARALJON MATYAKUBOVNA

Innovatsion faoliyat asosida tekstil korxonalari raqobatbardoshligini baholash va rivojlantirish mexanizmlari.....403

MUSAYEVA NIGORA NURIDDINOVNA

Iqtisodiy taraqqiyotning yangi bosqichida O'zbekistonning rivojlanish modeli.....415

YORBEKOVA DILOROM MUXAMMADKULOVNA

Raqamli iqtisodiyot sharoitida buxgalteriya hisobi metodikasini takomillashtirish masalalari.....422





MUHAMMAD UMAR ASLAM

Agritourism as a driver of sustainable rural development in Uzbekistan: economic, environmental and socio-cultural perspectives.....431

XUDAYBERDIYEVA FILYURA MIRZAMASHRABOVNA

Yangi O'zbekiston taraqqiyotida yashil iqtisodiyot va barqaror rivojlanish.....445

ISOQOV HASAN ABDUXALIMOVICH

Qashqadaryo viloyatida oziq-ovqat sanoati innovatsion rivojlanishining ko'p omilli ekonometrik modelini ishlab chiqish.....454

SAGIEVA MOLDIR ORAZBAY QIZI, MADREYMOVA ALTINAY SARSENBAEVNA

Qoraqalpog'iston Respublikasida tashqi savdo va eksport salohiyatining hududiy iqtisodiy o'sishdagi roli.....464

ULUG'MURODOV FARXOD FAXRIDDINOVICH

Elektron savdo xizmatlarida qaytarish va sotuvdan keyingi xizmatlarni takomillashtirishning iqtisodiy ahamiyati.....472

NAVRUZ ISLAMOV

To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar oqimini boshqarish strategiyalarining nazariy asoslari va ularni tasniflashga yondashuvlar.....481

RAIMBERDIYEV SAMANDAR SHERZOD O'G'LI

Tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirishda strategik boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish.....490

YO'LDOSHEVA MOHICHEHRA MUSURMON QIZI

Kambag'allikni qisqartirishda tomorqa xo'jaliklarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy zarurati: muammolar va ilmiy yondashuvlar.....502

NORMURODOV SARVAR NORBOY O'G'LI

Mamlakatimizda eksport imkoniyatlarini kengaytirish va qishloq xo'jaligini rivojlantirish.....509

XABILOV DJAXONGIR XAKIMOVICH

Budjet tashkilotlarida hisob siyosati sifatini baholashning takomillashtirilgan konseptual modeli.....518

MAMATMUMINOV XOLBEK OMONOVICH

Hududlar iqtisodiy rivojlanishidagi nomutanosibliklarni kamaytirish va mintaqaviy raqobatbardoshlikni oshirish yo'llari.....525

NAVRUZ-ZODA BAXTIYOR NEGMATOVICH, TOXIROV JAVLON RAXIMOVICH

Savdo xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishda raqamli marketingdan samarali foydalanishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish.....533

SOTIBOLDIYEVA DILRABO SHUXRATOVNA

O'zbekistonda inson kapitaliga kiritilayotgan investitsiyalarning samaradorligini baholashdagi mavjud muammolar va ularning yechimlari.....546

SIROJOV OXUNJON ODIL O'G'LI

Buxoro viloyati savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda marketing mexanizmini takomillashtirish: raqamli imkoniyatlar va xorijiy tajriba.....552

XABILOV DJAXONGIR XAKIMOVICH

Byudjet tashkilotlarida hisob siyosatining nazorat va axborot funksiyalarini kuchaytirish.....566

YULDASHOV AZIZ AVAZOVICH

Korxona raqobatbardoshligini oshirishda strategik inson resurslarini boshqarishning ahamiyati.....572





BUXORO VILOYATI SAVDO KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA MARKETING MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH: RAQAMLI IMKONIYATLAR VA XORIJIY Tajriba

SIROJOV OXUNJON ODIL O'G'LI

Buxoro davlat universiteti

“Marketing va menejment” kafedrası tayanch doktoranti

E-mail: sirojovoxun874@gmail.com

ORCID: 0009-0005-2687-6785

Annotatsiya. Maqolada Buxoro viloyati savdo korxonalarining raqobat muhiti 2015–2024-yillar rasmiy statistik ma'lumotlari asosida tahlil qilingan, raqamli infratuzilmaning savdo rivojiga ta'siri baholangan hamda savdo sohasida marketing mexanizmini takomillashtirishning xorijiy tajribasi umumlashtirilgan. Tadqiqotda iste'mol narxlarini indeksi yordamida deflyatsiya, o'rtacha yillik o'sish sur'ati, elastiklik koeffitsiyenti, korrelyatsion tahlil va birinchi farqlar usuli qo'llanilgan. Aniqlanishicha, viloyatda savdo xizmatlari hajmi amaldagi narxlarda 6,6 barobar, inflyatsiya ta'siri chiqarib tashlanganda esa 2,5 barobar (yiliga o'rtacha 10,9%) oshgan, real o'sish sur'ati 2016-yildagi 22,3 foizdan 2023-yilda 5,4 foizgacha sekinlashgan. Savdoning yalpi hududiy mahsulotga nisbatan elastikligi 1,05 ga teng bo'lib, o'sish asosan umumiy iqtisodiy o'sish hisobiga ta'minlangan. Internet qamrovi bilan real jon boshiga savdo o'rtasidagi yuqori korrelyatsiya ($r = 0,99$) yillik o'zgarishlarda tasdiqlanmagani raqamli infratuzilma o'z-o'zidan raqobat ustunligiga aylanmasligini ko'rsatadi. Janubiy Koreya, Singapur, Germaniya, Xitoy va Hindiston tajribasi asosida viloyat savdo korxonalari marketing mexanizmini takomillashtirish yo'nalishlari taklif etilgan.

Kalit so'zlar: savdo korxonalari, raqobatbardoshlik, raqobat muhiti, marketing mexanizmi, elektron tijorat, raqamli marketing, real o'sish, xorijiy tajriba, Buxoro viloyati.

Аннотация. В статье на основе официальной статистики за 2015–2024 гг. проанализирована конкурентная среда торговых предприятий Бухарской области, оценён вклад цифровой инфраструктуры в развитие торговли и обобщён зарубежный опыт совершенствования маркетингового механизма в сфере торговли. Использованы дефлятирование по индексу потребительских цен, среднегодовые темпы роста, коэффициент эластичности, корреляционный анализ и метод первых разностей. Объём торговых услуг вырос в 6,6 раза в текущих ценах и в 2,5 раза в реальном выражении (10,9% в год), при этом реальный темп роста замедлился с 22,3% в 2016 г. до 5,4% в 2023 г. Эластичность торговли по валовому региональному продукту составила 1,05, то есть рост обеспечивался преимущественно общим ростом экономики. Высокая корреляция между охватом интернетом и реальным объёмом торговли на душу населения ($r = 0,99$) не подтверждается в годовых изменениях, что свидетельствует о том, что цифровая инфраструктура сама по себе не превращается в конкурентное преимущество. На основе опыта Южной Кореи, Сингапура, Германии, Китая и Индии предложены направления совершенствования маркетингового механизма торговых предприятий области.

Ключевые слова: торговые предприятия, конкурентоспособность, конкурентная среда, маркетинговый механизм, электронная коммерция, цифровой маркетинг, реальный рост, зарубежный опыт, Бухарская область.

Abstract. The article analyses the competitive environment of trade enterprises in the Bukhara region using official statistics for 2015–2024, assesses the contribution of digital infrastructure to trade development and summarises foreign experience in improving the marketing mechanism in the trade sector. The study applies CPI-based deflation, compound annual growth rates, elasticity estimation, correlation analysis and the first-difference method. The volume of trade services grew 6.6-fold in current prices and 2.5-fold in real terms (10.9% per year), while real growth slowed from 22.3% in 2016 to 5.4% in 2023. The elasticity of trade with respect to gross regional product equals 1.05, indicating that growth was driven mainly by overall economic expansion. The strong correlation between internet coverage and real per capita trade ($r = 0.99$) is not confirmed in annual changes, suggesting that digital infrastructure does not by itself translate into competitive advantage. Based on the experience of South Korea, Singapore, Germany, China and India, directions for improving the marketing mechanism of the region's trade enterprises are proposed.

Keywords: trade enterprises, competitiveness, competitive environment, marketing mechanism, e-commerce, digital marketing, real growth, foreign experience, Bukhara region.





KIRISH

Savdo iqtisodiyotda ishlab chiqarish va iste'mol o'rtasidagi bog'lovchi bo'g'in bo'lib, uning samaradorligi tovarlarning iste'molchiga qanchalik tez, arzon va sifatli yetib borishini belgilaydi. So'nggi yillarda O'zbekistonda savdo sohasidagi raqobat sharoitlari tubdan o'zgarmoqda: bozorga kirish to'siqlari pasaymoqda, yirik savdo tarmoqlari va marketpleyslar hududlarga kirib kelmoqda, xaridor esa narx va assortimentni onlayn taqqoslash imkoniyatiga ega bo'lmoqda. «O'zbekiston – 2030» strategiyasida [1] xususiy sektorni rivojlantirish va raqamli iqtisodiyotni kengaytirish ustuvor vazifa sifatida belgilangan, «Raqamli O'zbekiston – 2030» strategiyasi [2] esa elektron tijoratni raqamli transformatsiyaning muhim yo'nalishlaridan biri deb e'tirof etadi. Raqobat munosabatlari va elektron savdoning huquqiy asoslari «Raqobat to'g'risida»gi [3] hamda «Elektron tijorat to'g'risida»gi [4] qonunlar bilan yangilangan.

Buxoro viloyati ushbu jarayonlarning hududiy ko'rinishini o'rganish uchun qulay obyektdir. 2024-yilda viloyat aholisi 2 044 ming kishini, yalpi hududiy mahsuloti 73,4 trln so'mni, savdo xizmatlari hajmi esa 7,8 trln so'mni tashkil etdi. Viloyat iqtisodiyotida an'anaviy bozorlar va kichik chakana do'konlar hali ham salmoqli o'rin tutgani holda, turizm oqimi va raqamli kanallarning kengayishi savdo korxonalari oldiga yangi talablar qo'ymoqda.

Shu bilan birga, savdo hajmining nominal o'sishi korxonalar raqobatbardoshligi oshayotganini avtomatik ravishda anglatmaydi: uning katta qismi inflyatsiya va umumiy iqtisodiy o'sish bilan izohlanishi mumkin. Bundan tashqari, hududda raqamli infratuzilma jadal rivojlanayotgan bo'lsa-da, savdo korxonalari bu imkoniyatni marketing ustunligiga qanchalik aylantira olayotgani ilmiy jihatdan yetarlicha o'rganilmagan. Maqolaning maqsadi Buxoro viloyati savdo korxonalari faoliyat yuritayotgan raqobat muhitini real ko'rsatkichlar asosida baholash va xorijiy tajribadan kelib chiqib, marketing mexanizmini takomillashtirish yo'nalishlarini asoslashdan iborat. Shu maqsadda quyidagi vazifalar qo'yildi: xizmatlar savdosidagi global tendensiyalarni aniqlash; respublika miqyosidagi raqamli savdo muhitini baholash; viloyat savdo xizmatlarining nominal va real dinamikasini hamda uning raqamli infratuzilma bilan bog'liqligini tahlil qilish; raqobat muhitining tuzilmaviy xususiyatlarini aniqlash; xorijiy tajribani qiyosiy o'rganish va hududga moslashtirilgan takliflar ishlab chiqish.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqobat muhitini tahlil qilishning klassik asosini M. Porter ishlari tashkil etadi. U tarmoqdagi raqobat intensivligini beshta kuch – mavjud raqiblar o'rtasidagi kurash, yangi ishtirokchilar tahdidi, o'rinbosar mahsulotlar, yetkazib beruvchilar va xaridorlarning bozordagi kuchi orqali izohlaydi [5]. Keyingi tadqiqotida mamlakat va hududlar raqobat ustunligini omil sharoitlari, talab sharoitlari, turdosh tarmoqlar hamda firma strategiyasining o'zaro ta'siri natijasi sifatida ko'rib chiqadi [6]. Savdo sohasi uchun bu modelning ahamiyati shundaki,





raqamli kanallar paydo bo'lishi bilan o'rinbosarlar tahdidi va xaridorlar kuchi bir vaqtda ortadi.

Rus iqtisodiy maktabida "raqobat muhiti" va "raqobatbardoshlik" tushunchalarini farqlashga alohida e'tibor berilgan. G.L. Azoev raqobat muhitini korxonaga tashqaridan ta'sir etuvchi bozor sharoitlari majmui, raqobatbardoshlikni esa korxonaning shu sharoitda ustunlikka erishish qobiliyati sifatida talqin qiladi [7]. R.A. Fatxutdinov raqobatbardoshlikni tovar, korxona, tarmoq, hudud va mamlakat darajalaridan iborat ierarxik tizim sifatida o'rganishni taklif etadi [8]. Bu yondashuv hududiy tadqiqotlarda viloyat ko'rsatkichlari bilan korxona darajasidagi xulosalarni aralashtirib yubormaslik zarurligini ko'rsatadi. Mahalliy olimlardan Sh.J. Ergashxodjaeva korxonalar raqobatbardoshligini oshirishning shart-sharoitlari va omillarini xalqaro raqobat nazariyasi nuqtayi nazaridan tizimlashtirgan [9].

Marketing mexanizmi va raqobatbardoshlik o'rtasidagi bog'liqlik bozorga yo'naltirilganlik konsepsiyasi doirasida chuqur o'rganilgan. A. Kohli va B. Jaworski bozorga yo'naltirilganlikni bozor axborotini yig'ish, uni korxona ichida tarqatish va unga javob choralari ko'rish jarayoni sifatida ta'riflaydi [10]. J. Narver va S. Slater bozorga yo'naltirilganlik darajasi korxona rentabelligi bilan ijobiy bog'liq ekanini empirik jihatdan ko'rsatgan [11]. J.-J. Lambin marketingni strategik va operatsion darajalarga ajratib, raqobat ustunligi aynan strategik darajada shakllanishini ta'kidlaydi [12]. F. Kotler, K. Keller va A. Chernev marketingni mijoz qiymatini yaratish, yetkazish va kommunikatsiya qilishning yaxlit tizimi sifatida ko'rib chiqadi [13]. Sh.J. Ergashxodjaeva, M.S. Qosimova va M.A. Yusupov tomonidan tayyorlangan darslikda raqobatli strategiyalar hamda interaktiv marketing marketing tizimining ajralmas qismi sifatida yoritilgan [14].

Chakana savdoga xos tadqiqotlarda texnologiyalarning o'rni alohida ajratib ko'rsatiladi. D. Grewal va hammualliflar chakana savdoning kelajagini texnologiyalar, ma'lumotlar tahlili va mijoz tajribasini boshqarish bilan bog'laydi [15]. P. Verhoef va hammualliflar raqamli transformatsiyani uch bosqichga – raqamlashtirish, raqamli jarayonlarga o'tish va biznes-modelning raqamli transformatsiyasiga ajratadi [16]. Sh.J. Ergashxodjaeva esa chakana va ulgurji savdo korxonalarida innovatsion marketing texnologiyalaridan foydalanish tovar va xizmatlar raqobatbardoshligini oshirishga keng imkoniyat yaratishini ta'kidlaydi [17]. Bu qarashlar muhim xulosaga olib keladi: texnologiyaga ega bo'lish bilan uni raqobat strategiyasiga aylantirish turli bosqichlardir.

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, hududiy tadqiqotlarda ko'pincha savdo hajmining nominal o'sishi raqobatbardoshlik oshganining dalili sifatida keltiriladi, inflyatsiya va umumiy trend ta'siri esa alohida ajratilmaydi. Mazkur maqola ushbu bo'shliqni qisman to'ldirishga qaratilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotning axborot bazasini Jahon savdo tashkilotining xizmatlar savdosi bo'yicha ma'lumotlari [18; 19], O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, elektron tijorat



va iste'mol narxlari ko'rsatkichlari [20; 22] hamda Buxoro viloyati statistika boshqarmasining 2015–2024-yillarga oid ma'lumotlari [21] tashkil etdi.

Savdo hajmining real dinamikasini aniqlash uchun nominal ko'rsatkichlar iste'mol narxlari indeksi (INI) yordamida 2015-yil narxlariga keltirildi:

$$S_t(\text{real}) = S_t / (INI_{2016} \cdot INI_{2017} \cdot \dots \cdot INI_t),$$

bu yerda S_t – t yildagi savdo xizmatlari hajmi, INI – o'tgan yilning dekabriga nisbatan yig'ma iste'mol narxlari indeksi (koeffitsiyentda). Viloyat bo'yicha yillik INI qatori ochiq manbalarda to'liq e'lon qilinmagani sababli respublika ko'rsatkichidan foydalanildi; bu yondashuv tahlilning cheklovi sifatida qayd etiladi. O'rtacha yillik o'sish sur'ati $CAGR = (Y_n / Y_0)^{(1/n)} - 1$ formulasi bo'yicha, savdo xizmatlarining iqtisodiy o'sishga sezgirligi esa quyidagi logarifmik regressiya orqali baholandi:

$$\ln S_t = a + b \cdot \ln YaHM_t + \varepsilon_t,$$

bu yerda b – elastiklik koeffitsiyenti. Raqamli infratuzilma bilan savdo o'rtasidagi bog'liqlik Pirson va Spirmen korrelyatsiya koeffitsiyentlari orqali ikki bosqichda tekshirildi: avval ko'rsatkichlarning mutlaq darajalari, so'ngra ularning yillik o'zgarishlari (birinchi farqlar) bo'yicha. Ikkinchi bosqich zarurati shundaki, bir yo'nalishda o'sayotgan ikki qator o'rtasida haqiqiy bog'liqlik bo'lmasa ham yuqori korrelyatsiya kuzatilishi mumkin [23]. Hisob-kitoblar Python muhitida (numpy, scipy, matplotlib kutubxonalari) bajarildi.

Tadqiqot cheklovlari: kuzatuvlar soni 10 yil bilan cheklangan (birinchi farqlarda 9 ta), shu sababli korrelyatsiya natijalari statistik kuchi past bo'lgan baholar hisoblanadi; korxona darajasidagi mikroma'lumotlar mavjud emas; deflyatsiyada respublika INIdan foydalanilgan. Olingan natijalar sabab-oqibat munosabati sifatida emas, balki tendensiya va bog'liqlik ko'rsatkichlari sifatida talqin qilinadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Xizmatlar savdosidagi global raqobat muhiti. Xorijiy tajribani baholashdan oldin xizmatlar savdosida qaysi iqtisodiyotlar yetakchilik qilayotganini aniqlash maqsadga muvofiq (1-jadval).

1-jadval

Tijorat xizmatlari savdosida yetakchi iqtisodiyotlar, 2024-yil

Iqtisodiyot	Eksport, mlrd \$	Ulushi, %	O'zg., %	Import, mlrd \$	Ulushi, %	O'zg., %	Sof balans, mlrd \$
Yevropa Ittifoqi	1 642	23,2	8	1 437	22,1	6	+205
AQSH	1 077	15,2	8	787	12,1	9	+290
Buyuk Britaniya	645	9,1	11	399	6,1	10	+246
Xitoy	444	6,3	17	608	9,4	11	–164
Singapur	395	5,6	10	351	5,4	8	+44
Hindiston	374	5,3	11	268	4,1	9	+106
Yaponiya	223	3,2	9	240	3,7	6	–17
Shveytsariya	179	2,6	10	215	3,3	12	–36
BAA	176	2,5	3	–	–	–	–
Kanada	158	2,2	3	158	2,4	5	0



Iqtisodiyot	Eksport, mlrd \$	Ulushi, %	O'zg., %	Import, mlrd \$	Ulushi, %	O'zg., %	Sof balans, mlrd \$
Janubiy Koreya	–	–	–	161	2,5	7	–
Top-10 jami		75,2			71,1		

Manba: Jahon savdo tashkiloti ma'lumotlari [18] asosida muallif tomonidan tuzilgan. Yevropa Ittifoqi Ittifoq ichidagi savdosiz; "–" – yetakchi o'ntalikka kirmagan.

Xizmatlar savdosi yuqori darajada konsentratsiyalashgan: yetakchi o'nta iqtisodiyot jahon eksportining 75,2 foizini, importining 71,1 foizini ta'minlaydi. AQSH (+290 mlrd dollar), Buyuk Britaniya (+246 mlrd), Yevropa Ittifoqi (+205 mlrd) va Hindiston (+106 mlrd) xizmatlar savdosida sof eksportchi, Xitoy (–164 mlrd), Shveytsariya (–36 mlrd) va Yaponiya (–17 mlrd) esa sof importchi hisoblanadi. JST ma'lumotlariga ko'ra, xizmatlar savdosining taxminan 60 foizini moliyaviy, professional va biznes xizmatlarini qamrab oluvchi «boshqa tijorat xizmatlari» tashkil etadi [19]. Demak, xizmatlar savdosidagi ustunlik asosan bilim va axborotga asoslangan xizmatlar, jumladan marketing, konsalting va raqamli yechimlar bozori rivojlangan iqtisodiyotlarda shakllanmoqda. Dinamika jihatidan Xitoy (+17%), Hindiston va Buyuk Britaniya (+11%) eksporti eng tez o'sgan. Bu mamlakatlar va Singapur, Janubiy Koreya kabi raqamlashtirishni davlat siyosati darajasiga ko'targan iqtisodiyotlarning tajribasi quyida alohida tahlil qilinadi.

O'zbekistonda raqamli savdo muhiti. Respublika miqyosidagi raqamli savdo ko'rsatkichlari 2-jadvalda keltirilgan.

2-jadval

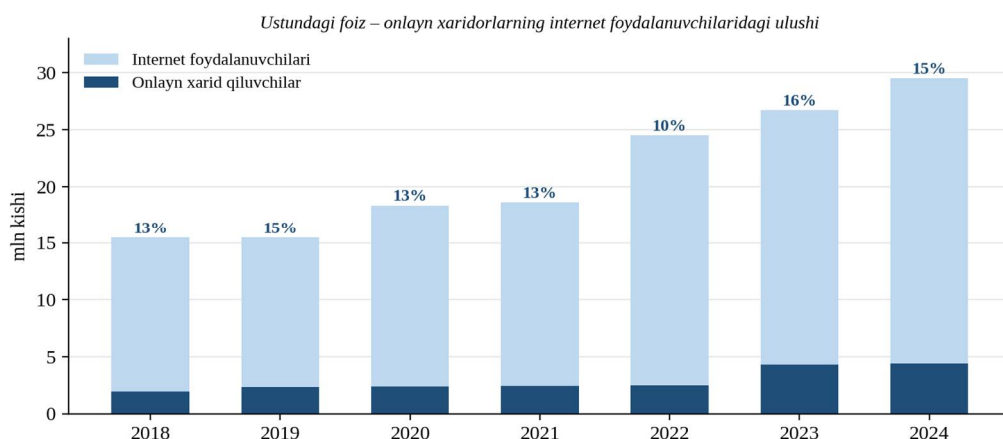
O'zbekistonda elektron tijorat va raqamli infratuzilma ko'rsatkichlari

Yillar	E-tijoratda yaratilgan YaQQ, mlrd so'm	AKT savdosida yaratilgan YaQQ, mlrd so'm	Axborot iqtisodiyoti va e-tijoratning YalMdagi ulushi, %	Internet foydalanuvchilari, mln	Faol ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari, mln	Mobil aloqa obunachilari, mln	Onlayn xarid qiluvchilar, ming kishi
2015	6,5	140,8	1,93	–	0,30	–	–
2016	7,8	228,0	2,13	13,45	0,46	20,74	–
2017	9,9	453,8	2,10	15,45	0,77	21,38	–
2018	105,2	295,5	1,91	15,45	1,30	22,65	1 959,4
2019	260,1	273,4	1,61	15,45	2,00	24,84	2 361,2
2020	591,5	303,9	1,82	18,34	3,20	25,14	2 407,3
2021	3 907,7	450,6	2,30	18,60	4,60	23,34	2 453,7
2022	9 694,9	687,6	3,06	24,50	6,25	29,59	2 504,3
2023	14 103,5	795,0	3,56	26,74	5,35	31,84	4 323,0
2024	20 328,1	1 045,6	4,08	29,52	8,70	33,81	4 416,0

Manba: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari [20].

Elektron tijoratda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat 2019–2024-yillarda 78 barobar oshgan, 2024-yilning o'zida esa 44,1 foizga ko'paygan. Axborot iqtisodiyoti va elektron tijoratning YalMdagi ulushi 1,93 foizdan 4,08 foizgacha ortgan, internet foydalanuvchilari soni 2016–2024-yillarda 13,45 mln dan 29,52 mln gacha (yiliga o'rtacha 10,3%) ko'paygan. Ammo onlayn xaridorlar soni internet foydalanuvchilariga nisbatan sekin o'smoqda (1-rasm).





Manba: 2-jadval ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

1-rasm. O'zbekistonda internet foydalanuvchilari va onlayn xarid qiluvchilar soni, mln kishi

2018–2024-yillarda onlayn xaridorlarning internet foydalanuvchilaridagi ulushi 10–16 foiz oralig'ida qolgan, 2024-yilda esa 15 foizni tashkil etgan. Boshqacha aytganda, internetdan foydalanuvchi har yetti kishidan taxminan oltitasi hali onlayn xaridor emas. Bu raqamli savdo bozorining katta foydalanilmagan salohiyatini va savdo korxonalarining iste'molchini onlayn kanalga jalb qilish bo'yicha marketing faoliyati hali yetarli emasligini ko'rsatadi. 2023-yilda faol ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari sonining qisqarishi (6,25 mln dan 5,35 mln gacha) va onlayn xaridorlar sonining keskin ortishi (+72,6%) hisob metodologiyasidagi o'zgarishlar bilan ham bog'liq bo'lishi mumkin, shu bois bu yil ma'lumotlarini talqin qilishda ehtiyotkorlik talab etiladi.

Buxoro viloyatida savdo xizmatlarining nominal va real dinamikasi. Viloyat savdo xizmatlari hamda raqamli infratuzilmaning asosiy ko'rsatkichlari 3-jadvalda keltirilgan.

3-jadval

Buxoro viloyatida savdo xizmatlari va raqamli infratuzilmaning asosiy ko'rsatkichlari

Yillar	Doimiy aholi soni, ming kishi	YaHM, mlrd so'm	Xizmatlar hajmi – jami, mlrd so'm	Savdo xizmatlari hajmi, mlrd so'm	Savdoning xizmatlar hajmidagi ulushi, %	Internet abonentlari (100 aholiga)	Mobil aloqa abonentlari (100 aholiga)
2015	1 785,4	12 368,6	3 751,2	1 173,8	31,3	23,1	65,7
2016	1 815,2	14 390,7	4 756,1	1 517,1	31,9	25,3	66,2
2017	1 843,5	19 497,4	8 043,9	1 953,0	24,3	28,2	67,5
2018	1 870,2	24 883,4	9 976,2	2 433,3	24,4	35,7	66,4
2019	1 894,8	31 894,8	12 951,7	3 046,9	23,5	42,5	70,7
2020	1 923,9	35 320,0	14 488,5	3 799,4	26,2	49,7	72,6
2021	1 947,1	43 069,7	18 247,5	4 632,1	25,4	58,5	75,9
2022	1 976,8	51 728,0	23 298,5	5 649,2	24,2	69,9	77,6
2023	2 009,7	61 242,6	28 440,1	6 479,1	22,8	71,5	80,3
2024	2 044,0	73 434,1	34 441,6	7 771,9	22,6	76,9	83,5

Manba: Buxoro viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari [21].

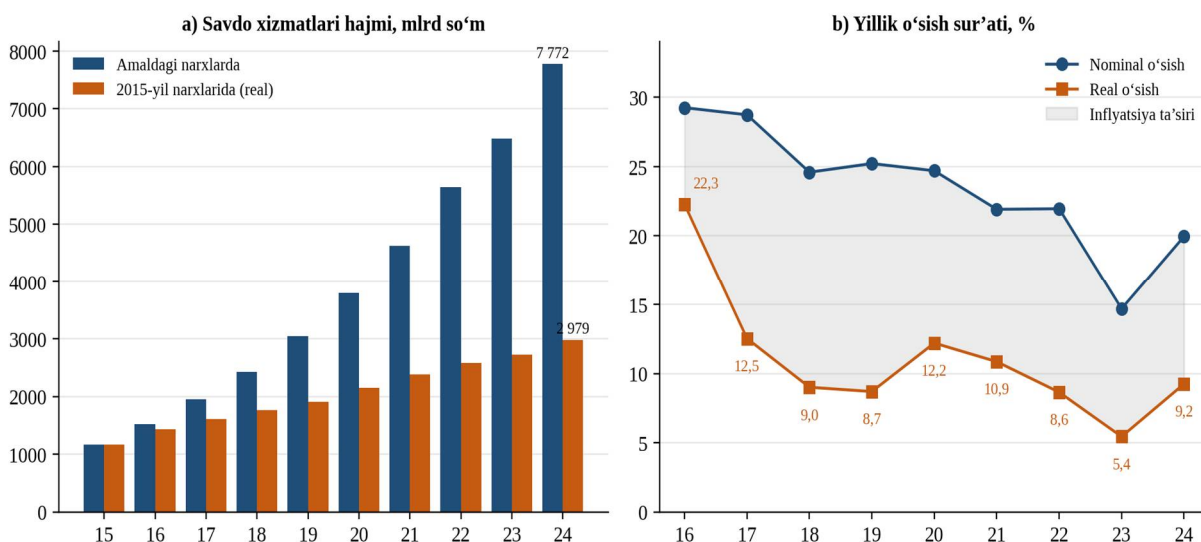
4-jadval

Buxoro viloyatida savdo xizmatlarining hosilaviy va real ko'rsatkichlari

Yillar	Jon boshiga savdo (amaldagi narxlarda), ming so'm	Savdoning YaHMDagi ulushi, %	Nominal o'sish sur'ati, %	INI (o'tgan yil dekabriga nisbatan), %	Real o'sish sur'ati, %	Real savdo hajmi (2015-y. narxlarida), mlrd so'm	Real jon boshiga savdo, ming so'm
2015	657,4	9,5	–	–	–	1 173,8	657,4
2016	835,8	10,5	129,2	105,7	122,3	1 435,3	790,7
2017	1 059,4	10,0	128,7	114,4	112,5	1 615,1	876,1
2018	1 301,1	9,8	124,6	114,3	109,0	1 760,6	941,4
2019	1 608,0	9,6	125,2	115,2	108,7	1 913,6	1 009,9
2020	1 975,0	10,8	124,7	111,1	112,2	2 147,1	1 116,0
2021	2 379,0	10,8	121,9	110,0	110,9	2 380,1	1 222,4
2022	2 857,8	10,9	122,0	112,3	108,6	2 585,9	1 308,1
2023	3 224,0	10,6	114,7	108,8	105,4	2 726,7	1 356,8
2024	3 802,3	10,6	120,0	109,8	109,2	2 978,8	1 457,4

Manba: 3-jadval ma'lumotlari va Statistika agentligining INI ko'rsatkichlari [22] asosida muallif hisob-kitoblari.

2015–2024-yillarda viloyatda savdo xizmatlari hajmi amaldagi narxlarda 6,6 barobar oshgan. Biroq shu davrda narxlarning umumiy darajasi 2,6 barobar ko'tarilgan, shu sababli inflyatsiya ta'siri chiqarib tashlanganda savdoning real hajmi 1 173,8 mlrd so'mdan 2 978,8 mlrd so'mgacha, ya'ni 2,5 barobar o'sgan (yiliga o'rtacha 10,9%). Real jon boshiga savdo xizmatlari 2,2 barobar (yiliga 9,2%) ko'paygan. Boshqacha aytganda, nominal o'sishning katta qismi narx omili bilan izohlanadi (2-rasm).



Manba: 4-jadval ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

2-rasm. Buxoro viloyatida savdo xizmatlarining nominal va real dinamikasi

Real o'sish sur'ati 2016-yildagi 22,3 foizdan 2023-yilda 5,4 foizgacha sekinlashgan va 2024-yilda 9,2 foizga qadar qisman tiklangan.

2016–2019-yillarda o'rtacha real o'sish 113,1 foizni, 2020–2024-yillarda esa 109,3 foizni tashkil etgan. Bu savdo sohasidagi ekstensiv o'sish imkoniyatlari tugab borayotganini va keyingi o'sish korxonalarning samaradorligi hamda marketing salohiyatiga ko'proq bog'liq bo'lib qolayotganini ko'rsatadi.

Savdo xizmatlarining YaHMdagi ulushi butun davr mobaynida 9,5–10,9 foiz oraliqida barqaror saqlangan, xizmatlar umumiy hajmidagi ulushi esa 31,3 foizdan 22,6 foizgacha qisqargan. Ya'ni transport, turizm, moliya va aloqa kabi boshqa xizmat turlari savdoga nisbatan tezroq rivojlangan. Ulushning eng keskin pasayishi 2017-yilga to'g'ri keladi: shu yili xizmatlar umumiy hajmi 69,1 foizga oshgani holda savdo xizmatlari 28,7 foizga o'sgan; bunday sakrash qisman statistik hisobdagi o'zgarishlar bilan ham izohlanishi mumkin. Hisoblangan umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar 5-jadvalda keltirilgan.

5-jadval

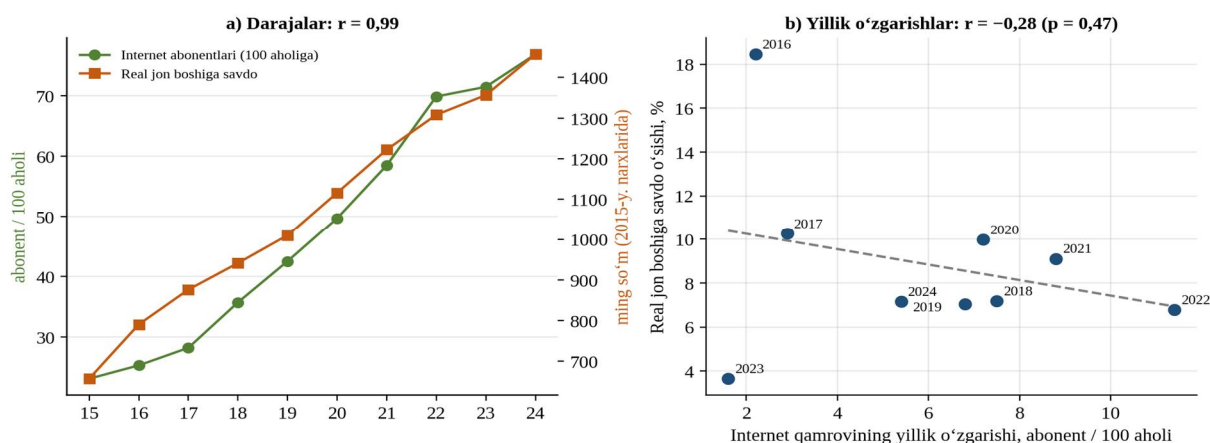
Buxoro viloyati savdo xizmatlari bo'yicha hisoblangan statistik ko'rsatkichlar (2015–2024)

Ko'rsatkich	Qiymati
Savdo xizmatlarining o'rtacha yillik nominal o'sishi (CAGR), %	23,4
Savdo xizmatlarining o'rtacha yillik real o'sishi (CAGR), %	10,9
Real jon boshiga savdoning o'rtacha yillik o'sishi, %	9,2
YaHMning o'rtacha yillik nominal o'sishi (CAGR), %	21,9
Xizmatlar umumiy hajmining o'rtacha yillik nominal o'sishi (CAGR), %	27,9
Aholi sonining o'rtacha yillik o'sishi, %	1,5
Savdoning YaHMga nisbatan elastikligi, b ($R^2 = 0,996$)	1,05
Pirson r: internet qamrovi – real jon boshiga savdo (darajalar)	0,99 ($p < 0,001$)
Pirson r: yillik o'zgarishlar (birinchi farqlar)	-0,28 ($p = 0,47$)
Spirmen ρ : yillik o'zgarishlar (birinchi farqlar)	-0,13 ($p = 0,73$)

Manba: 3- va 4-jadvallar ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

Elastiklik koeffitsiyenti 1,05 ga teng: YaHMning 1 foizlik o'sishi savdo xizmatlari hajmining o'rtacha 1,05 foizga oshishi bilan kechgan. Demak, viloyat savdosining o'sishi asosan umumiy iqtisodiy o'sish va aholi daromadlarining ortishi hisobiga ta'minlanmoqda, korxonalarning o'z raqobat ustunliklari hisobiga qo'shimcha o'sish esa sezilmaydi.

Raqamli infratuzilma va savdo o'rtasidagi bog'liqlik. Internet abonentlari zichligi 100 aholiga 23,1 dan 76,9 gacha oshgan. Ko'rsatkichlarning darajalari bo'yicha internet qamrovi bilan real jon boshiga savdo o'rtasida juda kuchli bog'liqlik ($r = 0,99$) kuzatiladi. Ammo yillik o'zgarishlar solishtirilganda bog'liqlik statistik ahamiyatini yo'qotadi ($r = -0,28$; $p = 0,47$; Spirmen $\rho = -0,13$): internet qamrovi eng tez kengaygan 2022-yil real savdo o'sishi bo'yicha o'rtachadan past natija ko'rsatgan (3-rasm).



Manba: 3- va 4-jadvallar ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

3-rasm. Internet qamrovi va real jon boshiga savdo: darajalar va yillik o'zgarishlar

Demak, darajalardagi yuqori korrelyatsiya ikkala ko'rsatkichning bir vaqtda o'sib borishidan, ya'ni umumiy trenddan kelib chiqmoqda [23]. Kuzatuvlar soni kamligi sababli bu natijani bog'liqlik yo'qligining qat'iy isboti deb bo'lmaydi, biroq u raqamli infratuzilma savdo o'sishini avtomatik ravishda tezlashtirmasligini ko'rsatadi. Infratuzilma zarur shart-sharoit yaratmoqda, ammo korxonalar bu imkoniyatni hali marketing ustunligiga aylantira olmayapti. Respublika darajasidagi 15 foizlik onlayn xaridorlar ulushi ham xuddi shu xulosani tasdiqlaydi.

Savdo sohasidagi raqobat muhitining tuzilmaviy xususiyatlari. Raqobat muhitini miqdoriy baholash uchun mavjud rasmiy ko'rsatkichlar 6-jadvalda umumlashtirildi.

6-jadval
Savdo sohasidagi raqobat muhitining tuzilmaviy ko'rsatkichlari

Ko'rsatkich	Hudud va davr	Qiymati, %	Manba
Faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarning savdo sohasidagi ulushi	O'zbekiston, 01.07.2025	32,7	[24]
Faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarda kichik korxona va mikrofirmalar ulushi	O'zbekiston, 01.07.2025	85,0	[24]
Chakana savdo tovar aylanmasida kichik tadbirkorlik ulushi	O'zbekiston, 2021-y. 9 oy	80,8	[25]
Chakana savdo tovar aylanmasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ulushi	Toshkent viloyati, 2024-y. 8 oy	85,5	[26]
Bozor xizmatlari hajmida kichik tadbirkorlik ulushi	Buxoro viloyati, 2024-y. 10 oy	68,4	[21]
Ovqatlanish korxonalari savdo aylanmasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ulushi	Buxoro viloyati, 2025-y. 4 oy	90,5	[21]
Mobil aloqa abonentlari, 100 aholiga	Buxoro viloyati, 2024-y.	83,5	[21]

Manba: rasmiy statistika ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

Jadval ma'lumotlari savdo sohasi korxonalar soni bo'yicha eng yirik tarmoq ekanini (respublikadagi korxonalarning qariyb uchdan biri) va unda kichik biznes ustunlik qilishini ko'rsatadi: chakana savdoda kichik subyektlar ulushi 80 foizdan, Buxoro viloyatidagi ovqatlanish korxonalari savdosida esa 90 foizdan yuqori.



Bunday tuzilma bozor konsentratsiyasi pastligini, ya'ni ko'p sonli kichik ishtirokchilar o'rtasida kuchli raqobat mavjudligini anglatadi.

Porter modeli [5] nuqtayi nazaridan viloyat savdo sohasidagi raqobat muhiti quyidagicha tavsiflanadi. Birinchidan, kichik chakana savdoga kirish to'siqlari past bo'lgani uchun raqiblar soni ko'p va ular asosan narx orqali raqobatlashadi. Ikkinchidan, mobil aloqa qamrovi 100 aholiga 83,5 abonentga yetgani narx va assortimentni taqqoslash imkonini kengaytirib, xaridorlar kuchini oshirmoqda. Uchinchidan, respublika marketpleyslari va yirik savdo tarmoqlari mahalliy korxonalar uchun o'rinbosar kanal sifatida tobora kuchliroq tahdidga aylanmoqda. Bunday sharoitda faqat narxga tayanadigan kichik korxonalar marjasini yo'qotadi, bozorga yo'naltirilgan marketing mexanizmiga ega korxonalar esa ustunlikka erishadi [10; 11]. Kichik korxonalarda esa marketing uchun alohida resurs va mutaxassis kam bo'ladi, shu sababli qo'llab-quvvatlash choralari aynan ularga yo'naltirilishi lozim.

Savdo sohasida marketing mexanizmini takomillashtirishning xorijiy tajribasi. 1-jadvalda xizmatlar savdosida yetakchi va eng tez o'sayotgan deb aniqlangan mamlakatlarning kichik va o'rta biznes marketing salohiyatini oshirishga qaratilgan dasturlari 7-jadvalda umumlashtirildi.

7-jadval

**Savdo sohasida marketing mexanizmini takomillashtirishning
xorijiy tajribasi**

Mamlakat	Dastur va mas'ul tashkilot	Asosiy mazmuni	Buxoro viloyati uchun saboq
Janubiy Koreya	Eksport vaucheri (2017-yildan; Savdo, sanoat va energetika vazirligi, KO'B va startaplar vazirligi, KOTRA)	Tanlangan korxona vaucher limiti doirasida xorijiy marketing, sertifikatlash, logistika, reklama kabi xizmatlarni ro'yxatdagi provayderlardan erkin tanlaydi; 2024-yilda taxminan 2 000 provayderning 8 000 ga yaqin xizmati taklif etilgan [27]	Qo'llab-quvvatlash talab tomoniga yo'naltiriladi, bir vaqtda marketing xizmatlari bozori rivojlanadi
Singapur	SMEs Go Digital (2017-yil aprelidan; IMDA)	Chakana savdo uchun uch bosqichli tarmoq raqamli rejasi; oldindan tasdiqlangan raqamli yechimlar ro'yxati; ularni joriy etish xarajatining 70 foizigacha grant; 2020-yilgacha 20 mingdan ortiq KO'B qamrab olingan [28]	Savdo korxonasi uchun bosqichma-bosqich standart yo'l xaritasi va sifati tekshirilgan yechimlar
Germaniya	go-digital (Federal iqtisodiyot vazirligi)	Akkreditatsiyalangan konsalting kompaniyalari KO'Bga, jumladan «raqamli bozorga chiqish» moduli bo'yicha maslahat va joriy etish xizmatini ko'rsatadi; maslahatchi kunlik stavkasining 50 foizi (1 100 yevrogacha) 6 oy ichida 30 kungacha qoplanadi [29]	Pul emas, kompetensiya berish; hujjatlashtirish yukini maslahatchi o'z zimmasiga oladi
Xitoy	Qishloq elektron tijoratini rivojlantirish	Qishloq hududlariga elektron tijorat xizmat nuqtalari va logistika tarmog'ini olib kirish; tadqiqot natijalariga ko'ra, asosiy foyda iste'molchilarga to'g'ri kelgan, mahalliy sotuvchi va ishlab chiqaruvchilarga ta'sir cheklangan bo'lgan [30]	Infratuzilma yolg'iz o'zi yetarli emas: sotuvchining marketing salohiyatini oshirish alohida vazifa
Hindiston	ONDC – raqamli tijorat uchun ochiq tarmoq (2022-yildan)	Kichik sotuvchi yagona ochiq protokol orqali bir vaqtda turli xaridor ilovalarida ko'rinadi [31]	Yirik platformalarga qaramlikni kamaytirish, bozorga chiqish xarajatini pasaytirish

Manba: rasmiy manbalar [27–31] asosida muallif tomonidan tuzilgan.





Xorijiy tajribaning umumiy xususiyati shundaki, muvaffaqiyatli dasturlar korxonaga to'g'ridan-to'g'ri moliyaviy yordam berish bilan cheklanmaydi: ular marketing kompetensiyasini shakllantirish, sifati tekshirilgan xizmat ko'rsatuvchilar bozorini rivojlantirish va korxona xarajatining bir qismini birgalikda moliyalashtirishni uyg'unlashtiradi. Xitoy tajribasi esa aynan Buxoro viloyati uchun aniqlangan holatni tasdiqlaydi: raqamli infratuzilmaning kengayishi iste'molchiga foyda keltirsa-da, mahalliy sotuvchining raqobatbardoshligi o'z-o'zidan oshmaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari quyidagi xulosalarni chiqarish imkonini beradi.

Birinchidan, xizmatlar savdosida global raqobat yuqori darajada konsentratsiyalashgan: yetakchi o'nta iqtisodiyot jahon eksportining 75,2 foizini ta'minlaydi. Sof eksportchi mamlakatlar ustunligi bilim va axborotga asoslangan xizmatlar, shu jumladan raqamli savdo va marketing xizmatlari rivoji bilan bog'liq.

Ikkinchidan, O'zbekistonda elektron tijorat jadal o'smoqda, biroq onlayn xaridorlar internet foydalanuvchilarining atigi 15 foizini tashkil etadi. Raqamli savdo bozorining katta salohiyati hali foydalanilmayapti.

Uchinchidan, Buxoro viloyatida savdo xizmatlari 2015–2024-yillarda nominal jihatdan 6,6 barobar, real jihatdan esa 2,5 barobar oshgan. Real o'sish sur'ati sekinlashmoqda, o'sish asosan umumiy iqtisodiy o'sishga mos ravishda (elastiklik 1,05) yuz bermoqda. Raqamli infratuzilma bilan savdo o'rtasidagi bog'liqlik yillik o'zgarishlarda tasdiqlanmadi. Demak, raqobatbardoshlikni oshirishning asosiy zaxirasi infratuzilmaning o'zida emas, balki undan marketing orqali samarali foydalanishdadir.

To'rtinchidan, savdo sohasida kichik biznes ustunlik qiladi va bozor konsentratsiyasi past. Shu sababli marketing mexanizmini takomillashtirish choralari birinchi navbatda o'z marketing resurslari cheklangan kichik korxonalarga yo'naltirilishi kerak.

Xorijiy tajriba va olingan natijalar asosida Buxoro viloyati savdo korxonalari marketing mexanizmini takomillashtirish bo'yicha quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. Hududiy raqamli savdo vaucheri. Janubiy Koreya va Singapur tajribasi asosida viloyatdagi kichik savdo korxonalari uchun marketpleysga chiqish, mahsulot kontentini tayyorlash, ijtimoiy tarmoqlarda marketing va mijozlar bazasini yuritish xizmatlari xarajatining bir qismini qoplovchi vaucher mexanizmini joriy etish. Xizmatlar oldindan saralangan provayderlar tomonidan ko'rsatiladi, vaucher esa onlayn sotuvlar ulushi kabi natija ko'rsatkichlariga bog'lanadi.

2. Savdo korxonalari uchun raqamli rivojlanish yo'l xaritasi. Singapurning chakana savdo uchun tarmoq rejasi namunasida viloyat savdo korxonalari uchun «boshlang'ich – o'sish – ilg'or» bosqichlaridan iborat, har bir bosqichda qaysi





marketing vositalarini joriy etish tavsiya etilishini ko'rsatuvchi amaliy qo'llanmani ishlab chiqish.

3. Savdo va turizm integratsiyasi. Buxoroning turistik brendidan foydalanib, hunarmandchilik, suvenir va mahalliy oziq-ovqat mahsulotlari savdosi uchun yagona onlayn vitrina hamda turistlar xaridini ular yurtiga yetkazib berish xizmatini tashkil etish. Bu mahalliy korxonalarga narx raqobatidan qiymatga asoslangan raqobatga o'tish imkonini beradi.

4. Marketing kompetensiyalarini rivojlantirish. Germaniyaning go-digital tajribasi asosida oliy ta'lim muassasalari va Savdo-sanoat palatasi hududiy boshqarmasi bilan hamkorlikda savdo korxonalari uchun akkreditatsiyalangan maslahatchilar tizimini hamda qisqa muddatli amaliy o'quv dasturlarini yo'lga qo'yish.

5. Platformalarga qaramlikni kamaytirish. Hindistonning ONDC tajribasini inobatga olib, mahalliy sotuvchilarning bir vaqtda bir necha milliy marketpleys va yetkazib berish xizmatlarida ishtirok etishini rag'batlantirish.

6. Raqobat muhiti monitoringi. Mavjud statistika savdo hajmini aks ettiradi, lekin korxonalarning marketing faoliyatini ko'rsatmaydi. Shu sababli viloyat statistika boshqarmasi bilan hamkorlikda savdo korxonalari soni va tarkibi, onlayn sotuvlar ulushi, marketing xarajatlarning tushumdagi ulushi kabi ko'rsatkichlar bo'yicha muntazam tanlanma kuzatuv o'tkazish tavsiya etiladi. Bunday ma'lumotlar marketing mexanizmi samaradorligini korxona darajasida baholash va keyingi tadqiqotlar uchun asos bo'ladi.

Ushbu chora-tadbirlar viloyat savdo korxonalarining o'sishini umumiy iqtisodiy trenddan ajratib, uni korxonalarning o'z raqobat ustunliklariga tayanadigan barqaror o'sishga aylantirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi «“O'zbekiston – 2030” strategiyasi to'g'risida»gi PF-158-son Farmoni. – www.lex.uz

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi «“Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi PF-6079-son Farmoni. – www.lex.uz

3. O'zbekiston Respublikasining 2023-yil 3-iyuldagi «Raqobat to'g'risida»gi O'RQ-850-son Qonuni. – www.lex.uz

4. O'zbekiston Respublikasining 2022-yil 29-sentabrdagi «Elektron tijorat to'g'risida»gi O'RQ-792-son Qonuni. – www.lex.uz

5. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: Free Press, 1980. – 396 p.

6. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations. – New York: Free Press, 1990. – 855 p.

7. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.





8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
9. Ergashxodjaeva Sh.J. Xalqaro raqobat: o'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2013. – 328 b.
10. Kohli A.K., Jaworski B.J. Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications // Journal of Marketing. – 1990. – Vol. 54, No. 2. – P. 1–18.
11. Narver J.C., Slater S.F. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability // Journal of Marketing. – 1990. – Vol. 54, No. 4. – P. 20–35.
12. Lambin J.-J., Chumpitaz R., Schuiling I. Market-Driven Management: Strategic and Operational Marketing. 2nd ed. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007.
13. Kotler P., Keller K.L., Chernev A. Marketing Management. 16th ed. – Harlow: Pearson, 2022.
14. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing: darslik. – T.: Iqtisodiyot, 2018.
15. Grewal D., Roggeveen A.L., Nordfält J. The Future of Retailing // Journal of Retailing. – 2017. – Vol. 93, No. 1. – P. 1–6.
16. Verhoef P.C., Broekhuizen T., Bart Y. et al. Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda // Journal of Business Research. – 2021. – Vol. 122. – P. 889–901.
17. Ergashxodjaeva Sh.D. Innovatsion marketing: darslik. – T.: Iqtisodiyot, 2019.
18. World Trade Organization. Global Trade Outlook and Statistics. – Geneva: WTO, 2025. – www.wto.org
19. World Trade Organization. Services trade growth slows in first quarter of 2025. – 31.07.2025. – https://www.wto.org/english/news_e/news25_e/stat_31jul25_e.htm
20. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va elektron tijorat ko'rsatkichlari, 2015–2024. – www.stat.uz
21. Buxoro viloyati statistika boshqarmasi. Ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkichlar va press-relizlar, 2015–2025. – <https://buxstat.uz>
22. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. Iste'mol narxlari indeksi (turlari bo'yicha) yillik dinamikasi; 2025-yil dekabr uchun INI press-relizi. – <https://stat.uz>
23. Granger C.W.J., Newbold P. Spurious Regressions in Econometrics // Journal of Econometrics. – 1974. – Vol. 2, No. 2. – P. 111–120.
24. O'zbekistonda 85 foiz korxonalar kichik biznes subyekti – Statistika agentligi ma'lumotlari // Daryo. – 10.07.2025. – <https://daryo.uz>
25. Eng ko'p chakana savdo Toshkent shahrida amalga oshirilgan // Gazeta.uz. – 01.12.2021. – <https://www.gazeta.uz/oz/2021/12/01/retail-indicator/>





26. Toshkent viloyati statistika boshqarmasi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining chakana savdo tovar aylanmasi hajmi. – 12.11.2024. – <https://toshvilstat.uz>
27. KOTRA. Export Voucher Program. – Seoul: Korea Trade-Investment Promotion Agency, 2017. – <https://www.investkorea.org/upload/kotraexpress/2017/09/service.html>
28. Infocomm Media Development Authority. Helping SMEs Go Digital: Factsheet. – Singapore: IMDA, 2020. – <https://www.imda.gov.sg>
29. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Richtlinie zum Förderprogramm «go-digital». – Berlin: BMWK. – <https://www.bmwk.de>
30. Couture V., Faber B., Gu Y., Liu L. Connecting the Countryside via E-Commerce: Evidence from China // American Economic Review: Insights. – 2021. – Vol. 3, No. 1. – P. 35–50.
31. Open Network for Digital Commerce (ONDC). – New Delhi. – <https://ondc.org>



Mas'ul muharrir: Beglayev Uchqun

Musahhih: Boltayev Nurali

Sahifalovchi va dizaynerlar: Normurodov Sarvar,
Sharipov Shoxruh

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Agrobiznes, fan va texnologiyalar" ilmiy-amaliy elektron jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul hisoblanadi. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqolalar, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin. Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: licht-1989@mail.ru

Jurnalning telegram manzili: t.me/agrobiznes_elektronjournal

Telefon raqami: +998939018320, +998934393000

Jurnal rasmiy sayti: <https://www.agrobiznesjournal.uz>

"Agrobiznes, fan va texnologiyalar" ilmiy-amaliy elektron jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 30.11.2024-yildagi №364/5-sonli qarori bilan 08.00.00-Iqtisodiyot fanlari bo'yicha, 08.05.2025-yildagi №370/5-sonli qarori bilan 06.00.00-Qishloq xo'jaligi fanlari bo'yicha "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga kiritilgan.



"Agrobiznes, fan va texnologiyalar" ilmiy-amaliy elektron jurnali 2023-yil 23-maydan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan C-5669225 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №083688

Manzilimiz: Toshkent viloyati, Qibray tumani,
Universitet ko'chasi, 2-uy